

100 Soruda



DIŞ TİCARET



30 Ekim - 05 Kasım 2006

T.C. BAŞBAKANLIK
DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI

GİRİŞ

Dünya ekonomisinin yaşamakta olduğu küreselleşme sürecinde üretim ve ticari etkinliklerin artan oranda uluslararası nitelik kazandığı bir gerçektir. Dünyada yaşanan bu değişim sürecinde, bir ülkenin küresel sistemde etkili bir konum edinebilmesi, bu konumu koruyabilmesi ve giderek sürecin belirleyicileri arasında yer alabilmesi, iyi yetişmiş insan gücüne, makroekonomik istikrara, etkin işleyen bir piyasa düzenine ve gelişmiş bir teknolojik ve ticari altyapıya sahip olmasına bağlıdır.



Dış Ticaret Müsteşarlığımızın ihracatın arttırılması ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulması yönündeki çalışmaları "İhracat Stratejik Planı" kapsamında gerçekleştirilmekte olup bağlı kuruluşlarımız olan İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi ve İhracatçı Birlikleri ile dış ticaret alanında faaliyet gösteren özel sektörümüzle birlikte ülkemizin küresel rekabet gücünü arttırmaya yönelik çalışmalar özveri ve büyük bir gayretle sürdürülmektedir. Bu yıl dokuzuncusu kutlanacak olan "Dış Ticaret Haftası" ile ülkemizin geleceği açısından dış ticaretin, öncelikle ihracatın öneminin toplumun tüm kesimlerince kavranması ve özellikle geleceğimiz olan gençlerimizce benimsenmesini amaçlamaktayız.

İhracata dayalı kalkınma hedefine sahip olan ülkemiz açısından uluslararası rekabet gücüne sahip firmaların sayı ve nitelik olarak artması, küresel rekabet açısından bilgi donanımı tam yetişmiş insan gücü ile mümkün olacaktır. İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi'nce ilk baskısı Uluslararası Ticaret Merkezi-ITC ile ortaklaşa yayınlanmış olan ve IX. Dış Ticaret Haftası için güncellenerek tekrar hazırlanan "100 Soruda Dış Ticaret" yayını ile, dış ticarete ilişkin temel bilgileri kapsayan bir başvuru kitabının ilgili çevrelere ulaştırılması hedeflenmiştir.

Elinizdeki kitap 16 bölümden oluşmakta ve dış ticarete ilişkin çok değişik konuları kapsamaktadır. Her bölümde sorular ve bunların cevapları ile birlikte detaylı bilgilerin edinilebileceği referans kaynaklar yer almaktadır.

Yayının güncelliğini korumak açısından ilgili kuruluşların web-sitelerinin adreslerinin verilmesi yoluna gidilmiştir. Bunun yanı sıra bazı ilave bilgiler eklerde yer almaktadır. Dış ticarete başarılı olmanın en büyük sırrının doğru, zamanında, tam bilgiye erişmek olduğu düşünüldüğünde söz konusu yayının önemli bir rehber olacağına inanılmaktadır.

Dış Ticaret Haftası etkinlikleri çerçevesinde ilgili kesimlere ulaştırılacak olan "100 Soruda Dış Ticaret" yayınının işadamlarımıza, geleceğimiz olan öğrencilerimize ve onların başarılarında imzaları bulunan değerli eğitimcilerimize faydalı bir başvuru kaynağı olması dileğiyle...

Tuncer KAYALAR
Dış Ticaret Müsteşarı
İGEME Yönetim Kurulu Başkanı

ÖNSÖZ

1980'li yıllardan bu yana ülkemizin küresel ekonomik sisteme dahil olma çabaları ve Türkiye ekonomisinin geçirmiş olduğu önemli değişiklikler hepimizce malumdur. Bahse konu dönemde korumacı ekonomi politikalarından vazgeçilerek, serbest piyasa ekonomisinin tesis edilmesi amacıyla kapsamlı bir ekonomik istikrar ve liberalizasyon programının uygulamaya konulmasına özel önem atfedilmiştir.

Bununla birlikte, 2001 yılında uygulamaya konulmuş olan ekonomik reform programının en önemli yapısal ve toplumsal unsurunu, özel sektör yatırımları ve etkin bir kamu sektörü tarafından desteklenen sürdürülebilir ekonomik büyümenin tesis edilmesi oluşturmıştır. Hükümetimiz tarafından başarıyla uygulanan bu program çerçevesinde, 2005 yılında ekonomik büyümenin %7,6 oranında gerçekleştiği görülmektedir. Ülkemizin toplam milli geliri 360 milyar ABD Doları'nı aşmış bulunmaktadır. Bu rakamlar ile Türkiye, dünyanın en büyük ilk yirmi ekonomisi arasında yer almaktadır.



Son dönemde, dış ticaretimizde çok önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Dış ticaret politikamız, katma değeri yüksek ve teknoloji yoğun ürünleri ihraç etme çalışmaları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bugün ihracatçılarımız, 200'den fazla ülkeye yaklaşık 19.000 çeşit ürün ihraç etmektedir. 2005 yılında, ihracatımız 73,5 milyar ABD Doları, ithalatımız ise 116,8 milyar ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Gelişen ekonomimize paralel olarak, 2006 yılı itibariyle ihracatımızın 84 milyar ABD Doları ve ithalatımızın 125 milyar ABD Doları seviyesinde gerçekleşmesi öngörülmektedir. Ülkemiz uluslararası ticaret parkurunda 200 milyar ABD Dolarını aşan ticaret hacmine sahip ülkeler arasındaki yerini almaktadır.

Diğer taraftan böyle önemli başarılarla imza atan ihracatçı ve işadamlarımızın uluslararası alanda meydana gelen gelişmeler ve dengeler hakkında bilgi sahibi olmaları ve pazar paylarının artırılarak rekabet güçlerinin sürekliliğinin sağlanması buna bağlı olarak da; bu alandaki ihtiyaçları olan nitelikli insan gücünün temin ve eğitimi önem arz etmektedir

Bu konudaki faaliyetlerimiz açısından bir katalizör görevi gören, 9. Dış Ticaret Haftası, bu açıdan bir gelenek oluşturmaktadır. Dış ticaretin, özellikle ihracatın, ülkemiz ekonomisi açısından taşıdığı önemin ilköğretimden, üniversitelere; çalışan ve üreten tüm kesimlere aktarılması ve dış ticaretin ülke kalkınmasına kazandırdıklarının kamuoyu ile paylaşılması, haftaya özel çeşitli etkinlikler ile hayata geçirilmektedir.

9. Dış Ticaret Haftası'nın amaç ve ruhuna uygun olarak, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi tarafından hazırlanmış olan bu rehber kitabın dış ticaret ile ilgili tüm kesimlere özellikle dış ticaretle uğraşan firma çalışanlarına, dış ticaret eğitimi alan ve dış ticaret eğitimine katkıda bulunanlara önemli bir kaynak oluşturacağına inanıyorum. 9. Dış Ticaret Haftası vesilesiyle, çalışmaya katkısı olan herkesi kutluyor başarılarının devamını diliyorum.

Hayırlı olması dileğiyle,

Kürşad TÜZMEN
Devlet Bakanı

100 SORUDA DIŞ TİCARET



İHRACATI GELİŞTİRME ETÜD MERKEZİ

EKİM 2006

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

BÖLÜM I: NİÇİN İHRACAT

1. Bir İşadamı Neden İhracat Yapmalıdır? İhracat Yapmanın Firma İçin Faydaları ya da Riskleri Nelerdir?	2
2. Tipik Bir İhracat İşleminde Neler Yeralır?	4
3. İhracatçılar Tarafından En Fazla Yapılan Yanlışlar Nelerdir?	5
4. İhracata Karar Vermeden Önce Hangi Sorulara Cevap Verilmelidir?	6

BÖLÜM II: İHRACATA HAZIRLIK

5. İhracatta Planlamanın Temel Unsurları Nelerdir?	8
6. İhracatta İş Planı Geliştirirken Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar Nelerdir?	10
7. İhracat Konusunda KOBİ'lere Yönelik Hizmet Veren Kuruluşlar Hangileridir?	12

BÖLÜM III: HEDEF PAZAR SEÇİMİ

8. İhracatçı, Hedef Pazarda Başarılı Olup Olamayacağını Nasıl Saptar?	16
9. İhracatçılar Dış Pazar Bilgilerini ve Pazar Araştırmalarını Nereden Bulabilir?	17
10. İhracatçı Ürünü Hangi Pazarlara Satabilir ?	19
11. Hedef Pazar Değerlendirmesi Nasıl Yapılır ?	20

BÖLÜM IV: MÜŞTERİ BULMA, TANITIM

12. Dış Pazarlara Giriş Yolları Nelerdir?	22
13. İnternet Nedir ve İhracatçıya Nasıl Yardımcı Olabilir ?	25
14. Ürün Tanıtımında İhracatçı İnternette Nasıl Faydalanabilir?	27
15. Ticaret Fuarları ve Sergiler Nereelerde Düzenlenir ?	29
16. Fuar Seçiminde Gözönünde Bulundurulması Gereken Hususlar Nelerdir ?	30
17. İhracatçı Fuara Nasıl Hazırlanır?	31
18. Fuarlara Katılımın Maliyet Unsurları Nelerdir ?	32
19. Fuarda Başarılı Olmanın Anahtarı Nedir?	33
20. Fuarlara Katılım İçin Finansal Destek Var mıdır?	34

BÖLÜM V: ACENTA/DİSTRİBÜTÖR SEÇİMİ

21. İhracatta Dağıtım Kanalları Nedir?	36
22. Dünyanın Değişik Piyasalarında Yaygın Olarak Kullanılan Satış/Dağıtım Kanalları Nelerdir?	38
23. Dağıtım Kanallarının Seçiminde Nelere Dikkat Edilmelidir?	39
24. Aracıların İhracattaki Rolü Nedir? Aracı Seçerken Göz Önünde Bulundurulması Gereken Kriterler Nelerdir?	41
25. Bir Ticari Partner Seçerken Göz Önünde Bulundurulması Gereken Hususlar Nelerdir?	44
26. Acenta ve Distribütörlük Sözleşmeleri Nasıl Düzenlenir ?	46

BÖLÜM VI: FİYATLANDIRMA

27. İşletmelerin Fiyatlandırma ve Maliyetlerin Belirlenmesinde Karşılaştıkları Başlıca Sorunlar Nelerdir?	50
28. Fiyatlandırmaya Etki Eden Faktörler Nelerdir?	51
29. İhraç Fiyatının Belirlenmesinde Etkili Olan Maliyet Unsurları Nelerdir?	56
30. İhracat Sırasında Maliyeti Artıran Etkenler Nelerdir?	58
31. İhraç Fiyatı Nasıl Oluşturulur?	59
32. İhracatta Fiyatlandırmada Gerekli Bilgiler Nelerdir?	60
33. Teslim Şekli Nedir, Nasıl Belirlenir?	63
34. İthalatçılar Satın Alma Kararını Verirken Nelere Dikkat Ederler?	64
35. İhracatçı Bir İhracat Talebine Nasıl Cevap Vermeli ve İyi Bir Fiyat Teklifi Hangi Unsurları İçermelidir?	65

BÖLÜM VII: SÖZLEŞME

36. İhracat Sözleşmesi Nasıl Olmalıdır?	68
37. İhracat Sözleşmesinin Başlıca Unsurları Nelerdir?	69
38. INCOTERMS Nedir?	71
39. Ticarî Sözleşmenin Tarafları Arasında Çıkan Hukuki Bir Anlaşmazlığın Çözüm Yolları Nelerdir?	76

BÖLÜM VIII: İHRACATTA YAPILAN İŞLEMLER

40. Nasıl İhracatçı Olunur?	80
41. Dış Ticarete Kullanılan Bazı Terimlerin Anlamları Nelerdir?	81
42. İhracat İşlemleri İçin Düzenlenen Belli Başlı Belgeler Hangileridir?	83
43. İhracatçının Kambiyo Yükümlülüğü Nedir? İhracat Bedelinin Yurda Getirilmesi Zorunlu Mudur? Süreleri Var Mıdır? İstisnaları Nelerdir?	97
44. İhracat Bedellerinin Tahsili Nasıl Yapılır?	98
45. İhraç Konusu Ürüne Göre İşlemler Nelerdir? İhracatçılar Hangi Kurumlardan Yardım Alırlar?	99
46. İhracat Yapılacak Ülkeye Göre İşlemler Nelerdir?	100
47. İhracat İşlemlerinin Çeşitli Aşamalarında Başvurulacak Yardımcı Kuruluşlar Hangileridir?	101
48. İhracat İşlemlerinde KOBİ'lere Yönelik Çeşitli Hizmetler Veren Kuruluşlar Hangileridir?	103
49. İhracatçı İhracat Ürününün GTİP (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu) Numarasını Nasıl Belirler?	114
50. Serbest Bölgelerin Dış Ticarete İhracatçıya Sağladığı Yararlar Nelerdir ?	115

BÖLÜM IX: İHRACATTA DEVLET DESTEKLERİ

51. İhracatçıya Ne Çeşit Devlet Yardımları Sağlanmaktadır?	118
52. Dahilde İşleme Rejimi Nedir? Nasıl Uygulanır? İhracatçıya, İhracat Yapacağı Ürünün Girdisini Yurtdışından Temininde Sağlanan Avantajlar Nelerdir?	130
53. Yurtiçinde İhracat Sayılabilecek Satışlar Var Mıdır?	131
54. Katma Değer Vergisinde İhracat İstisnası Uygulaması Nasıl Yapılmaktadır?	132

BÖLÜM X: FİNANSMAN VE ÖDEME

55. Mal Mukabili Ödeme Nedir? Özellikleri Nelerdir?	134
56. Vesaik Mukabili Ödeme Nedir? Özellikleri Nelerdir?	135
57. Akreditif Nedir? Özellikleri Nelerdir? Nasıl Kullanılır? Akreditif, Ödeme Garantisini Ne Şekilde Sağlar?	137
58. Peşin Ödeme Nedir? Özellikleri Nelerdir?	140
59. Kabul Kredili Ödeme Nedir? Özellikleri Nelerdir?	141
60. Yabancı Alıcının Güvenirliliği Nasıl Değerlendirilir?	142
61. Kredilendirilmiş İhracat Alacakları Zamanından Önce Nasıl Nakite Dönüştürülebilir?	143
62. Eximbank İhracat Kredi Sigortası Nedir, Nasıl Faydalanılabilir Ve Sağladığı Yararlar Nelerdir?	144
63. Eximbank İhracat Kredi Sigortası Programında Sigorta Kapsamına Alınan Riskler ve Özellikleri Nelerdir?	145
64. Uluslararası Gözetim Şirketlerinin İhracatçıya Sağladığı Yararlar Nelerdir?	146
65. Eximbank İhracat Kredileri Programları Hangileridir?	147

BÖLÜM XI: İTHALATTA YAPILAN İŞLEMLER

66. Nasıl İthalatçı Olunur ?	152
67. Kesin İthal Başvurularında İstenilen Belgeler Hangileridir ?	153
68. Bedelsiz İthalat Nedir? Bedelsiz İthalat Hakkından Kimler Yararlanabilir?	154

BÖLÜMXII: NAKLİYE VE BELGELER

69. "Nakliye Aracısı" Kimdir ve İhracatçı Tarafından Nasıl Seçilmelidir?	158
70. İhraç Mallarının Nakliye İçin Sigorta Edilmesi Gerekli Midir? Fors Majör (Mücbir Sebep) Durumunda, Hasar ve Kayıplardan Kim Sorumludur?	159
71. Mevcut Nakliye Alternatifleri İçinde En İyi Yol Hangisidir?	161
72. Nakliyecinin Yükümlülükleri Nelerdir?	163

BÖLÜM XIII: AMBALAJLAMA VE ETİKETLEME

73. Ürün İçin İhtiyaç Duyulan Ambalaj Nasıl Olmalıdır?	166
74. Ambalajlamanın Teknik Özellikleri Nelerdir?	168
75. Hedef Pazar Ürün Ambalajını Etkiler mi ?	170
76. Dağıtım Zinciri Ürün İçin İhtiyaç Duyulan Ambalajı Ne Şekilde Etkiler?	171
77. Ürün İçin İhtiyaç Duyulan Etiketleme Nasıl Olmalıdır?	172
78. Etkin Bir Ambalajlama İçin Gözönünde Bulundurulması Gereken Faktörler Nelerdir?	173
79. Ambalajın Toplam Ürün Maliyeti İçindeki Payı Ne Olmalıdır?	175

BÖLÜM XIV: KALİTE, ÇEVRE ,GÜVENLİK

80. Akreditasyon, Kalite, Kalite Standardı Nedir?	178
81. ISO 9000 Nedir ? ISO 9000 Belgesi Nasıl Alınır ?	181
82. Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi (Hazard Analysis Critical Control Points-HACCP) ve ISO 22000:2005 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Nedir?	185
83. İzlenebilirlik Nedir?	187
84. OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi Nedir?	188
85. ISO 14000 Nedir?	189
86. Çevre Etiketleri Nedir?	190

	Sayfa No.
87. CE İşareti Nedir?	191
88. Kalite ve Standartlar Konusunda Hangi Kuruluşlardan Bilgi Temin Edilebilir?	193
BÖLÜM XV: DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ	
89. Dünya Ticaret Örgütü Nedir ve DTÖ Sisteminin KOBİ'lere Sağladığı Faydalar Nelerdir?	198
90. Anti-Damping, Sübvansiyonlar ve Korunma Önlemlerine İlişkin DTÖ Hükümleri Nelerdir?	200
91. Ülkemizin Anti-Damping, Sübvansiyonlar ve Korunma Önlemlerine İlişkin Mevzuatı Nelerdir?	202
92. GATT Tarım Anlaşması İle Tekstil ve Giyim Anlaşması'nın Temel Hükümleri Nelerdir?	203
93. Ticarete Teknik Engeller Anlaşması'nın Temel Hükümleri Nelerdir?	205
94. Sağlık ve Bitki Sağlığı Önlemlerinin Uygulanmasına İlişkin Anlaşma'nın Temel Hükümleri Nelerdir?	207
95. Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS) Nedir ve Temel Kuralları Nelerdir?	208
96. Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS) Nedir ve Temel Hükümleri Nelerdir?	210
97. DTÖ Çerçevesindeki Tarife Dışı Tedbirlere İlişkin Diğer Düzenlemeler Nelerdir?	215
BÖLÜM XVI: ULUSLARARASI İLİŞKİLER	
98. Dünyadaki Bölgesel Siyasi ve Ekonomik Entegrasyonlarda Türkiye'nin Yeri Nedir?	218
99. AB İle Türkiye Arasında İmzalanan Gümrük Birliği'nin Kapsamı Nedir?	219
100. Türkiye Hangi Ülkelerle Ticaret Anlaşmaları İmzalamıştır?	220
YARARLI ADRESLER	222
EKLER	
EK 1: Kayda Bağlı İhracat Listesi	236
EK 2: İhracı Yasak Mallar Listesi	237
EK 3: İhracı Ön İzne Bağlı Mallar Listesi	238
EK 4: Kimyasal Silahlar Sözleşmesi Eki Liste 1'de Yer Alan Kimyasal Maddeler	239
EK 5: Devlet Yardımları Uygulamacı Kuruluşlar	242
EK 6: Standardı İhracatta Zorunlu Uygulamada Bulunan Ürünler Listesi	243
EK 7: İhracatta Kullanılan Uluslararası Belgeler	247

BÖLÜM I NİÇİN İHRACAT?

1. Bir İşadamı Neden İhracat Yapmalıdır? İhracat Yapmanın Firma İçin Faydaları ya da Riskleri Nelerdir?

Dünyada siyasi sınırların yeniden yapılanması, doğu blokunun çöküşü, yeni tüketici pazarlarının açılması, ticari blokların kurulması, ticaret anlaşmaları ve Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) kuruluşu, ihracat için yeni fırsatlar yaratmıştır. Daha ucuz, daha hızlı ve kaliteli üretim yapabilen rekabetçi üreticilerin ortaya çıkmasını sağlayan teknolojiye dünya genelinde ulaşılabilir olması dünya ekonomisini etkilemiş, günümüzde ekonomi küreselleşmiştir. Daha önceleri az gelişmiş ülkeler grubunda olan ülkeler, dünyada haberleşme sistemleri ağının genişlemesi, televizyon, basılı yayın ve elektronik ortam vasıtasıyla bilgiye ulaşabilme alanlarında yaşanan patlama sayesinde, gelişmiş ekonomilere ciddi birer rakip haline gelmişlerdir. Bu ülkeler ve firmaları açısından düşünüldüğünde, dünya pazarlarında oluşan olanakları kendi yararlarına kullanmak için böylesine uygun bir dönem hiç olmamıştır. Dolayısıyla, aşağıda belirtilen nedenlerden dolayı, ihracat yapmak, bir ülkenin ve firmalarının büyümesi ve rekabet gücünü artırması bakımından önem arz etmektedir.

Satış ve karları artırmak: Eğer firma iç pazarda iyi bir performans gösteriyorsa, yabancı pazarlara girmesi muhtemelen karlılığı artıracaktır.

Dünya pazarlarından pay almak: Dış pazarlara açılan firma, rakiplerinin dış pazarlarda pay almak için neler yaptıklarını ve pazarlama stratejilerini öğrenecektir.

İç pazara olan bağımlılığı azaltmak: Firma dış pazarlara açılarak, pazarlama gücünü artıracak ve iç pazardaki müşterilere olan bağımlılığını azaltacaktır.

Pazar dalgalanmalarını dengede tutmak: Firma dünya pazarlarına açılarak, iç piyasadaki genel ve mevsimsel dalgalanmalardan ve değişen tüketici taleplerinin yarattığı baskıdan kurtulacaktır.

Fazla üretim kapasitesini satmak: İhracat yaparak, kapasite kullanım oranı ve üretim vardiyelerinin süresi artırılabilir. Böylece ortalama birim maliyetler de azalmış ve ölçek ekonomisine ulaşılmış olunur.

Rekabet gücünü artırmak: İhracat, bir firmanın ve bir ülkenin rekabet gücünü artırmaktadır. Firma yeni teknolojilere, metotlara ve yöntemlere uyarak yarar sağlarken, ülke de ticaret dengesinin iyileşmesinden fayda sağlayacaktır.

İstihdam yaratmak: Mal ve hizmet ihracatı, yeni iş olanakları yaratacak, işsizliği azaltacaktır.

Dış ticaret açığının azalmasına yardımcı olmak: İthalatın ihracattan yüksek olması durumlarında oluşan dış ticaret açığının azalmasına katkıda bulunacaktır.

İhracatla ilgili uzmanlara ulaşabilmek: Pek çok firmanın ihracat yapmama kararı, bilinmeyenin yarattığı korkuya dayanmaktadır. Ülkedeki ticareti geliştirme kuruluşları, dış pazarlara henüz girmemiş olan şirketlere yardım etmek için kurulmuştur. Bu kuruluşlar, ihracat sürecinin her aşamasında firmalara yardımcı olmaktadır.

İhracatın firmalara doğrudan faydaları şunlardır.

- Pazar payını genişletme fırsatı verir.
- Eğer iç pazarda kapasite tam kullanılmıyor ise, üretimi artırma imkanı sağlar.
- İç pazara olan bağımlılığı azaltır, ya da iç pazardaki durgunluğu telafi etme imkanı verir.
- Dış pazarlara girerek, iç pazardaki rekabeti yarma imkanı verir.
- İç pazarda denenmiş ve test edilmiş ürünleri ihraç ederek dış pazara girilmesi, pazar araştırması maliyetini azaltır.
- Uluslararası pazarlarda yaşanan yoğun rekabet, ihracatçıları, ürünlerini pazarın ihtiyaçlarına göre uyarlamak için teşvik eder, böylece teknolojik know-how düzeyinde gelişme sağlanır.

İç pazara veya dış pazarlara açılmanın riskleri şunlardır.

İhracatta karşılaşılan risklerin pek çoğunun iç pazarda karşılaşılanlar ile olan benzerliğine dikkat etmek önemlidir.

- Satışlar tahmin edilen seviyelerin altında kalabilir.
- Rekabet beklenenden daha fazla olabilir.
- Müşteriler ödeme yapmakta yavaş olabilir veya hiç ödeme yapmayabilirler.

Sadece ihracata özgü riskler ise şöyle özetlenebilir.

- Hedef ülkeden ihracat gelirlerinin geri çıkışı kısıtlanmış veya yasaklanmış olabilir.
- Döviz kurlarındaki dalgalanmalar karları azaltabilir, ortadan kaldırabilir, hatta kayıplara neden olabilir.
- Ödeme yapılmaması veya sözleşme ile ilgili diğer anlaşmazlıklarda, yargıya gitmekte sorunlar çıkabilir.
- Savaş, iç savaş veya yabancı devlet tarafından millileştirme gibi hedef pazardaki istikrarsızlıklar kayıplara yol açabilir.
- Ürün yabancı pazarlarda kabul görmeyebilir.

KAYNAKLAR

Profitable Exporting, Laurel Delaney, Self-Counsel Press 1998

2. Tipik Bir İhracat İşleminde Neler Yeralır?

İhracat sürecinin üç önemli aşaması vardır: Fizibilite analizi, dış pazara girişin planlanması ve uygulama. Bu aşamalar yirmiiki basamaktan oluşmaktadır.

Fizibilite Analizi

- 1- İç pazardaki firma performansını analiz etmek (ürün, kurumsal, mali, pazarlama, vb. açılarından)
- 2- Firmanın kapasite durumunu incelemek
- 3- Hedef pazarların demografik, sosyal, politik ve ekonomik faktörlerini gözönüne almak
- 4- Dış ticaret uzmanlarına danışmak (pazarlama, finansman, mevzuat, vb. konularda)
- 5- Hedef pazarları seçmek

Dış Pazara Girişin Planlanması

- 6- Sektör bazında pazar araştırması yapmak.
- 7- Pazar araştırmasının değerlendirilmesini yapmak.
- 8- Pazara giriş stratejisini saptamak.
- 9- Hedef pazardaki lisans, standartlar ve sertifikasyon taleplerine uygunluğu sağlamak.
- 10- Patent, ticari marka ve telif hakları hakkında gerekli bilgiyi toplamak.
- 11- Vergiler, gümrük vergileri, harçlar, kotalar ve diğer tarife dışı engelleri belirlemek.
- 12- Fiyat listesi oluşturmak.
- 13- Finansman bulmak.

Uygulama

- 14- Dağıtım yöntemlerini belirlemek.
- 15- Pazarlama planını uygulamak.
- 16- Temsilcilik veya satış yöntemlerini seçmek.
- 17- Satış sözleşmesini müzakere etmek.
- 18- Üretimi tamamlamak.
- 19- Sigorta yaptırmak.
- 20- Gerekli belgeleri tamamlamak.
- 21- Ürünü ambalajlamak ve etiketlemek.
- 22- Ürünü yüklemek.

KAYNAKLAR

A Short Course in International Marketing, Jeffrey Curry, World Trade Pres 1999
CBI Export Planner, CBI, Laman Trip, 2000

3. İhracatçılar Tarafından En Fazla Yapılan Yanlışlar Nelerdir?

Küçük firmaların ihracata başlarken en fazla yaptıkları oniki yanlış aşağıda verilmektedir.

1. Dış pazarlama stratejisi geliştirmeden ve pazarlama planı yapmadan önce ihracat danışmanlığı hizmetlerinden yararlanmamak veya gerekli bilgileri temin etmemek.
2. İhracatta karşılaşılan zorlukların üstesinden gelme ve mali gereklilikleri yerine getirme konusunda, üst yönetimin kararlılığının yetersiz oluşu.
3. Hedef pazardaki temsilcilik ya da dağıtımçıları seçmekte yeterli özeni göstermemek.
4. Bir kaç coğrafi bölge üzerinde yoğunlaşmak yerine, tüm dünyadan talepler aramak.
5. İç pazar satışlarında patlama olduğunda, ihracatı ihmal etmek.
6. İç pazardaki dağıtımçı ve müşterilerle olan ilişkilerin dış pazarlarda kurulamaması.
7. Bir ürünün ve bir pazarlama tekniğinin, otomatik olarak tüm pazarlarda başarılı olacağını varsaymak.
8. Yabancı ülkelerin kurallarına ve kültürel tercihlerine göre ürünlerin geliştirilmesinde yeterince istekli olmamak.
9. Servis, satışlar ve garanti konusundaki dokümanların, yabancı dillerde hazırlanmaması.
10. Firmanın kendi ihracat bölümünü kuramaması halinde, bir ihracat yönetim firmasından hizmet almayı düşünmemesi.
11. Firmanın, ithalat kısıtlamaları, kaynak yetersizliği ya da geniş ürün yelpazesine sahip olmaması gibi nedenlerden dolayı, kendi başına yabancı pazarlara girme konusunda isteksiz olması ve bu durumda lisans veya joint venture anlaşmaları yapmaması.
12. Ürün için satış sonrası hizmetleri sağlamakta başarısız olması.

KAYNAKLAR

Key Words in International Trade, Arthur Dunkel, ICC Publishing, 1996

4. İhracata Karar Vermeden Önce Hangi Sorulara Cevap Verilmelidir?

İhracat, önemli ölçüde idari, mali ve üretimle ilgili kaynaklarının kullanımını gerektirir. Bu nedenle, ihracata karar vermeden önce iyi bir değerlendirme yapabilmek için aşağıdaki sorulara cevap aramak önem kazanmaktadır.

Yurtiçi Performans

Firma iç pazarda neden başarılıdır?

Ürünün mevcut durumda pazar payı nedir?

Firmanın İhracat Konusundaki Kararlılık ve Arzusu

Firmanın ihracat yapmaktaki amacı nedir?

Firmanın hiyerarşik yapısı içerisinde ihracat bölümü hangi düzeydedir?

İhracat sürecinde firmanın hangi düzeyde elemanları görev alacaktır?

Firmanın eleman sayısını artırmaya gerek var mıdır?

Firmanın (veya çalışanlarının) dış pazarlar ve ihracat konularında deneyimleri nelerdir?

Firma ihracat sürecinde yer almaya ne düzeyde isteklidir?

Firma risk almaya ne kadar isteklidir?

Rekabet

Yabancı bir pazarda, firmanın ürünlerinin veya hizmetlerinin rekabetçi olmasını sağlayan nedir?

Ürünleri ve hizmetleri emsalsiz yapan nedir?

Genel olarak rekabet avantajı (teknolojik gelişmeler, patentler, beceriler vb. avantajlar) nelerdir?

Hedef Pazarlar

Pazarın hangi kesimleri hedeflenmektedir?

Dış pazarlarda ürün satmak için ne kadar stok tutmak gerekecektir?

Firmanın dış pazarlardaki rakiplerinin performansı nasıldır?

Ürün gümrük vergileri, kotalar ve diğer tarife dışı engeller tarafından kısıtlanmakta mıdır?

Ürün, yurtdışındaki tüketicilerin kültürü, gelenekleri veya inanışları ile çelişiyor mu?

Ürünün yurtdışında patent / ticari marka kanunları ile korunması gerekli mi?

Ürünün etiketlenmesine ilişkin gereklilikler nelerdir?

Çevre ile ilgili ne tür kısıtlamalar vardır, ne ölçüde uyum gerekir?

Ürünün Pazarlanması

Ürün ya da hizmetin reklamı nasıl yapılacaktır?

Hangi şirketler, acentalar ya da dağıtımçılar benzer ürünler satın almıştır?

Dış pazarlara satış yaparken firmayı kim temsil edecektir?

İhraç pazarı ile ilgili görevleri üstlenmek üzere bir acenta ya da dağıtımçı tayin edilecek midir?

Acenta ya da dağıtımçıya hangi bölge verilecek?

Acenta ya da dağıtımıcının hangi davranışları kabul edilebilir?

Potansiyel alıcı ürünün çalışır halde bir model ya da örneğini görebilir mi?

Ürünün ya da hizmetin üzerine ilgiyi en iyi şekilde çekecek bir ticaret fuarı var mıdır?

Ürün veya hizmet hedef pazarda aynı isimle mi satılacaktır?

Fiyatlandırma ve Ticari Koşullar

Fiyat nasıl hesaplanacaktır?

Hizmet verme koşulları nelerdir?

Ödeme ve kredi vadeleri nelerdir?

Ürünün garanti süresi nedir?

İndirim koşulları nelerdir?

KAYNAKLAR

Export decision-making in small firms: the role of organizational learning, Burpitt W.J.; Rondinelli D.A., Journal of World Business, Volume 33, Number 1, 1998, pp. 51-68(18), Elsevier Science

BÖLÜM II

İHRACATA HAZIRLIK

5. İhracatta Planlamanın Temel Unsurları Nelerdir?

İhracat planı geliştirmek dikkatli bir planlama ve zaman gerektirir. Girişilen her yeni iş için olduğu gibi, ihracat kararı da, kısa dönemli kar amacından daha çok, uzun dönemli bir iş yatırımı olarak düşünülmelidir. Uluslararası iş anlaşmaları için taahhütlere girmeden önce bir iş planının geliştirilmesi, ürünün ihracata hazır olması açısından önemli ve anahtar bir adımdır. İyi hazırlanmış bir plan, uluslararası pazarlarda ürünün potansiyelini tespit etmek, finansmanın daha kolay temini, ürün için bir pazar olup olmadığını incelemek ve ürünün ihracatının ne kadara mal olacağını tayin etmek konusunda yardımcı olacaktır. Bir iş planını oluşturan ana bölümler şunlardır:

BÖLÜMLER	İÇERİK
Yönetici özeti	Firmayı başarılı yapan etkenleri belirleyin ve yerli ve yabancı rakiplerine göre sahip olduğu avantajların listesini yapın.
Firmanın mevcut durumu	Firmanın ihracat potansiyeli olan ürünlerini belirleyin.
Amaçlar	Firmanın uzun vadede hedeflerini ve bu hedeflere ulaşılmasında ihracatın nasıl yardımcı olacağını belirleyin.
Yönetim	Firma analizi yapın. Bunun birinci nedeni, ihracat kararının yönetimin her katında desteklendiğinden emin olmak, ikinci nedeni ise hangi işleri kimin yapacağına karar vermektir.
Tanımlama	Ürün veya hizmetin uluslararası pazarda neden emsalsiz olduğu sorusuna cevap verin.
Pazar Analizi	Bu pazarda fırsatların neler olduğunu belirleyin.
Hedef Müşteriler	Hedef müşterilerin demografik ve sosyo-ekonomik profilini ortaya çıkarın.
Rekabet	Firmanın sanayi içindeki rekabet edebilirliğini belirlemek amacı ile bir sanayi analizi yapın.
Örnek Grup Araştırması	Yapıcı eleştiri ve geri bildirim kazanmak için hedef pazardaki potansiyel müşterilerden oluşan küçük bir örnek grup üzerinde araştırma yapın.
Hesaplanmış Risk	Sanayinin ve firmanın gelecek 3-5 yıl içerisindeki performansı konusunda tahminde bulunun.
Pazarlama Stratejisi	Müşterilerin ilgisinin nasıl çekilebileceğini ve bu ilginin nasıl sürdürüleceğini belirleyin.
Fiyatlandırma/Karlılık	Uluslararası bir fiyatlandırma stratejisi belirleyin.
Satış Taktikleri	Ürünü nasıl satacağınız konusunda pazarlama taktikleri geliştirin.
Dağıtım Kanalları	Pazarlarda nerelere ve nasıl, hangi dağıtım kanalını seçeceğinizi belirleyin.

Reklam	Hedef pazarların etiketleme ve paketleme kurallarını, tercüme imkanlarını, müşteri ilişkilerini irdileyin, toplum kültürü açısından hassas olabilecek pazarlama stratejilerine ve yanlış anlamaya sebep olmamaya dikkat edin.
Halkla İlişkiler	Düzenli ve tutarlı bir güncel ürün/hizmet programı ile kuruluşa yönelik bir gazete geliştirin, teknik dergilere yazılar verin, basın bildirileri yayınlayın, müşteri toplantıları organize edin.
İş İlişkileri	Kültür eğitimini de içeren uluslararası iş ilişkileri planı geliştirin.
Üretim Planı	Başlangıçtaki üretim miktarını, üretim hacminin genişletilmesi için nelere ihtiyaç duyulacağını, hammadde kaynaklarını, üretim yeri vb. konuları saptayın.
Mali Projeksiyonlar	Beş yıllık bir kar ve zarar durumu tespiti yapın. Gerçekçi ve temkinli olmaya çalışın.
12 Aylık Bütçe	İhracatın birinci yılı için maliyet tahmini yapın.
Nakit-Akışı Tahmini	Nakit giriş ve çıkışını hesaplayın.
Bilanço	Likidite ve nakit pozisyonunu saptayın.
Başa - Baş Analizi	Başa-Baş noktası için satılması gereken ürün miktarını hesaplayın.
Kaynak / Fon Temini	İhracata başlamak veya geliştirmek için gerekli fonların nereden bulunacağına karar verin.
Gelirlerin Kullanımı	Kazanç ve alacakların nereye yöneltileceğine karar verin.
Sonuçlar	İhracat hedeflerini, gerekli toplam sermayeyi, beklenen karı, planın yerine getirilmesine ilişkin takvimi ve genel yorumları belirtin.
Ekler	Firmanın ihracat programında anahtar kişinin özgeçmişinin yanı sıra, önemli hususlar, potansiyel müşteriler, pazar araştırması bilgisi, çizimler, anlaşmalar ve mali tahminleri de ek olarak planının sonuna ekleyin.

KAYNAKLAR

A short Course in International Marketing, World Trade Press
 An Export Marketing Plan for Small Companies, Claud Cellich, S. Tamer Çavuşgil,
 International Trade Forum, ITC

6. İhracatta İş Planı Geliştirirken Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar Nelerdir?

Maliyetsiz veya Düşük Maliyetli Danışmanlık Hizmeti Araştırılmalıdır:

İhracata yeni başlayan veya daha önce bilinmeyen dış pazarlara giren şirketler, uluslararası ihracat planını gerçekleştirmeden önce, ihracat danışmanlığı hizmeti veren kuruluşlardan yararlanmalıdır.

Üst Yönetimin Onayı Alınmalıdır.

Araştırmayı yapmadan ve planı yazmadan önce, hedef pazara giriş stratejisi geliştirmekten sorumlu kişi, üst yönetimden onay almalıdır. Böylece şirketteki anahtar kişilerin karşılaşılabilecek olan zorlukları yenmek ve ihracat için gereken mali gereklilikleri yerine getirmek için istekli oldukları anlaşılır. Şirketin başkanı ve muhasebe, finans, lojistik, pazarlama, araştırma ve eğitim bölümlerini kapsamak üzere tüm bölümler, firmanın ihracata başlama planlarını bilmeli ve benimsemelidir. Tüm üst yöneticilerin ayrıntılı özgeçmişleri uluslararası iş planına eklenmelidir.

Eksiksiz Bir Pazar Araştırması Yapılmalıdır.

Pazar araştırması yapacak olan firma; araştırma için gerekli olan sektör bazında ihracat/ithalat potansiyeli, ülke ve ürün bilgileri, yararlanılabilir kaynaklar, belli bir ürün almak isteyen yabancı şirketler veya ithalatçıların adresleri, pazarlama kılavuzları, tüm dünyadaki ülkelerin politik, sosyo-ekonomik koşulları ve diğer ilgili bilgiler için İGEME web sitesi ve kütüphanesine başvurabilir.

Pazar Araştırması Analiz Edilmelidir.

Pekçok ihracat planı, pazar araştırması alanında zayıftır. Pazar araştırması ihracatçının belli bir pazarda bir ürünün satılıp kabul edileceği konusundaki düşüncesinin doğrulanmasıdır. Bu, ürünün tasarımı, boyutu, renk ve diğer özellikleri ile ilgili tüketici tercihlerini saptamak üzere seçilmiş tüketici grupları üzerinde yapılan çalışmalar, ilgili pazara ürün numunelerini göndererek ve genellikle potansiyel yabancı müşterilerin kendilerine özgü tercihlerini araştırarak öğrenilir.

İhracat ve İthalat Akışı Belirlenmelidir.

Pek çok firma belli bir ürünün nereye ihraç edileceği ya da nereden ithal edileceğini araştırmayı zor bulmaktadır. Eğer bir ihracatçı bir pazarda başarılı olacaksa, bu pazarda ürününün rekabet edip edemeyeceğini belirlemesi kesinlikle çok önemlidir. Bu tür istatistikler Türkiye İstatistik Kurumu'ndan, Dış Ticaret Müsteşarlığı'ndan veya İGEME'den temin edilebilir.

En Uygun İhraç Fiyatı Belirlenmelidir.

Bir ürünün fiyatını belirlemek, ihracat planı içindeki mali projeksiyonları etkileyecek olan en önemli faktördür. İhracata yeni başlayan ya da nadiren ihracat yapan ihracatçıların pekçoğu birim fiyata yansıyabilecek olan çeşitli, yerel olmayan maliyetleri hesaba katmazlar. İhracat yaparken düşünülmesi gereken maliyeti artırıcı faktörler arasında, satış komisyonları, taşıma şirketleri için ödenen ücretler, gerekli belgeler için yapılan masraflar, finansman maliyetleri, akreditif masrafları, ihracat için ambalajlama masrafları, etiketleme ve işaretleme masrafları, ülke içinde taşıma masrafları, ürünün varış yerinde boşaltılması için gerekli masraflar, sigorta masrafları, ürüne ait belgelerin çevirisi vs. işlemler, kredi vadeleri, depolama için masraflar bulunmaktadır. Bu masrafların herbirinin, mali projeksiyonlarda ve 12 aylık bütçede net olarak dile getirilmiş olduğundan emin olunmalıdır. Fiyatlandırma bölümünde konu detaylı bir şekilde incelenmektedir

Firmanın Kapasitesi Net Bir Şekilde Ortaya Konulmalıdır.

Fiyatlandırmanın, bir alıcının bir ürün ya da hizmeti alma kararına etki eden tek faktör olmadığını vurgulamakta fayda vardır. Yönetim kabiliyeti, üretim kapasitesi, kalite kontrol sistemi, yabancı firmalarla teknik işbirliği, siparişleri karşılama sistemi, çalışılan firma referanslarını içeren ihracat deneyimi ve bankalarla ilişkiler dikkate alınması gereken diğer hususlardır.

Alıcının Kararını Etkileyecek Hususlara Hitap Edilmelidir.

Alıcının karar verirken gözönüne aldığı hususlara hitap etmek önemlidir. Böylece iş planını okuyanlar, firmanın yabancı alıcılar için önemli olan faktörleri bildiği kanısına varırlar. En önemlisinden, en az önemli olanına kadar, satın almada etken olan belli başlı faktörler şunlardır: Kalite, teslim planı, fiyat, garantiler, şikayet/zararın telafi edilmesi, patentlerin korunması ve ihlallerin önlenmesi, teknik yardım, gizlilik, çizimlerde/özelliklerde değişiklik, ambalajlama, ödeme şekilleri, taşıma şekli ve talepler ile ilgili gelişmeleri bildirme yeteneği.

Pazarlama

İlk kez ihracat yapan pek çok ihracatçı, aktif olmaktan çok pasif davranan ihracatçılardır. Çünkü ihracat yapmalarının tek nedeni başka bir ülkeden birisinin onlarla temasa geçmiş olmasıdır. Pek çok firma ihracat yapmaz, çünkü pazarlama fırsatlarını bilmezler. Bu konuda sağlanan destek ve fırsatlar bu kitapta yer almaktadır.

Bir Alıcının Kredibilitesini Kontrol Etmek

İhracatçının bir iş anlaşması yapmadan önce, potansiyel alıcının, dağıtımıcının veya ortağın kredibilitesini kontrol etmesi kesinlikle gereklidir. En iyi kaynaklar Türkiye'deki yabancı kredi servisleri ve alıcının ülkesinde bağlı bulunduğu Ticaret ve Sanayi Odalarıdır. Bu konu Finansman ve Ödeme bölümünde izah edilmektedir.

Dağıtım Şeklinin Seçimi

Pek çok firma, doğrudan ihracatı sadece yurtdışıyla iş yapmak olarak görür. Doğrudan ihracat, pazarlama, finansman ve ihracat pazarının büyümesinin en iyi şekilde kontrolüne olanak verir. Bununla beraber, komisyonla çalışan bir satış acentası bulmak, bir SDŞ'nin ürünün satışını yapmasına izin vermek, bir satış temsilcisi bulmak, bir dağıtımçı bulmak, lisans vermek, ortak yatırım yapmak veya off-shore üretim gibi diğer dağıtım kanalları da mevcuttur. Bu konular ileri ki bölümlerde detaylı olarak incelenmektedir.

KAYNAKLAR

Export Marketing Strategies and Plans, ITC, Geneva, 1992

7. İhracat Konusunda KOBİ'lere Yönelik Hizmet Veren Kuruluşlar Hangileridir?

A) İGEME İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi

İGEME'nin Araştırma ve geliştirme faaliyetleri, ihracatçı firmalarımızın dış pazarlardaki paylarının artırılması, yeni pazarlar bulunması ve ihraç ürünlerinin çeşitlendirilmesi amacıyla yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmalardır. Bu çalışmalar ülkemizdeki ve dünyadaki ekonomik gelişmeler ve ticari prosedürler konusunda ihracatçılarımızın bilgilendirilmesi, ihracata yeni başlayacak firmalara gerekli bilgilerin sağlanması ve çeşitli projelerin yürütülmesi gibi hizmetleri de içermektedir. İGEME, bu kapsamda araştırma raporları (Dış Pazar araştırmaları) ile sektörün Türkiye'deki durumu, üretim, kapasite, standartlar, ihracat potansiyeli itibariyle inceleyen, dünyadaki mevcut durumu, uluslararası ticaretteki yerini ve seçilmiş ülkeler bazında hem Türkiye'ye rakip olabilecek hem de ihraç pazarı olarak değerlendirilebilecek ülkeler itibariyle dış pazar bilgilerini ihracatçılarımıza ulaştırmayı amaçlamaktadır. Ülke raporları ihraç pazarlarımızın çeşitlendirilmesi amacıyla hazırlanan, hedef ülkelere yönelik pazar bilgilerini içeren çalışmalardır. Dış Ticaret Mevzuatının takibi yapılmakta ve yayınlanmaktadır. Ayrıca "İhracatta Pratik Bilgiler" adlı yayınlar ile ihracatçılarımıza dış ticaretle ilgili genel konularda bilgileri özellikle kolay anlaşılır şekilde veren kitaplar hazırlanmaktadır.

İGEME-KOBİ İhracat Danışma Hattı: İGEME bünyesinde oluşturulan bu hat; dış ticaret mevzuatı, ihracata yönelik teşvik araçları, devlet yardımları, ihracatın değişik aşamalarında bilinmesi gereken pratik bilgiler, uluslararası ticari uygulamalar, potansiyel pazarların araştırılması veya geliştirilmesine ilişkin ülke ve sektör bilgileri, ihracatın artırılması için gereksinim duyulan nitelikli eleman yetiştirilmesine yönelik Eğitim Programları ve tanıtım amaçlı fuarlar konusunda zamanında ve doğru bilginin temin edilmesi için faaliyet göstermektedir.

Ayrıca son dönemde ticari bilginin tek elden hızlı ve doğru bir şekilde ihtiyaç sahiplerine iletilmesi ve uzmanlık gerektiren bilgi paylaşımının etkinliğinin artırılması amacıyla Merkez'de bir Ticari Bilgi ve Rehberlik Hizmetleri (TBRH) birimi kurulmuştur.

İGEME'nin ihracatçı firma ve kuruluşlara sunduğu hizmetler arasında dış ticaret konusunda düzenlenen kurs, seminer ve çalıştay şeklindeki eğitim faaliyetleri ağırlıklı olarak yer almaktadır.

Ayrıca İGEME ihracatçılarımıza yabancı ithalatçıların doğrudan temasını sağlamak, tanıtıma ve yeni iş olanakları yaratmaya yönelik faaliyetlerini geliştirmek ve etkinleştirmek amacıyla uluslararası fuarlara katılım/tanıtım faaliyetlerini de gerçekleştirmektedir.

B) İhracatçı Birlikleri

Birliklerin iştigal alanına giren konular çerçevesinde üretim, ihracat, ithalat, fiyat durumu, dış piyasadaki rakiplerimiz ve mevzuat çerçevesinde oluşturulan bilgiler güncel olarak ihracatçılarımızın gereksinim duyacağı her türlü bilgi derlenmekte ve dileyen üyelerin kullanımına sunulmaktadır.

C) İKV (İktisadi Kalkınma Vakfı)

Gümrük Birliği'nin işleyişiyle ilgili olarak firmaların sorularını yanıtlamakta ve sorularına çözüm üretmektedir. Türk firmalarının AB ülkelerine yaptıkları ihracatta karşılaştıkları spesifik sorunlarını tespit etmekte ve bu sorunların "Türkiye-AB Gümrük Birliği Ortak komitesi" toplantılarında görüşülmesini sağlamaktadır.

KOBİ'ler arasındaki işbirliğini sağlamaya yönelik olan, Avrupa Birliği'nce uluslararası düzeyde organize edilen (Europartenariat, Medpartenariat gibi) ve İKV koordinasyonunda yürütülen faaliyetlere katılımı yürütmektedir.

D) KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayileri Geliştirme Başkanlığı)

KOSGEB, Avrupa Birliği'nin uluslararası önem ve etkinliği olan, Avrupa Bilgi Merkezi, İşletmeler Arası İşbirliği Ağı ve İşletmeleri Yaklaştırma Bürosu programlarında ulusal merkez olarak hizmet vermektedir. Söz konusu programların bilgi ağları vasıtasıyla küçük ve orta ölçekli işletmelerin her türlü teknik, teknolojik, ithalat, ihracat, mevzuat, ortak yatırım, pazar ve sektör araştırması ile finansman kaynakları konularındaki bilgi gereksinimini karşılamaktadır.

E) TİKA (Dışişleri Bakanlığı-Türk İşbirliği ve Kalkınma Ajansı)

Ülkelerin ekonomik yapılarının incelenmesi ve sektörel önceliklerin belirlenmesi amacıyla ülkelerin profilleri hazırlanmakta ve sektör araştırmaları yapılmaktadır.

F) TOBB (Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Borsalar Birliği)

Ülkemizin sanayi ve ticaret alanında uluslararası rekabet gücünü arttırmaya, verimliliği ve ekonomik büyümeyi hızlandırmaya yönelik, ulusal ve uluslararası her türlü bilginin erişilebilir ve kullanılabilir olmasını sağlamak amaçlanmaktadır.

G) DEİK (Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu) İş Konseyleri

Türk ekonomisinin dünya ekonomisine entegrasyonuna katkıda bulunabilmek için, sanayi işbirliği başta olmak üzere, dış ticaret ağının genişletilmesi, hizmet sektörünün yurtdışına açılması konularında yeni pazar olanaklarını değerlendirmektedir. DEİK iki taraflı İş Konseyleri aracılığı ile faaliyet göstermektedir.

H) TOSYÖV (Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı)

TOSYÖV Girişimcilik ve KOBİ Araştırma Merkezi (KOBİ-AR) 1995 yılında kurulmuştur. TOSYÖV kendi içinde birim ve profesyonel danışmanlarla KOBİ'lere yönelik olarak bilgi akışını sağlamaktadır. Ayrıca KOBİ'leri ulusal ve uluslararası eğitim seminerleri düzenleyerek bilgilendirmektedir.

KAYNAKLAR

Ihracatçının Başvuru Rehberi, 1997, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara, Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, <http://www.igeme.gov.tr>

BÖLÜM III

HEDEF PAZAR SEÇİMİ

8. İhracatçı, Hedef Pazarda Başarılı Olup Olamayacağını Nasıl Saptar?

Doğru ihrac ürününün seçimi ihracatta başarı için çok önemlidir ve aşağıda kısaca değinilen bir seri etkene bağlıdır:

İhracat/İthalat Eğilimleri: İhracatçı, bir ürünün uluslararası ticaretindeki eğilimleri analiz etmek için bu konuda hazırlanmış yayınlardan faydalanmalı ve ilgili kuruluşlar ile temasa geçerek analiz için gerekli istatistikî bilgilere ulaşmalıdır. Böylece pazarlama stratejisini tasarlamak için gerekli bilgilere sahip olacaktır.

Hedef Pazarlar: Ürün hedef pazarda sadece istikrarlı değil, aynı zamanda yükselen bir talebe de sahip olmalıdır. Bu talep demografik araştırmalar ve pazar araştırması yolu ile belirlenmelidir.

Tedarikçi Tabanı: İhracatçının müşterilerinin isteklerini kesintisiz karşılayabilmesi için, sürekli ve düzenli olarak hammadde alabileceği üreticilerle ilişkide olması zorunludur.

Üretim Kapasitesi: Kısıtlı üretim kapasitesinden dolayı, ürün teslimatında ortaya çıkacak sorunlar, ihracatçının imajını zedeleyebilir.

Ürün Adaptasyonu (konumlandırma): Bir ürünün iç ve dış pazarlardaki başarısını garanti altına almak için, ihrac pazarının ihtiyaçlarını karşılamak üzere, ürünün hedef pazara uyarlanması gereklidir. Ürünün renginde, boyutunda, tadında, ambalajlamasında ve buna benzer konularda değişiklik gerekip gerekmediğini saptamak önemlidir.

Satış Sonrası Hizmetleri: Eğer ihrac edilen ürün satış sonrası hizmet gerektiriyorsa, ihracatçı ya o ülkede bir servis merkezi açmalı ya da bu hizmetleri sağlayabilecek bir dağıtımçı/acentayı bulmalıdır. Eğer ihracatçı bu hizmeti sağlamak için gerekli mali ya da teknik olanaklara sahip değilse, ürün ihracat için uygun olmayabilir.

Ticaret Kısıtlamaları: İhracat için seçilen ürünler, Türkiye'nin ihracat mevzuatı kapsamında ihrac edilebilir, ithal eden ülkenin ithalat mevzuatında da ithal edilebilir, olmalıdır.

Uluslararası rekabet gücü bir başka deyişle ihrac pazarlarında rakiplere nasıl üstünlük sağlanabileceği konusunda yeni ve farklı bir yaklaşım olan 'The Business Management System (BMS) - İş Yönetim Sistemi' KOBİ'leri uluslararası pazarlarda başarılı kılacak yeni bir yönetim modelidir.

İşletme Yönetiminde çağdaş yaklaşıma göre, işletmenin ihracata veya kısaca satışa yönelik işleri, işletmenin bütünsel yönetiminden ayrı değerlendirmemelidir. Bir işletmenin hem iç hem de dış pazarlardaki başarısı doğru işin doğru şekilde yapılmasına yani yöneticinin bilgi ve becerilerine bağlıdır.

KAYNAKLAR

İş Yönetim Sistemi International Trade Centre UNCTAD/WTO'nun uluslararası eğitim programlarında kullandığı bir işletme yönetimi modeli olan The Business Management System (BMS) den alınmıştır. BMS ise kaynakça olarak The Business Management Grid, Ataç, Osman Ata, the Association of Training Institutions for Foreign Trade in Asia and the Pacific (ATIFTAP), Manila, Philippines, 1995. Diagnostic Consulting Expert System (DICONEX), Ataç, Osman Ata, Association of Training Institutions for Foreign Trade in Asia and the Pacific (ATIFTAP), 1995 ile DR. Ataç'ın eğitim seminerleri ve konferans materyallerinden derlenmiştir. Exporter's Encyclopedia ISBN 07312-0159-3896 Dun and Bradstreet, 3 Sylvan Way, Parsippany, NJ 07504, Tel: (800) 234 3867, Fax: (201) 6056911. İkiyüzden fazla ülke için, bu ülkelere yapılacak ihracat sırasında gerekli olacak bilgileri içeren bir yayın.

9. İhracatçılar Dış Pazar Bilgilerini ve Pazar Araştırmalarını Nereden Bulabilir?

İGEME üretici/ihracatçı firmalara, ihracat mevzuatı, pazarlama, ülkeler, ihracat pazarları ve uluslararası ticarete ilişkin çeşitli konularda bilgi sağlamaktadır. Merkezin İzmir ve İstanbul'da, yurtdışında ise Kıbrıs ve Rotterdam'da ofisleri bulunmaktadır. İGEME bu bilgileri ülke/ürün araştırmaları, ihracat işlemleri hakkında bilgi veren ihracatta pratik bilgiler serisi, dış ticaret ve yatırım mevzuatını içeren yayınlar vb. yayınlar yolu ile üretici ve ihracatçıların hizmetine sunmaktadır. Ayrıca şahsen, yazıyla, telefonla veya e-mail ile başvuran ihracatçılara talep ettikleri bilgiler sağlanmaktadır. İGEME KOBİ danışma hattı bu amaca hizmet etmektedir. İGEME, ürettiği tüm ticari bilgileri web sayfasında da yayınlamaktadır. (<http://www.igeme.org.tr>)

İGEME kütüphanesinde dış ticaret konusunda yararlı olabilecek çok sayıda süreli ve süresiz yayın bulunmaktadır. İGEME kütüphanesindeki periyodiklerin listesi İGEME Web sitesinde yer almaktadır. Ayrıca Ticaret Odaları, Bankalar ve İhracatçı Birliklerinin de dış pazar bilgileri veren yayınları mevcuttur.

Türkiye'nin yurtdışındaki Ticaret Müşavirlikleri de, bulundukları ülkedeki pazara ilişkin çeşitli bilgileri, talep edildiğinde ihracatçılarımıza sağlamaktadır. (<http://www.dtm.gov.tr/pazaragiris/ilkagiris.htm>)

Ayrıca, DTM'nin pazara giriş sayfasında yer alan linkten ulaşabileceğiniz " AB Pazara Giriş Servisi"nden de ülkeler hakkında genel bilgiye, istatistiklere, gümrük vergileri ve ticari ve sektörel engellere ulaşabilirsiniz. (<http://mkacddb.eu.int>)

Cenevre'deki Uluslararası Ticaret Merkezi ITC, UNCTAD / WTO taze meyve ve sebzeler, taze çiçekler, tropik bitkiler ve süs bitkileri, baharatlar, ham ve yarı işlenmiş deri, meyve suları, pirinç ve seçilmiş ilaç hammaddeleri için önemli pazarlar hakkında bilgi vermektedir. Her ürün grubu için "Pazar Haberleri Servisi" (The Market News Service MNS ürünlerin güncel fiyatları, arz, talep ve pazardaki durumu etkileyebilecek diğer ekonomik bilgiyi sağlamaktadır. MNS'ye abone olanlar bu bilgiyi elektronik posta, faks ya da posta ile alabilirler.

ITC'nin "Ticari Bilgi Yayma Birimi" de (Trade Information Dissemination Unit) özel bir ülkede ürünler için pazar potansiyeli hakkında özet pazar bilgileri hazırlamaktadır. Bu raporlar, ithalat ve ihracat miktarları, tüketici tercihleri, gümrük vergisi oranları, fiyatlar, satışları artırıcı reklamlar, dağıtım teknikleri, ticari deneyimler, pazar fırsatları ve temasa geçilebilecek kuruluşlar gibi pazar giriş bilgileri hakkında ayrıntılı bilgi vermektedir.

Yabancı pazarlar hakkında bilgi veren araştırmalar birçok gelişmiş ülke tarafından kendi vatandaşlarının kullanımı için hazırlanmaktadır. Fakat diğer ülkelerden ilgilenenlerin de bunları edinmeleri mümkündür. Örneğin, ABD Tarım Bakanlığı (U.S. Department of Agriculture) tarafından "Yabancı Pazar Bilgi Raporları" hazırlanmaktadır. Bu raporlar "Food Market Overviews" ve "Market Focus Reports" isimli yayınlarıdır. "The Food Market Overviews" ellinin üzerinde ülkedeki gıda pazarı durumu hakkında ayrıntılı bilgi vermektedir. Gelişmekte olan ülkelerdeki firmalara yardımcı olabilecek her ülke için mevcuttur. Raporlar, pazar hakkında genel bilgi, ABD iç pazar ve üçüncü ülke rekabeti, pazar eğilimleri ve fırsatlar ve yurtiçi gıda işleme sektörü hakkında bilgi içermektedir. İsminden de anlaşılacağı gibi "Market Focus Reports" belirli bir ülkede belirli bir pazara odaklanmaktadır. Bu raporları elde etmek için gerekli bilgi internette şu adresten alınabilir: <http://www.fas.usda.gov/>

ABD Ticaret Bakanlığı- "International Trade Administration" nın sitesi de çeşitli ülke pazarları hakkında raporlar içermektedir (<http://www.ita.doc.gov/>).

Hollanda'nın CBI (Gelişmekte Olan Ülkelerden İthalatı Geliştirme Merkezi) de Hollanda ve AB pazarları için ürün bazında pazar araştırmaları yayınlamaktadır. Kuruluşun adresi kaynaklar kısmında yer almaktadır.

Pazar bilgisi alınabilecek dünyadaki Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının web sitesi adresleri, İGEME web sayfasında yararlı linkler kısmında bulunmaktadır.

Basılı dokümanlarda yer alan bilgilerden daha detaylı bilgi toplamak ve yerinde dış pazar araştırması yapmak isteyen firmalar Devlet Yardımları kapsamında XII. Bölümde belirtilen "İhracat Pazar Araştırması Desteği"nden yararlanabilirler.

Yurtdışındaki ithalatçı adreslerinin temin edilmesi

İhracatçıların İGEME'ye başvurarak ithalatçı adresleri temin etmeleri mümkündür. Merkezin Kütüphanesinde çok sayıda yerli / yabancı rehber ve katalog/CD vb. materyallerde ithalatçı adres/tel /faks vs. bilgisi bulunmaktadır. Ayrıca Merkezimizim "Ticari Bilgi Rehberlik Hizmetleri" bölümümüze başvurarak ithalatçı adresleri ücretsiz olarak temin edilebilmektedir. Bunun yanı sıra, İGEME tarafından hazırlanıp günlük olarak yayınlanan "Dış Ticaret Bülteni" ile yurt dışından gelen talepler web sitemizden güncel ve ücretsiz olarak izlenilebilir.

Merkezdeki İthalatçı Veri Tabanı, Ticaret Müşavirliklerimize gelen taleplerden, İGEME'ye yazıyla mal talebinde bulunan ithalatçılardan, üye olunan web sayfalarından ve yurtdışında info standla İGEME'nin katıldığı fuarlarda info standı ithal talebi ile başvuran ithalatçılardan oluşmaktadır.

Ayrıca, İGEME web sitesinde bulunan "İş Fırsatları" bölümünde yer alan linklerden faydalanarak, yurtiçi ve yurtdışı firmaların talepleri görülebilir.

Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bağlı olarak, faaliyette bulunan Ticaret Müşavirliklerimiz firmalarımızın spesifik ithalatçı adresleri taleplerine olumlu yanıt vermektedir. Ticaret Müşavirliklerimizin listesi DTM Web sitesinden temin edilebilir.

Yabancı alıcıların adreslerinin tesbit edilmesinde kullanılacak diğer bir yöntem de yurt dışında yaygın olarak bulunan İGEME benzeri ithalatı/ticareti geliştirme kuruluşlarına başvurmaktadır.

KAYNAKLAR

Dış Ticaret Müsteşarlığı web sayfası : www.dtm.gov.tr

İGEME web sayfası: www.igeme.gov.tr

Avrupa Birliği Pazara Giriş Servisi: <http://mkaccdb.eu.int>

World Directory of Trade Promotion Organizations and Other Trade Support Institutions,
ITC, 2004 (İGEME Kütüphanesinde Mevcuttur.)

Trade Information Dissemination Unit, Trade Information Section International Trade Center
UNCTAD / WTO

Palais des Nations, CH-1211, Geneva 10, Switzerland Tel: (41-22) 7300111

Fax: (42-22) 7337176İnternet: <http://www.intracen.org>

Center For The Promotion of Imports From Developing Countries

P.O. Box 30009 3001 DA Rotterdam, the Netherlands

Fax: (10) 4114081 E-mail: cbi@cbi.nl <http://www.cbi.nl>

10. İhracatçı Ürünü Hangi Pazarlara Satabilir ?

Pazar araştırması, firmaların, ürünleri için hangi yabancı pazarların en fazla potansiyele sahip olduklarını belirlemesine olanak tanır. Yeni ihracata başlayan firmalar demografik ve fiziki çevreye, politik ortama, ekonomik faktörlere, sosyal ve kültürel çevreye, pazara girilebilirliğe ve ürün potansiyeline dayalı birkaç hedef pazar araştırmalıdır.

İyi bir pazar araştırması, firmanın ürünleri veya hizmetleri için talebi ve hedef pazarda ürünlerinin ne kadar iyi bir performans göstereceğini tahmin etmesine yardım eder. İki ya da üç hedef pazar belirlemek üzere, potansiyel en fazla on ülke için aşağıdaki konular teker teker incelenmelidir :

- Büyüme ve yoğunluk eğilimlerini gözönüne alarak, her ülkenin toplam nüfusu belirlenmelidir.
- Hedef alınan yaş grubunun, nüfusun içinde yeterli payı olup olmadığı (1-10, 11-24, 25-40, 41-60 vb. gibi) saptanmalıdır.
- Nüfusun ne kadarının kent, banliyö ya da kırsal kesimde yaşadığı belirlenmelidir.
- Pazara girecek olan ürün ya da hizmeti etkileyebilecek olan iklim ve hava değişiklikleri olup olmadığı tesbit edilmelidir.
- İhracat noktasından çeşitli hedef ülkelere taşıma mesafeleri öğrenilmelidir.
- Pazarda ulaşım ve haberleşme altyapılarının düzeyi ve kalitesi gözönüne alınmalıdır.
- Pazarda yeterli nakliye, ambalajlama, boşaltma ve diğer yerel dağıtım ağlarının olup olmadığı kontrol edilmelidir.
- Devlet sisteminin özel sektöre destek olup olmadığı araştırılmalıdır.
- Devlet özel sektör iş bağlantılarına ne derecede karışmaktadır?
- Yabancı ürünlerin ithalatına karşı devletin tutumu nedir?
- Politik sistem istikrarlı mı yoksa sık sık değişiyor mu?
- Devlet, kotaları, gümrük vergilerini ve diğer ticaret engellerini kaldırmaya çalışıyor mu ?
- Dünya Ticaret Örgütü'ne – (DTÖ-WTO) üye mi ? Gümrük duvarlarını istediği zaman yükseltebilir veya ithalatına yasaklama koyabilir mi ?
- İthalatın ve ihracatın daha yüksek seviyelere çıkarılmasını teşvik etmek konusunda ülkenin tavrı nedir ?
- Pazarda ithal ürünler ne ölçüde kabul görmektedir ?
- Serbest ve açık görünmesine rağmen, pazar yabancılara kapalı mı ?
- Hedef ülke için tahmin edilen ekonomik büyüme nedir ?
- Hedef pazarın Gayri Safi Milli Hasılası ve ödemeler dengesi nedir ?
- Genel ekonomi içinde ithalat ve ihracatın yüzdeleri nelerdir ?
- Hedef ülkenin ithalat ihracat oranı nedir?
- Hedef ülkede enflasyon oranı nedir? Pazar ve kambiyo mevzuatı nasıl çalışmaktadır ?
- Hedef ülkenin kişi başına milli geliri nedir? Gelir düzeyleri artıyor mu ?
- Gelirin yüzde kaçını tüketim maddelerine harcanıyor ?
- Nüfusun yüzde kaçını okuma yazma bilmiyor? Ulaşılan ortalama eğitim seviyesi nedir ?
- Nüfusun yüzde kaçını orta sınıf olarak belirlenmiştir ?
- Hedef pazar ne derecede iç pazara benziyor ?
- Ürün ya da hizmete ilişkin tercüme ya da adaptasyona ihtiyaç var mı?
- Hedef ülkede dağıtım sözleşmelerinin yasal yönleri nelerdir ?
- Ticaret için gerekli dokümanlar, teknik ve çevreye ilişkin ithalat düzenlemeleri nelerdir ?
- Ürün ya da hizmeti etkileyen fikri mülkiyet koruma yasaları nelerdir ?
- Eğer ticari bir anlaşmazlık çıkarsa, hukuki sistem adil ve tarafsız bir inceleme olanağı sağlıyor mu?
- Vergi yasaları yabancılar için adil mi ? Yurt dışına çıkacak olan ihracat gelirleri için vergi oranı nedir ?
- Hedef pazarda ürün için belli bir talep var mı ?
- Hedef pazarda ürünün yüzde kaçını üretiliyor, yüzde kaçını ithal ediliyor ?
- Ürün ya da hizmet hedef pazarda anlaşılmış ve kabul edilmiş midir ?
- Pazarda şu anda kaç yabancı rakip var ? Hangi ülkelerden ?

KAYNAKLAR

- Introduction to Export Marketing, ITC, 1997
- İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, Nursun Beşeli, Mayıs 1997, İGEME
- Uluslararası Pazarlama, C.M.Kozlu, İş Bankası Yayınları, 1986
- Dış Pazar Araştırması Nasıl Yapılır?, Gülsevin Onur, Şubat 2004, İGEME

11. Hedef Pazar Değerlendirmesi Nasıl Yapılır ?

Hedef pazar değerlendirme tablosu bir önceki bölümde yer alan faktörlerin tam bir dökümünü içermektedir. İhracatçı, her ülke için olmak üzere çeşitli faktörlerden oluşan her bölüm için 1 (çok kötü) ile 5 (çok iyi) arasında puan kullanmalıdır. İhracatçı daha sonra, sonuçları değerlendirerek, hedef pazarları belirlemelidir.

HEDEF PAZAR DEĞERLENDİRME TABLOSU	ÜLKE	ÜLKE	ÜLKE
Pazarın Demografik ve Fiziksel Durumu			
1- Nüfus, nüfus artış hızı, nüfus yoğunluğu			
2- Nüfus : Yaş dağılımı			
3- Nüfus : Kentsel ve kırsal dağılım			
4- İklim ve hava değişiklikleri			
5- Ulaşım mesafesi ve vasıta sıklığı			
6- Hava taşımacılığı olanakları			
7- Ulaşım ve haberleşme ağı			
8- Bölgesel ve yerel nakliye olanakları			
Politik Durum			
9- Devlet sistemi			
10- Devletin iş hayatına katılımı			
11- Dış ticarete karşı devletin tutumu			
12- Politik istikrar ve süreklilik			
13- Adil/serbest ticaret anlayışı			
14- Ulusal ticaretin gelişmesine tanınan öncelikler			
Ekonomik Durum			
15- Gelişmenin genel düzeyi			
16- Ekonomik gelişme : GSMH, sanayi sektörü			
17- İthalat ve ihracatın toplam ekonomi içindeki yüzdesi			
18- Ödemeler dengesi			
19- Para: Enflasyon, bulunabilirlik, kontroller, istikrar			
20- Kişi başına gelir ve dağılım			
21- Harcanabilir gelir ve harcama eğilimleri			
Sosyal/Kültürel Yapı			
22- Okur yazarlık oranı, eğitim düzeyi			
23- Orta sınıfın varlığı			
24- İç pazar ile olan benzerlikler ve farklılıklar			
25- Pazarda konuşulan dile ilişkin engeller			
Pazara Giriş			
26- Yeterli dağıtım ağı			
27- Dokümantasyon ve ithalat mevzuatı			
28- Yerel standartlar, uygulamalar ve tarife dışı engeller			
29- Patentler, ticari markalar, telif haklarının korunması			
30- Anlaşmazlıkların halli mekanizmaları			
31- Vergi yasaları, oranları			
Ürün Potansiyeli			
32- Tüketici ihtiyaçları ve istekleri			
33- Yerel üretim, ithalat, tüketim			
34- Ürünün tanınması ve kabulü			
35- Yabancı ürünlere karşı tutum			
36- Rekabet			

BÖLÜM IV

MÜŞTERİ BULMA, TANITIM

12. Dış Pazarlara Giriş Yolları Nelerdir?

Herhangi bir pazara nasıl girileceğinin belirlenmesi, alınması gereken en önemli kararlar arasındadır. Giriş şekli seçilirken, ihracatçı ihracat pazarında talep edilen hizmet düzeyinin, tarifeler ve nakliyenin, marka bilincinin ve rekabet avantajının iç pazardakilere benzeyip benzemediğini göz önünde bulundurmalıdır. Pazara giriş esas itibarıyla iki şekilde mümkün olmaktadır: Doğrudan (direkt) ihracat ve dolaylı (indirekt) ihracat.

Doğrudan (direkt) ihracat

Doğrudan ihracatta, ihracatçı, hiç bir aracı kullanmayarak, tüm ihracat işlemlerini kendisi yapar. Doğal olarak, doğrudan ihracatta ithalatçının bulunmasından ödemenin alınmasına kadarki tüm sorumluluk da ihracatçıya aittir.

Doğrudan ihracat yapmak için, şirketin yurtiçi satış kısmından bağımsız bir ihracat departmanı oluşturması gerekir. Doğrudan ihracatın çeşitli faydaları bulunmaktadır. Bunlar:

- 1) Şirket tüm ihracat aşamalarını kontrol edebilmektedir
- 2) Aracıları bertaraf ederek kar marjını artırmaktadır.
- 3) Şirket alıcısıyla daha yakın ilişkiler kurabilmektedir.

Ancak diğer taraftan, doğrudan ihracatta;

- 1) İhracatçı başarılı olabilmek için sağlayacağı faydadan daha fazla zaman ve kaynak harcamak zorunda kalabilmekte ve ayrıca,
- 2) İhracatçı doğrudan risklere daha fazla maruz kalabilmektedir.

Dolaylı (indirekt) İhracat

İhracat yapmak isteyen ancak gerekli personel ve kaynağı olmayan şirketler, komisyoncular, acentalar, SDŞ (Sektörel Dış Ticaret Şirketleri), DTŞ (Dış Ticaret Şirketleri), lokal alım ofisleri vasıtasıyla ihracat yapabilirler. Bunların değişik ülkelere ihracat konusunda gerekli deneyimleri ve altyapıları mevcuttur.

Dolaylı ihracatın çeşitli avantajları vardır. Bunlar:

- 1) Bir firma ihracatın teknik ve hukuki yönlerini öğrenme yerine üretim konusunda yoğunlaşabilmektedir.
- 2) Firma, aracının bu alandaki deneyimlerinden faydalanmaktadır.

Dolaylı ihracatın dezavantajları ise:

- 1) Hırslı bir temsilciniz varsa mal üzerindeki kontrolünüzü kaybetme riski vardır
- 2) Bazı aracılarda ihracatçılarla ilgili farklı emelleri olabilir.

İhracatçının seçebileceği diğer pazara giriş yolları şunlardır: Ortak yatırım, lisans kullanımı ve yerinde (off-shore) üretim.

Ortak Yatırım (Joint Venture) ihracatçı firma ile ithalatçı firma arasındaki, hisse, teknoloji transferi, yatırım, üretim ve pazarlama alanlarından biri veya birkaçının sözkonusu olduğu, bir ortaklık anlaşmasıdır. Bu ortaklık anlaşması, performans, yükümlülüklerin sınırları, kârın paylaşımı ile birlikte pazarlama anlaşmalarındaki sorumlulukları belirlemektedir. Bu tip anlaşmalar maliyeti yaymakta, riski azaltmakta, pazar hakkındaki bilgi ve detayları öğrenmeye olanak sağlamakta ve böylece pazara girişi kolaylaştırmaktadır.

Lisans anlaşmaları (Licensing): Bir firma sahip olduğu teknolojik know-how, tasarım ve fikri mülkiyet hakkını, bir sözleşmeye bağlı olarak yabancı bir firmaya, bir ödeme şekli veya telif karşılığında devredebilir. Lisans anlaşmaları yabancı pazarlara hızlı bir girişe imkan sağlamaktadır. Sermaye yatırıma izin verilmekte ve bunun karşılığı genellikle hızla geri alınmaktadır. Ancak lisans anlaşmaları üretim ve pazarlamadaki kontrolün kaybolmasını ve eğer anlaşmada yasaklanmamışsa, istemeyerek de olsa teknolojik know-how'ın lisans kullanıcısı tarafından paylaşılmasını beraberinde getirmektedir.

Yerinde (off-shore) üretim: Bir firmanın, taşıma maliyetlerini azaltarak, yasaklayıcı tarifelerden kaçınmak, düşük işçilik ve girdi maliyetlerinden yararlanmak ve devlet teşviklerinden faydalanmak için, hedef pazarda bir yer tesis ederek imalat yapmasıdır.

İhracat Konsorsiyumları

SDŞ (Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Modeli): KOBİ'lerin birleşerek ihracat amacıyla bir organizasyon altına toplanması ve ihracatın bu organizasyon tarafından gerçekleştirilmesi pazara girişte yararlı bir yöntem olarak görülmektedir. Bu nedenle hükümetler bu modeli teşvik etmektedir.

SDŞ Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, Türkiye'deki KOBİ'lerin ihracata yönelik faaliyetlerinde gönüllü olarak sermayelerini, bilgilerini, üretimlerini ve tecrübelerini bir araya getirerek, ölçek ekonomisinin sağladığı avantajlara sahip olunmasını destekleyici bir modeldir. Sözkonusu modelin ihracatçılara (üyelerine) sağladığı faydalar şunlardır:

- 1) Yeni pazarlara girme ve yeni alıcılara ulaşma,
- 2) Pazarın çeşitlenmesi ve riskin azaltılması,
- 3) Büyük miktardaki siparişlerin birlikte hareket yolu ile kolaylıkla karşılanması,
- 4) Uzun dönemli yatırım ve üretim planlaması yapılabilmesi,
- 5) Birim üretim, dağıtım giderlerinde azalma,
- 6) Pazarlık gücü elde ederek daha karlı satış yapabilme,
- 7) İhracatta bilgi birikimi ve deneyim elde etme,
- 8) Döviz girdisi elde etme,
- 9) Endüstri alanında sesini duyurabilme,
- 10) İhracat giderlerinin paylaşımı nedeniyle daha az finans ile kaynak tahsisi,
- 11) Diğer aracı kurumlara alternatif olabilme
- 12) Birlikte başarı elde etme duygusu ve bunun moral üzerine olumlu etkisi

SDŞ (Sektörel Dış Ticaret Şirketleri) statüsüne ilişkin Tebliğ (İhracat 2004/4) 2 Temmuz 2004 tarih ve 25510 numaralı Resmi Gazete’de yayınlanmıştır. Söz konusu Tebliğ, 27 Kasım 2004 tarih ve 25653 numaralı Resmi Gazete’de yayımlanan İhracat 2004/10 sayılı ve 16 Nisan 2005 tarih ve 25788 sayılı İhracat 2005/7 sayılı Tebliğler ile değişikliklere uğramıştır.

Dış Ticaret Şirketleri

İhracata yönelik pazarlamada bir örgütlenme biçimi olarak Türkiye’de ilk olarak "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri" bir model olarak benimsenmiş ve 1980 yılında resmi olarak uygulamaya konularak devletçe de desteklenmiştir. Söz konusu karar hükümleri, imalatçı olmayan ancak dış pazarlamada ihtisaslaşmış ihracatçı sermaye şirketleri eliyle ihracatın geliştirilmesi ve artırılması esaslarını düzenlemektedir.

Dış Ticaretin büyük ölçekli şirketler eliyle büyütülmesini öngörerek yeni bir yapılanmaya yol açan bu model ile ihracatta belirli mal ve pazarlar konusunda ihtisaslaşmış ekipler oluşturulması amaçlanmıştır. Ancak söz konusu yapılanmaya gidilirken de şirketlerin geçmiş ihracat performanslarının belli bir düzeyde olması istenmiştir.

Geçmişte KOBİ’lerin ürünlerini yoğun bir şekilde pazarlama girişiminde bulunan Dış Ticaret Sermaye Şirketleri günümüzde kendi holdinglerine bağlı şirketlerin ürünlerini pazarlamaya ağırlık vermekle birlikte bazıları halen KOBİ’lere yönelik faaliyetlerini sürdürmektedir.

Ülkemizde Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin yanı sıra çok sayıda Dış Ticaret Pazarlama Şirketi ihracatta aracı şirket olarak dış pazarlara ihracat yapmaktadır.

KAYNAKLAR

1. <http://www.igeme.org.tr> (Mevzuat ve Prosedürler-İhracat Mevzuatı I. Bölüm: SDŞ’lere ve Dış Ticaret Sermaye Şirketleri’ne ilişkin mevzuat.
2. <http://www.dtm.gov.tr/IHR/sds/sds.htm>: SDŞ’lere ilişkin mevzuat ve bilgi.
3. <http://www.dtm.gov.tr/IHR/dtss/menu.htm>: Dış Ticaret Sermaye Şirketleri’ne ilişkin mevzuat ve bilgi.
4. <http://www.turktrade.org.tr>: TURKTRADE (Türkiye Dış Ticaret Derneği), Kore Şehitleri Cad. Arçıl Apt. No:37/4 D:4 P.K: 34394 80300 Zincirlikuyu / İstanbul, Tel: (212) 2726981–91, Fax: (212) 2755136

13. İnternet Nedir ve İhracatçıya Nasıl Yardımcı Olabilir?

İnternet, iletişimin telefon hatları aracılığı ile sağlandığı dünyayı saran bilgisayarlar ağıdır. 20 yıl önce belli bir topluluk içinde bilgi paylaşımı amacı ile kullanılan bir kanal olarak başlamıştır. Günümüzde, önemli firmalar ve pek çok kamu kuruluşu veya özel sektör kuruluşu İnternet'te bulunmakta ya da diğer bir deyişle bir "site"ye sahip bulunmaktadır. İnternetin kullanımı çok hızlı bir şekilde gelişmektedir. Küçük ve orta ölçekli firmaların İnternette varlığı giderek daha fazla hissedilmektedir.

İnternet ihracatçılara şu konularda yardımcı olabilir:

- **Firmanın faaliyetlerini tanıtmak:** İnternet, firmaların faaliyetlerini ayrıntılı olarak tanıtmak ve müşterilerden doğrudan geri bildirim alma imkanı veren, potansiyel ticari ortaklarla temas kurmayı sağlayan ucuz bir yöntemdir.
- **Ürünü ya da hizmeti tanıtmak:** İhracatçı, İnternette ürünü ya da hizmeti konusunda kolayca bilgi alınabilecek bir "site" oluşturabilir. Bazı ülkelerde internette bir siteye sahip olmak, güvenilirlik kazanmanın ve müşteri ile ilişkilerin devam ettirilmesinin temel unsurudur.
- **Yabancı pazarları araştırma:** İnternet, farklı ülkeler, uluslararası pazarlar, uluslararası ticaret, ürünler, üretim metodları, ürün ve üretim konusunda yeni icatlar vb. konularda bilgi alınabilecek bir kaynaktır. Ek olarak istatistikî bilgi, şirket listeleri, devlet ve özel kuruluşlar hakkında bilgi, uluslararası anlaşmalar konusunda bilgi de sağlamaktadır.

İnternet sürekli gelişen elektronik ticaret yöntemleri sayesinde, çok ucuz maliyetlerle uluslararası pazarlamada etkin ve ekonomik bir alternatif kanal haline gelmiştir. İnternet, firmaların tanıtım ve potansiyel müşterilerle ilişki kurabilmesinin yanı sıra, en yaygın biçimi ile on-line pazarlama/İnternet mağazacılığı gibi elektronik ticaret yöntemleri ile de küresel bir pazarda, 7 gün 24 saat pazarlama ve doğrudan satış olanakları sunmaktadır.

Çok geniş ve görünüşte sınırsız bilgi alma olanakları sunan İnternet'in kullanımı, bu konuda yeni olan küçük ve orta ölçekli firmalara çok zor görünebilir. Dolayısıyla İnternet'i daha etkin kullanabilmek için, nasıl çalıştığı hakkında bazı temel bilgileri öğrenmek önem kazanmaktadır. Temel bilgiler öğrenildikten kısa bir süre sonra, ihracatçı İnternet'ten bilgi almanın, bir telefonun tuşlarına basmaktan daha zor olmadığını görecektir.

Eğer ihracatçı henüz İnternet'e bağlanmamış ise, bu hizmeti almak için gerekli işlemler ve abonelik maliyetleri hakkında bilgi toplamalıdır.

Aşağıda, İnternet "hizmetleri" için bazı genel terimler verilmektedir.

Bookmark: İnternet hizmet sağlayıcılarının, kullanıcıların belirli bir site ile kestirmeden bağlantı kurması olanağını sağlayan bir işlemdir. Belli bir konu için her seferinde İnternet'i taramak yerine, kullanıcı bu siteyi bookmark'a ekleyerek, daha kısa sürede istediği siteye girebilir.

Browser (Tarayıcı): Dünya Bilgisayarlar Ağı'ndan (World Wide Web: www) bilgi alırken kullanılan bir WEB göstericisidir. En çok tanınanlar Netscape Navigator ve Microsoft Explorer'dır.

Hyperlink: World Wide Web kaynakları arasındaki bir bağlantıdır. Hiperlinkler genellikle mavi bir renk içinde ya da altı çizili olur. Kullanıcı bir hiperlink seçtiğinde, tarayıcı belirtilen sayfayı çağırır.

İnternet sitesi/Web sitesi: Bunlar, belli bir formatı olan yazı ve resimler içeren ve "site" olarak bilinen dokümanlardır. İhracatçılar, firmalarını ve ürünlerini tanıtmak için İnternet'te bir sayfa açabilirler.

Search engines (Arama Motorları): Bu internet hizmetleri, kullanıcıların, bir "anahtar kelime" (konuyu tanımlayan bir kelime ya da kelimeler) yazarak, belli bir konu hakkında bilgi bulmasına olanak tanır. Arama motoru, böylece konuya ilişkin tüm bilgileri bulur. Genelde kullanılan arama programları Google, Yahoo, Alta Vista, Excite ve Lycos'tur.

Web Directories (Web Rehberleri): Bunlar İnternet sitelerinin indeksidir. Özel sınıflandırma grupları halinde bulunan bilgilerin alınabildiği, kart ansiklopedileri gibidirler. Web rehberlerinin bazı örnekleri, Yahoo ve MSN'dir.

World Wide Web: Genelde www olarak isimlendirilen ve İnternet'te en çok kullanılan uygulamadır. Bir hizmet sağlayıcıya bağlanan herkesin, İnternet'ten metin, ses ve görüntü şeklinde bilgi almasını sağlayan bir sistemdir.

KAYNAKLAR

http://www.bilisimterimleri.com/internet_terimleri.php Bilişim ve İnternet Terimleri Sözlüğü
<http://www.gul.net.tr/sozluk/> İnternet Terimleri Sözlüğü

14. Ürün Tanıtımında İhracatçı İnternette Nasıl Faydalanabilir?

Firmalar, ürünlerinin yurtdışına pazarlanmasında İnternetin ne kadar etkili olabileceğini yeni yeni keşfetmeye başlamışlardır. İnternet, ürün ve hizmetleri dünya genelinde pazarlamak için göreceli olarak ucuz bir yoldur. 2003 yılında World Wide Web'teki toplam ticaretin 3 Trilyon \$ civarında olduğu tahmin edilmekte ve bunun içinde ihracatın payının sürekli arttığı görülmektedir. 2006 yılı itibarıyla e-ticaret satışlarının hacminin, küresel seviyedeki satışların %18'ini oluşturması beklenmektedir.

2005 yılı itibarıyla dünya genelinde internet kullanıcı sayısı 941,8 Milyon kişiye ulaşmıştır. Bu rakam 2001 yılı değerinin iki katından fazladır.

Ürünleri yurtdışına tanıtmak için hazırlanacak iyi bir Web sayfasının unsurları aşağıda verilmektedir:

- En önemlisi, az sayıda grafik ve fotoğraf kullanarak siteye giriş kolaylaştırılmalıdır.
- Site, ziyaretçilerin Web sayfalarında neler istediği dikkate alınarak hazırlanmalıdır.
- Geri bildirim alabilecek yöntemlere yer verilmelidir.
- Endüstriyel eğilimleri tartışmak, soruları cevaplandırmak vs. için tartışma grupları oluşturulmalıdır.
- İş bulma ilanlarına yer verilmelidir.
- Firmanın iş felsefesi belirtilmelidir.
- İş ortaklığına ilişkin fırsatlar ilan edilmelidir.
- İlgilenenlerin düzenlenen bilgi edinebilmeleri için isimlerini kaydedebilecekleri bir adres listesi oluşturulmalıdır.
- Buton isimlendirmelerinde iş dünyası için anlamlı kelimeler kullanılmalıdır.
- İş ilişkilerinden memnun kalmış olan müşterilerin yorumları için bir bölüm ayrılmalıdır.
- En çok sorulan sorular için bir bölüm ayrılmalıdır.
- E-posta mesajlarının üç gün içinde cevaplandırılması konusunda taahhüt verilmeli ve bu taahhüt yerine getirilmelidir.
- Firmanın sahip olduğu her türlü kalite ve standartlara ilişkin bilgi verilmelidir.
- Ziyaretçilerin daha fazla bilgi bulabilmesi için, benzer firma ve kuruluşlar ile bağlantı kurulmalıdır.
- Ürün ya da hizmet hakkında eğitici bilgi verilmelidir.
- Sitede, bir sipariş formuna yer verilmektedir.

- İlgili sanayi dalındaki gelişmeler hakkında son haberler verilmelidir.
- Ziyaretçinin bilgiye ulaşma süresini kısaltmak için, tercihen şematize edilmiş resimler veya küçük resimler kullanılmalıdır.

İnternet, aynı zamanda iş fırsatlarından haberdar olmak için mükemmel bir buluşma yeridir. Günümüzde Web üzerinden ticaret fırsatlarını yayınlayan sayısız site bulunmaktadır. Firmalar, bu sitelerdeki bilgiyi izleyerek, ürünlerini satma ya da aradıkları ürünleri satın alma olanağını bulabilirler. Aşağıda bunlarla ilgili bazı sitelerin adresleri verilmektedir.

<http://fita.worldbid.com/>

<http://www.buyusa.gov/matchmaking/>

<http://www.usgtn.net/>

www.igeme.gov.tr

www.wtpfed.org

www.worldtradeaa.com

www.eceurope.com

www.intracen.org

www.kobiline.com

İnternet'te mevcut bu tür sitelerin listesi aşağıda adresi verilen, "IMEX Exchange, Inc." isimli siteden de elde edilebilir.

<http://www.imex.com>

KAYNAKLAR

UNCTAD Global Trade Point Network

(UNCTAD Küresel Ticaret Noktası)

<http://www.untpdc.org>

ITC Information Dissemination Unit

(Uluslararası Ticaret Merkezi Bilgi Yayma Birimi)

<http://www.intracen.org>

Dış Ticaret Müsteşarlığı E-Ticaret Genel Koordinatörlüğü

<http://www.e-ticaret.gov.tr/>

15. Ticaret Fuarları ve Sergiler Nerelerde Düzenlenir ?

Ticaret fuarları ve sergileri belirli ve önceden tespit edilmiş bir zaman zarfında mal ve hizmetlerin ticari amaçla sergilendiği, satıcılarla potansiyel alıcıların karşı karşıya geldiği ve yeni iş bağlantılarının kurulduğu fiziksel mekanlardır. Fuar ve sergiler biraraya getirme, ürün sunumu, alıcının tepkisinin ölçülmesi, potansiyel müşterilerin tespiti, rekabeti izleme, yeni dağıtım kanalları bulma gibi fonksiyonları ile çok önemli promosyon araçlarıdır.

Uluslararası fuar/sergiler ana hatlarıyla her türlü mal ve hizmetin sergilenebildiği '**genel ticaret fuarları**', daha ziyade tüketicinin ilgisini çekmeye yönelik olan ve tüketim mallarının sergilendiği '**tüketici fuarları**', sadece belli bir ürün veya ürün grubunun sergilenebildiği '**ihtisas fuarları**'ndan oluşur. Bunların dışındaki fuar sergi tipleri ise çeşitli ekonomik konularda ulusal ve uluslararası başarıların sergilendiği '**dünya sergileri**' ile genel nitelikli veya belirli bir ürün veya ürün grubuna yönelik ve bir ülkenin tek başına katıldığı, başka katılımcı ülkenin olmadığı '**solo fuarlar**' dır.

Dünyada düzenlenen fuarlar (hem sektör hem de ülke bazında), Türkiye'de düzenlenen fuarlar ve Türkiye'nin yurt dışında milli düzeyde iştirak edeceği fuar/sergiler ve solo sergiler ile ilgili bilgiler aşağıdaki kaynaklardan temin edilebilir.

KAYNAKLAR

<http://www.igeme.org.tr/tur/fuar/fuar.htm> (Milli katılımını İGEME'nin organize ettiği fuarlar)
<http://www.igeme.org.tr/english/fairs/fairs.htm> ve <http://www.tobb.org.tr> (Türkiye'de organize edilecek fuarlar)
<http://www.foreigntrade.gov.tr/IHR/fuar/fuar.htm> (Yurt dışında milli düzeyde iştirak edilecek olan fuar, sergi ve solo faaliyetler)
m+a Publishers For Fairs Exhibitions and Conventions P:O Box: 101528 D-60015
Frankfurt/Main1 Almanya Tel:49-69-759502 Fax:49-69-75951280
<http://www.m-averlag.com/english/index.html>
Association of the German Trade Fair Industry (Almanya Fuar Sanayi Birliği)
<http://www.auma-messen.de/start.aspx?sprache=e&spdata=2>
Unions des Foires Internationales <http://www.ufinet.org>
The Expo Guide Index <http://www.expoguide.com/shows/location.htm>

16. Fuar Seçiminde Gözönünde Bulundurulması Gereken Hususlar Nelerdir ?

Ticaret fuarları pazarlama planının vazgeçilmez bir unsurudur. Ancak fuarların oldukça yaygın ve fazla olduğu düşünüldüğünde, seçici olmak gerekmektedir. Bu özellikle küçük bütçeli firmalar için çok önemlidir.

İhracatçı, ürünleri ile ilgili kapsamlı bir pazar araştırması yapmalı ve hedef pazarlarını belirlemeli, pazarla ilgili olarak pazara giriş, pazarın potansiyeli, rekabet, ürünle ilgili istekler, nakliye, satış ve dağıtım kanalları, promosyon faaliyetleri gibi bilgileri temin etmelidir. Hedef pazarlar tespit edildikten sonra uygun fuar seçimi için bir takım bilgilerin derlenmesi gerekir:

- Fuarın adı, düzenlendiği şehir ve ülke, tarihi, sergilenebilecek ürünler ve fuar içinde ürün grupları, vs.
- Bir önceki fuarın kataloğu
- Brüt ve net stand alanı
- Ziyaretçi promosyon kampanyası
- Fuar hakkında o ülkedeki Ticaret Müşavirliklerimizin ve meslek kuruluşlarının görüşleri
- Fuarın organizatörü ve destekleyen kuruluşlar
- Bir önceki fuarın raporu (Katılımcı ülke ve firma sayısı (yerli ve yabancı), ziyaretçi profili, fuardaki iş bağlantıları, vs)
- Aynı konuda ve tarihlerde benzer fuarlar var mıdır, seçtiğiniz fuar alternatifleri içinde en iyisi midir?
- Etkin bir katılımın maliyeti nedir? Fayda/maliyet analizi
- Fuardan sonra da bu pazar için para ve zaman yatırımı yapılabilecek midir?
- Potansiyel alıcılara fuarda ulaşma olanağı ve alıcıların fuarlar aracılığıyla iş yapma alışkanlığı var mıdır?
- Bu fuara katıldığı takdirde ne tür finansal destekler temin edilebilir?
- Bu fuara daha önce katılan firmaların izlenimleri
- Fuarda düzenlenecek yan etkinlikler
- Organizasyon prosedürleri ve hizmet temini
- Organizatör kuruluşun milli organizasyonu altında katılmıyor ise, organizatörün geçmiş tecrübeleri, referansları
- Organizatör kuruluşun üstlendiği tanıtım kampanyası

KAYNAKLAR

'YOUR SHOW MASTER' CBI, P.O Box: 30009, 3001 DA Rotterdam, Hollanda
Tel: 31-10-2013434 Fax: 31-10-4114081 E- mail: cbi@cbi.nl
Trade Fairs and Exhibitions (handbook) International Trade Centre UNCTAD/WTO, Palais des Nations, 1211 Geneva, 10, Switzerland. Tel: (41-22) 7300111, Fax: (41-22) 7334439;
E-mail: itcreg@intracen.org; Web Site: <http://www.intracen.org>
Association of the German Trade Fair Industry (Almanya Fuar Sanayi Birliği)
<http://www.auma-messen.de/start.aspx?sprache=e&spdata=2>

17. İhracatçı Fuara Nasıl Hazırlanır?

Bir ticaret fuarına katılımın başarılı olması için iyi bir planlama gerekir. Başarılı bir planlama ve katılım için bir kişi fuar koordinatörü olarak tespit edilmelidir. Bu kişi fuar bütçesinin hazırlanması ve takibi, organizasyon prosedürlerinin yürütülmesi, stand rezervasyonunun yaptırılması, sergilenen malların seçimi, stand konstrüksiyon ve dekorasyonunun organizasyonu, nakliye, gerekli stand elemanlarının bulunması, organizasyonu, eğitimi ve görev tanımlarının belirlenmesi, ziyaretçi promosyonu, ziyaretçi kayıtlarının tutulması, follow-up, değerlendirme gibi işlerden sorumlu olacaktır. Fuar koordinatörü stand kurucularının seçiminden, dokümantasyona kadar fuarın bütün işleri ile ilgili olarak katılımcılara yardımcı olabilmektedirler.

Fuara katılımın başarıya ulaşmasında olmazsa olmaz faktörlerden birisi fuardaki standımızı belirlenen hedef kitleden yeteri sayıda kişinin ziyaret etmesinin sağlanmasıdır. Promosyon kampanyasının temel amacı hedef kitlenin katılımınız hakkında bilgilendirilmesi ve bu kişilerin standımızı ziyaret için motive edilmesidir. Bu amaçlara ulaşmak için belli başlı yöntemler şunlardır:

Hedef kitlenin belirlenmesi: Genel olarak hedef kitle ithalatçılar, acentalar, distribütörler, toptancılar, perakendeciler, satın alımcılar, ürünlerin kullanıcıları, satın almada bilgisine başvurulacak teknik personel, Ticaret Odaları, konuyla ilgili kamu ve meslek kuruluşları, dernek ve birlikler, tüketiciler, seyahat acentaları, tur operatörleri ve basından oluşur.

Fuar için yayımlar hazırlama: Katılımcı firmalar tarafından hazırlanabilecek basılı materyal genel olarak firma broşürü, ürün katalogları, ürün ve fiyat listeleridir.

Direkt postalama: Tespit edilen hedef kitle için fuar açılmadan makul bir süre önceden bir davet yazısı hazırlanmalı ve mümkün olduğunca kişi ismine gönderilmelidir. Ekinde firma broşürü, ürün katalogları, fiyat listeleri vs. materyal, ücretsiz giriş biletleri yer almalıdır.

Fuar kataloğuna giriş: Giriş için son gün kaçırılmamalıdır.

Kişisel temaslar: Fuar öncesinde veya sırasında telefonla veya bizzat ziyarete giderek olabilir. Kişisel temaslar özellikle diğer promosyon faaliyetlerinin ihmal edildiği 'acil durumlarda' gereklidir ve iyi de sonuç verdiği gözlenmiştir.

Basınla ilişkiler: Basında yer almak özellikle direkt postalama listesinde olmayanlara da ulaşılabilmesi açısından önem taşır. Basın bülteni hazırlanmasındaki temel prensipler; kısa olması, bir sayfayı geçmemesi, genellemelerden kaçınılması, firmayı ve ürünleri tanıtan kısa fakat etkili bilgi verilmesi, büyük marjlar kullanılması, fuarın adı, tarihi ve stand numarasının mutlaka belirtilmesidir. Basın bülteni fuardan altı- sekiz hafta önce tanıtıcı fotoğraf eşliğinde gönderilmelidir.

Reklam: Bireysel olarak katılımcılar için nispeten pahalı olmakla birlikte reklam ziyaretçi promosyonu açısından önemli bir yöntemdir. Reklam fuar kataloğuna, ticaret ve ekonomi dergileri veya günlük gazetelere verilebilir.

Fuarın elektronik enformasyon sistemine giriş: Birçok fuarda elektronik bilgi sistemleri bulunmakta ve ziyaretçiler katılımcı firmalar, stand numaraları, ürünler, hizmetler gibi bilgilere bunlar vasıtasıyla ulaşabilmektedirler. Bu hizmet genelde ücretsizdir.

KAYNAKLAR

"Your Show Master" CBI, P.O.Box 30009, 3001 DA Rotterdam, Hollanda Tel: (31-10) 2013434
Fax: (31-10) 4114081 E-mail: cbi@cbi.nl
Trade Fairs and Exhibitions (handbook), International Trade Centre UNCTAD/WTO, Palais des Nations, 1211 Geneva, 10, Switzerland. Tel: (41-22) 7300111, Fax: (41-22) 7334439;
E-mail: itcreg@intracen.org; Web Site: <http://www.intracen.org>
Association of the German Trade Fair Industry (Almanya Fuar Sanayi Birliği)
<http://www.auma-messen.de/start.aspx?sprache=e&spdata=2>

18. Fuarlara Katılımın Maliyet Unsurları Nelerdir ?

Maliyet katılınılacak fuara göre çok değişiklik göstermektedir. Gereksiz harcamaların önlenmesi amacıyla, detaylı bir bütçe hazırlanması ve bu bütçe dahilinde kalınması çok önemlidir. Geniş kapsamlı ve gerçekçi bir bütçe hazırlanması aşağıdaki aşamaları gerektirmektedir:

- Fuar katılım ile ulaşılabilecek amaçların belirlenmesi
- Bu amaçlara ulaşabilmek için yapılacak işlerin belirlenmesi
- Masrafların tahmin edilmesi.

Katılımcının gereğinden fazla veya az harcama yapmasının önlenmesi için muhtemel harcama kalemlerinin belirlenmesi ve kaynakların harcama kalemlerinin önemi oranında dağıtılması gerekmektedir. Fuar katılımı ile ilgili belli başlı harcama alanları aşağıda belirtilmiştir.

Stand masrafları: Yer kirası, stand dizaynı ve konstrüksiyonu, etelaj, grafik çalışmaları, elektrik, mobilya, yer kaplaması, ekipmanlar, çiçek, taşıma, telefon ve faks bağlantıları, sigorta, depo ve güvenlik, temizlik, video gerekiyorsa su, atıklar, gaz, basınçlı hava vs.

Sergi ürünleri: Fuarda sergilenecek ürünlerin tespit edilmesi, fuar için özel numuneler ve ambalajlar hazırlanması, demonstrasyon için gerekli ekipman ve malzemenin temini.

Nakliye : Sergi ürünlerinin nakliyesi, nakliye ambalajı, gümrükleme masrafları, gümrük ve ithal vergileri, sigorta ücretleri, depolama vs.

Personel masrafları: Fuar gidecek temsilcilerin yol, konaklama vs. masrafları, stand elemanları için ödenecek ücretler.

Promosyon masrafları: Önceki bölümde yer alan promosyon faaliyetlerinden yapılması planlananlar için yapılacak masraflar.

İkramlar: Fuar süresince standda sunulacak yiyecek ve içecekler, yemek davetleri vs.

KAYNAKLAR

Association of the German Trade Fair Industry (Almanya Fuar Sanayi Birliği)

<http://www.auma-messen.de/start.aspx?sprache=e&spdata=2>

"Your Show Master" CBI, P.O.Box 30009, 3001 DA Rotterdam, Hollanda

Tel: (31-10) 2013434 Fax: (31-10) 4114081 E-mail: cbi@cbi.nl

Trade Fairs and Exhibitions (handbook), International Trade Centre UNCTAD/WTO, Palais des Nations, 1211 Geneva, 10, Switzerland. Tel: (41-22) 7300111, Fax: (41-22) 7334439;

E-mail: itcreg@intracen.org; Web Site: <http://www.intracen.org>

19. Fuarda Başarılı Olmanın Anahtarı Nedir?

Araştırmalar göstermiştir ki, alıcıların bir çoğu yıllık satın alımlarına karar verirken bilgi kaynağı olarak ilk önce ticaret fuarlarını kullanmaktadırlar. Bir firmanın standı, firmanın etkinliğini, kapasitesini, yeteneklerini ve sorumluluklarını gösterir. Başlangıç olarak ilk önce stand yerini düşünün: ilk bakışta iyi bir ilk intiba bırakıyor mu? Çok büyük alanı olmayan firmalar, iyi bir tasarım ve iyi eğitilmiş elemanlar kullanarak daha iyi bir avantaj sağlayabilirler. Küçük firmaların da kullanabileceği, kalabalık arasında seçilebilmek için basit teknikler vardır.

Firmanın ticaret fuarındaki standı, kendinin bir ifadesidir ve tasarımın da firmanın imajını yansıtacak şekilde yapılması gerekir. Stand ziyaretçinin gözüne hitap edebilmeli **ve ilk bakışta firma ve ürün hakkında iyi bir imaj** verebilmelidir. Bir yandan firmanın ürün ve hizmetlerini gösteren etkin bir şov niteliğinde olup, diğer yandan da görüşmeler, gösteriler ve satışlar için etkin bir platform olmalıdır. Araştırmalar, ticaret fuarlarında standının önünden geçen birisinin ilgisini çekebilmek için firmanın sadece 7 saniyesinin olduğunu göstermiştir. **Mobilyanın** standın görünümünde belirgin bir etkisi vardır. Genelde sandalye ve koltuklar standda hareketi, dinamizmi sınırlamaktadır. Unutulmamalıdır ki, oturacak yerler müşteriler içindir. Amaç fuarda yorulan ve dinlenme ihtiyacı hisseden patronların dinlenmesi için bir saray yaratma değildir. **Profesyonelce ve iyi tasarlanmış tanıtım materyalleri** kullanılmalıdır. İnsanların ürünle içi içe olabilecekleri ürün hakkında her türlü bilgiyi alabilecekleri gösteri ve tanıtım materyallerinin sergilendiği yerler standın odak noktasıdır. Stand, **dağınık görünmemelidir**. Yeterince boş alan bulunmalı ve insanlar standlara gelip sergilenen ürünlere bakabilmelidir. Mümkünse; insanlar ürünleri **denemeye teşvik** edilmelidir. Eğer ürünün çalışması ile ilgili bir gösteri yapılacaksa gösteri birçok insanın rahatlıkla görebileceği bir yerde yapılmalıdır. Eğer ürünlerinizin denenmesi veya dokunulmasını istemiyorsanız onları teşhir etmeyin. İnsanlar, ürünlerini "dokunmayın" yazısıyla sergileyen firmalardan çekinir.

Fuardaki başarının önemli bir bölümü de stand **temsilcinize** bağlıdır. Temsilci müşterilere dostça yaklaşmalı, kolay iletişim kurabilmeli, firma ürün ve hizmetleri katılım amaçları ile ilgili yeterince bilgiye sahip olmalı, ziyaretçileri asla küçümsememeli, konuşmayı ürün konusunda pozitif bir görüşme meydana getirecek şekilde başlatmalı, ziyaretçinin işini ve amacını doğru tespit edebilmeli ve muhtemel bir müşteri olarak önemini belirleyebilmeli, tüm sorulara tam olarak cevap verebilmeli, follow-up için gerekli notları almalı, fuar sona erdikten sonra önemli görüşmeleri sürdürebilmek için zaman ayırabilmeli, standı boş bırakmamak şartıyla diğer katılımcılarla da temas kurmalı, mümkün olan en kısa süre içinde söz verdiği bilgileri sağlamalıdır.

KAYNAKLAR

Exhibition Stand Design, International Trade Centre UNCTAD/WTO, Palais des Nations, 1211 Geneva, 10, Switzerland. Tel: (41-22) 7300111, Fax: (41-22) 7334439; E-mail: itcreg@intracen.org; Web Site: <http://www.intracen.org>

20. Fuarlara Katılım İçin Finansal Destek Var mıdır?

Yurtdışında Düzenlenen Fuar ve Sergilere Milli Düzeyde veya Bireysel Katılımın Desteklenmesine ilişkin (Resmi Gazete Tarihi: 16.12.2004 Tebliğ No: 2004/6) karar ile yurtdışında düzenlenecek fuar ve sergilere katılımlar belirli şartlar dahilinde desteklenmekte ve bu yolla katılımların artırılması hedeflenmektedir.

İhracatçı Birlikleri tarafından uygulanan bu destekten: 1)Üretici ve Pazarlamacı Firmalar 2)Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) 3)Üretici/İmalatçı Organizasyonları 4)Organizatör Firmalar faydalanmaktadır.

Desteklenecek Faaliyetler:

a.Milli düzeyde gerçekleştirilen fuar katılımları

b.Organizatörün desteklenmesi

c. Sektörel nitelikli uluslararası fuarlara bireysel düzeyde gerçekleştirilen fuar katılımları

Sağlanan Destekler:

		Destek Oranı	Azami Destek	
A) Milli Katılımlarda İştirakçi Firmalara Sağlanan Katılım Payı Desteği			Sektörel Fuarlar	Genel Fuarlar
a) SDŞ'ler için		%75	15.000\$	10.000\$
b) Diğerleri		%50	15.000\$	10.000\$
c) Üretici/İmalatçı organizasyonları		%50	15.000\$	10.000\$
B) Milli Katılımlarda Organizatör Firmalara Sağlanan Tanıtım Desteği				
a) Yurt dışı fuarın genel nitelikli milli katılım veya Türk İhraç Ürünleri Fuarı olması halinde		%75	80.000\$	
b) Sektörel nitelikli milli katılım veya Sektörel Türk İhraç Ürünleri Fuarı olması halinde ise		%75	120.000\$	
C) Sektörel Nitelikli Uluslararası Fuarlara Bireysel Katılımlarda İştirakçi Firmalara Sağlanan Destekler				
a) SDŞ'ler için	Stand Kirası	%100	15.000\$	
	Nakliye Giderleri	%75	(Toplamı)	
b)Diğer Katılımcılar için	Stand kirası	%50	15.000\$	
	Nakliye Giderleri*	%50	(Toplamı)	

*Sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara iştirak eden komple tesis imalatı, makine ve otomotiv ana sanayii sektöründe faaliyet gösteren firmaların fuar nakliye masraflarının 10.000 ABD Dolarını geçmemek üzere % 50'si, doğal taş, seramik ve mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların fuar nakliye masraflarının ise 6.000 ABD Dolarını geçmemek üzere %50'si ilaveten desteklenir. Ödenecek bu ilave nakliye masrafı, katılımcıya fuar bazında ödenebilecek azami destek tutarı sınırlamasına tabi olmaksızın uygulanır.

KAYNAKLAR

<http://www.foreigntrade.gov.tr>

<http://www.igeme.gov.tr>

BÖLÜM V

ACENTA/DİSTRİBÜTÖR SEÇİMİ

21. İhracatta Dağıtım Kanalları Nedir?

Dağıtım, malların üreticiden tüketiciye ulaştırılmasını sağlayan mekanizmadır. En basit haliyle günümüz ticaret ortamında dağıtım, malların üreticiden toptancıya daha sonra da perakendecilere gönderilmesi işidir.

Malların üreticiden tüketiciye ulaştırılması sırasında dağıtım hem fiziksel hem de fiziksel olmayan işlevler yerine getirmektedir. Fiziksel dağıtım malların fabrikadan ya da depodan araçlar vasıtası ile alıcının mağaza/depo/ardiyesine ya da perakende raflarına taşınması işidir. Taşımacılık maliyetleri, paketleme ve taşımacılık şirketleri fiziksel dağıtımın en önemli unsurlarıdır. Fiziksel dağıtım, ürünlerin üretimi için gerekli girdilerin temininden, bu girdilerin işlenerek ürüne dönüştürülmesine ve paketlenerek son kullanıcıya ulaştırılmasına kadar devam eden zinciri ifade eden lojistik konusunun unsurudur.

Bu bölümde dağıtım, fiziksel olmayan yönü ile, başka bir ifade ile uluslararası pazarlamada ticarete konu olan malların mülkiyetinin devri ve dağıtım faaliyetlerinin finansmanı yönü ile ele alınacaktır.

Dağıtım kanalı, ürünlerin dağıtım sırasında izlediği rotadır. Bu rota üzerinde ürünlerin uğradığı her bir durak ise bir kanal seviyesini ifade etmektedir. Dağıtım kanalı seviyelerindeki araçlara kanal üyesi denir. Başka bir ifade ile dağıtım kanalı, bir ürünü ya da hizmeti tüketiciler ya da işletmeler için kullanılabilir/tüketilebilir hale getiren işletmeler setidir. Dağıtım kanalları ürünleri üreticiden tüketiciye ulaştırırken bazı işleri de yerine getirmektedir. Bunlar: bilgi toplama ve dağıtma; promosyon; müzakere; fiziksel dağıtım; finansman ve risk üstlenme gibi fonksiyonlardır.

Firmaların dağıtımını yalnızca fiziksel ulaştırma, depolama ve dağıtma fonksiyonu olarak görmeleri dağıtım kanallarının rekabetçi bir silah olarak kullanılmasını önlemektedir. Oysa ki firmalar müşterilerinin ihtiyaçları doğrultusunda hızlı teslimatı öne çıkararak ya da yüksek montanlı alım yaparak stok bulunduran dağıtımcılarla çalışmayı tercih ederek dağıtımını stratejik bir unsur olarak kullanabilirler.

İşletmelerin ürünlerinin hedef pazarlara ulaşmasını sağlamaları için dağıtım kanalları kurma becerisi oluşturması kaçınılmazdır. Dağıtım, ürünlerin alıcılara ulaştırılması için gerçekleştirilmesi gereken bir iştir. Firmaların müşterilerinin tercihlerine uygun bir kanaldan ürünlerini pazara ulaştırmaları da ciddiyeyle üzerinde durulması gereken bir konudur. Örneğin firmanın ürününü yüksek gelir düzeyine sahip insanlara satmak üzere konumlandığı taktirde, ürünün pazarda yüksek gelirli kişilerin alışveriş yaptığı yerlerde dağıtılması ve satışa sunulması gerekmektedir.

Tüketim mallarının dağıtım kanalları belirgin, net bir görünüm ortaya koymaktadır. İhracata konu olan tüketim malları ihracatçıdan ithalatçıya, toptancılara, perakendecilere, büyük mağazalara, süpermarketlere v.b. ulaştırılmaktadır. İşletmeden işletmeye (B2B) satış yapan firmalar ise daha kısa kanallar üzerinden alıcılara ulaşmaktadır. Firmalar işletmeden işletmeye satışlarda dış pazarlarda ürünleri için alıcılar bulmaya yardımcı olacak acentalar ya da ürünlerin dış pazarlarda satış, pazarlama ve dağıtımını sağlayacak distribütörler gibi araçlar ile anlaşılmaktadır.

KOBİ'ler ihracatta genellikle son kullanıcıyı hedeflememektedir. KOBİ'lerin ürünleri genellikle toptancılar ve perakendeciler gibi araçlar tarafından satın alınmaktadır. Eğer bu araçlar nihai

tüketicie erişmek için kullanılıyorsa, o zaman bu araçlar kaynaktan su taşıyan boru işlevi görürler. Yaptıkları hizmetin karşılığında ihracatçı firmadan para alırlar. Ürünün sorumluluğunu, mülkiyetini üstlendikleri takdirde ise ihracatçı firmanın pazarı/müşterisi olurlar. Bu durumda nihai alıcı/kullanıcı ihracatçının müşterisi değildir. Kanal üyesi ihracatçının son müşterisi olmaktadır.

Yukarıda belirtildiği gibi aracı malların yasal mülkiyetini üstlenmiyorsa, ihracatçı firmaya çeşitli hizmetler sunuyor demektir. Örneğin, firma adına nihai müşteriye malları taşır, geri çevrilen ürünleri firmaya geri gönderir, bilgi ve para gönderme/almada ihracatçıya yardım eder. Kısaca dağıtım kanalındaki üç büyük akışı, malların fiziksel akışını, bilgi ve destek akışını, para akışını düzenlemekte firmaya yardımcı olmaktadır.

Satış ve dağıtım kanalları bölgelere ve ülkelere göre farklılık göstermekte olup, seçiminde ürün ve ürünün özellikleri de dikkate alınmalıdır.

KAYNAKLAR

Workshop General Export Marketing and Management, Center for the Promotion of Import from Developing Countries

Export Planner, Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries-CBI, 5th edition 2004

Uluslararası Pazarlama Yönetimi, Prof. Dr. Mehmet KARAFAKİOĞLU, Beta Basım A.Ş., Ağustos 2000

İşletme Yönetim Sistemi, ITC (International Trade Center)-İGEME Yönetici El Kitabı

22. Dünyanın Değişik Piyasalarında Yaygın Olarak Kullanılan Satış/Dağıtım Kanalları Nelerdir?

Satış ve dağıtım kanallarının yapılanması bölgelere ve ülkelere göre değişiklik göstermektedir. Bu nedenle ihracatçılar her bir farklı pazarda farklı dağıtım kanalı seçenekleri ile karşı karşıya kalmaktadır. Her bir ülkenin zaman içinde oluşmuş ve çok yavaş değişen kendine özgü bir dağıtım sistemi bulunmaktadır.

Kanal sisteminin değişik üyelerinin önemi ülkeden ülkeye değişmektedir. Toptancıların perakendecilere karşı rolü ülkeden ülkeye ve ürüne göre değişiklik göstermektedir. Örneğin İngiltere’de gıda ve içecek perakendeciliğinde sözleşmeli distribütörlerin ürünlerin üreticiden perakendeciye teslim edilmelerinde üstlendikleri rol İspanya, Almanya, Fransa, İtalya gibi diğer Avrupa Birliği ülkelerine kıyasla çok daha önemlidir. Yine, bu ülkelere kıyasla İngiltere’de bakkaliye ürünleri pazarında çok çeşitte perakendecinin egemenliği çok daha kapsamlı ve yaygındır.

Dağıtım kanallarındaki bu ülkeler arası farklılıklar ülkelerin tarihi, gelenekleri, hukuki koşulları ve verimliliğin arkasında yatan ekonomik sebeplere bağlıdır. Bu çerçevede ihracatçıların kanal seçim ve kararlarını her bir ülke pazarındaki mevcut özgün yapıyı göz önünde bulundurarak belirlemeleri gerekmektedir.

Bazı pazarlarda dağıtım sistemi oldukça karmaşık ve nüfuz etmesi zor bir şekilde pek çok katmandan ve fazla sayıda aracından oluşmaktadır. Buna Japonya güzel bir örnek teşkil etmektedir. Japon dağıtım sistemi çok sayıda ve çeşitte toptancılık kanallarına sahip olması, yüksek yoğunlukta ve küçük büyüklükte perakendecilerin bulunması ile tanınmaktadır. Ülkenin dağıtım sisteminin bir diğer özelliği ise sistemde diğer ülkelerde bulunmayan çok sayıda kendine özgü geleneksel tüccarların bulunması ve yine geleneksel fiyat ve komisyon uygulamaları bulunmasıdır. Japonya’nın ekonomik ve teknolojik alanda gösterdiği başarıya rağmen ülke, tarihsel geçmişi ve geleneklerine bağlılığı nedeniyle bu geleneksel dağıtım yapısına bağlı kalmıştır. Ülkenin dağıtım ağı Japon firmalar arasındaki geleneksel sıkı bağları da yansıtmaktadır. Alışverişlerde kişisel bağlar ve ilişkiler önemli rol oynamaktadır. Aynı zamanda Japon yaşam tarzı da ülkenin dağıtım sistemini önemli ölçüde etkilemektedir. Dar alanlarda yaşamak durumunda olan Japonlar, evde depolama olanakları bulunmadığı için haftada bir kaç kez, güvendikleri ve tanıdıkları küçük dükkanlardan alışveriş yapmayı tercih etmektedir. Japon dağıtım sisteminde bazen bir ürün üreticiden tüketiciye ulaşınca dek bir düzine acentadan geçebilmektedir.

Diğer bir uç örnek ise gelişmekte olan ülkelerde dağıtım sistemlerinin verimsiz ve dağınık ya da eksik olması, bulunmamasıdır. Örneğin Çin ve Hindistan yüz milyonlarca insanın bulunduğu çok büyük pazarlardır. Ancak gerçekte bu pazarlar yetersiz dağıtım sistemi nedeniyle gerçekte sahip oldukları nüfustan çok daha küçük pazarlardır. Firmalar yalnızca bu ülkelerin en zengin şehirlerine karlı satışlarda bulunabilmektedir.

KAYNAKLAR

Features of Distribution System in Japan, Japan International Cooperation Agency
Export Planner, Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries-CBI, 5th edition
2004
A Basic Guide to Exporting-Developing an Export Strategy, <http://www.unzco.com>

23. Dağıtım Kanallarının Seçiminde Nelere Dikkat Edilmelidir?

Uluslararası pazarlamada dağıtım kanalının seçimi ilave bazı karmaşıklıklara neden olmaktadır. Her bir ülkenin zaman içinde oluşmuş ve çok yavaş değişen kendine özgü bir dağıtım sistemi bulunmaktadır.

Yeni bir pazarda bir partner seçerek işbirliğine gitmek isteyen bir ihracatçı ne tür bir kanal üzerinden ürünlerinin satışını gerçekleştireceğine karar vermeden önce

- Hedef pazardaki genel pazar durumunu,

daha sonra,

- Hedef pazarda ürününe uygun pazar bölümünü incelemelidir.

Pazar araştırması yapmak ülke, ürün ve hitap edilen pazar bölümüne en uygun kanal üzerinden tüketiciye ulaşılmasını sağlayacaktır.

Firmanın satış yapacağı pazar bölümü ve seçilen dağıtım kanalı birbirine uygun olmalıdır. Dağıtım kanalı seçilirken aynı zamanda ürünün özellikleri, tüketicilerin talep miktarı gibi hususlar dikkate alınmalıdır. Firma birden fazla bölgede, farklı pazar bölümlerine yönelik satış yapıyorsa, farklı ticari partnerlerle çalışması uygun olacaktır.

İhracatçı firmanın aynı zamanda kendi firması üzerinde de çalışması gerekmektedir. Firmanın bu çalışmayı uluslararası sahnede rol alıp alamayacağını anlaması açısından yapması zorunludur. Zira uluslararası ticarete ticari teamüllerin ülkeden ülkeye değişiklik göstermesi, işlemlerin karmaşık olması gibi sebeplerle ihracatta deneyimsiz firmalar zorluklarla karşı karşıya kalabilmektedir. Bu nedenle firmanın doğrudan ya da dolaylı ihracat mı yapacağına da karar vermesi gerekmektedir.

Firmaların etkili ve verimli bir kanaldan hedef ülke pazarına giriş yapabilmeleri için kanal seçeneklerini aşağıdaki kriterlere göre değerlendirmeleri, kararlarını bu kriterlere göre ve firma kaynakları, ürün, firma kapasitesi ve deneyimi, pazar koşulları gibi faktörleri de göz önüne alarak vermeleri gerekmektedir.

Kanal Seçiminde Kullanılacak Kriterler

Ekonomik Olma: Kanal alternatiflerinin "karlılığının" karşılaştırılmasıdır. Bu, her bir kanalın yapabileceği satışların ve bunların maliyetlerinin karşılaştırılması anlamına gelmektedir.

Kontrol Derecesi: Aracı kullanmak ürünlerin satışı ve promosyonu üzerindeki kontrolün bir kısmını aracıya devretmek anlamına gelmektedir. Ancak bazı araçlar daha fazla kontrole sahiptir. Kontrolün mümkün olduğunca firmada kalması idealdir. Ancak ürün ve ülke koşulları da bazen kontrolün devredilmesini gerektirebilmektedir.

Esneklik: Kanalın mümkün olduğunca esnek olması firmanın ülkedeki, pazar bölümünün zevk ve ihtiyaçlarındaki v.b. değişen koşullara uyum sağlayabilmesi açısından önemlidir.

Göz Önünde Bulundurulması Gereken Faktörler

- Firmanın Kaynaklarının Durumu
- Firmanın Büyüklüğü ve Kapasitesi
- Firmanın Ürünlerinin Yapısı
- Önceki İhracat Deneyimleri
- Seçilen Pazardaki Koşullar

Yöneticilerin hedef pazarı, bu pazardaki dağıtım sistemini, kar marjlarını incelemeden, rastgele bir partner seçerek dağıtım kanalına giriş yapmaları ne kadar derin olduğunu, ne kadar yüzeceklerini ve kıyıya ne zaman çıkacaklarını bilmedikleri bir suya dalmalarıyla eşdeğerdir.

Dağıtım kanallarının oluşturulması kararları firmaların karşı karşıya kaldığı en karmaşık ve zorlayıcı kararlar olmuştur. Kanal seçimi firmanın pazarlama kararlarını doğrudan etkilemektedir.

Her bir kanal sistemi değişik bir getiri ve maliyet düzeyi yaratmakta, aynı zamanda farklı bir pazar bölümüne ulaşmaktadır.

Kanal dizaynı firmanın hedef pazar bölümünün ihtiyaçları, firmanın kaynakları (insan, bilgi, ilişkiler, varlıklar) ve hedef pazardaki koşullar ve ürününün özellikleri çerçevesinde belirlenir. Firma daha sonra aracı türleri, aracı sayısı ve her birinin kanaldaki sorumluluğu çerçevesinde başlıca kanal alternatiflerini belirler.

Her bir kanal alternatifi ekonomik olma, kontrol ve esneklik kriterlerine göre değerlendirilmeli ve bu kriterler çerçevesinde firmanın ürünü ve firma kaynakları ile uyumlu kanal seçilmelidir.

Nitelikli, gerekli beceri ve donanıma sahip kanal üyeleri (aracılar) seçilmeli ve seçilen araçlar motive edilmelidir. Her bir kanal üyesi periyodik olarak değerlendirilmelidir. Değişik coğrafi pazarlarda faaliyet gösteren işletmeler her bir pazardaki koşullarını göz önünde bulundurarak kanal yaklaşımları geliştirmelidir.

KAYNAKLAR

Commercial Representation, International Trade Centre UNCTAD/WTO

The SME and the Export Development Company, International Trade Centre UNCTAD/WTO

24. Aracaların İhracattaki Rolü Nedir? Aracı Seçerken Göz Önünde Bulundurulması Gereken Kriterler Nelerdir?

KOBİ'ler genelde dışarıdan gelen bir talebe bağlı olarak ihracata başlarlar. Bununla birlikte, dış talep miktarı büyümeye başlayınca, firmalar, dış pazarlarda bir temsilci bulundurarak, uzun dönemli ilişkilerin kurulması yolunda düşünmek ve ciddi adımlar atmak zorunda kalmaktadır. Bu aşamada firmalar pazara girişte kendilerine uygun bir temsilcilik yöntemini seçmelidir.

Dış pazarlara doğrudan ihracatta bulunan bir firmanın karşı karşıya kalacağı kanal alternatifleri üzerinde bulunan araçlar en genel haliyle aşağıdaki gibidir:

Acentalar: İhracatçının müşteriyle ilişkilerini sürdürmek üzere tayin edilmiş firmalardır. Acentalar malı satın alıp, tekrar satmaz; ihracatçıya fırsatlar bularak, onun adına görüşmeleri gerçekleştirir ve sonuçlandırır. Sabit bir ücretle veya gerçekleşen satış üzerinden belli bir yüzdeyle komisyon üzerinden çalışır ancak hiç bir bilanço ve sermaye riski taşımazlar. Satış sözleşmesi, ihracatçı adına acenta tarafından da imzalanmış olsa, her zaman ihracatçıyla alıcı arasında akdedilmektedir. Ürünün satıldığı fiyat düzeyinin kontrolü ihracatçının elindedir. Acentalar satışın yapıldığı yerlerle olan direkt bağlantılarının yanı sıra, ihracatçı adına pazar araştırması da yapabilmektedir.

Distribütörler: Distribütörler çoğu zaman bunlar toptancı veya yerel ithalatçı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ürünü ihracatçıdan doğrudan satın alıp belirli bir kârla müşterilerine satarlar. Bunlar, genelde, önceden anlaşılmış bir bölgede ve belirli bir mal grubu için ihracatçının çıkarlarını korumaktadır. Distribütör stokları kendi tutar, yerel basın, yayın, tanıtım işleriyle kendi uğraşır. Ayrıca, gerekli durumlarda, satış sonrası hizmet de verirler. Bir distribütör ile daha derin ve doğrudan pazara giriş sağlanabilir. Eğer bir de distribütör iyice tanınıyorsa, aracı olarak bir distribütör ile anlaşmak ürünün pazara güvenli ve etkin bir şekilde girmesine olanak sağlar. Bununla birlikte, bir distribütör, aynı grupta faaliyette olması gerekmeyen, birden fazla imalatçıyla da çalışabilmektedir. İhracatçı, distribütörün pazar şartları doğrultusunda belirlediği nihai fiyatlar üzerine etkili olamamaktadır.

Marketlerin Pazarlama Kanalları: Zincir mağaza ve süpermarketler gibi işletmelerin satın alma konusunda kendilerine ait oturmuş kanalları mevcut olup bunlar ihracatçı için yararlı olabilmektedir.

Katalogla Satış Yerleri: Çok fazla miktarda ihracat işlemi bu satış yoluyla gerçekleşmektedir. Bu satış şekli, ürünün tabiyatına ve pazarın yapısına bağlı olarak, KOBİ'ler için çok değerli bir ihracat yolu olabilir.

Doğrudan Son Kullanıcıya Satış: Bir firmanın yabancı bir ülkedeki son kullanıcılara direkt satışını ifade etmektedir. Son kullanıcılar yabancı kamu kuruluşları, hastaneler, bankalar, okullar, işletmeler gibi alıcılardır. Bu tür alıcılar ticaret fuarları, uluslararası (örneğin İGEME tarafından hazırlanan) tanıtım yayınları, ağızdan ağıza bilgi taşıma veya devletçe düzenlenen alım-satım heyetleri vb. yoluyla belirlenmektedir.

Satış Temsilcileri: İhracatçı bir firmayı yabancı bir pazarda, ihracatçının tanıtım materyallerini ve ürün örneklerini kullanarak temsil eder. Satış temsilcileri belirli bir süre geçerli olacak bir sözleşme altında komisyonla, risk ve sorumluluk üstlenmeden çalışır. Temsilcinin sözleşmesinde kapsanan

bölge, satış şekli, tazminat şekli, hizmetlerin sona erdirilme nedenleri vb. konular açıkça belirtilmelidir.

Hedef bir pazara girişte, ihracat mallarının pazara ulaştırılmasını, bu pazarda fiziki olarak dağıtılmasını sağlayacak, ihracatçı firmayı pazardaki gelişmelerden haberdar edecek ve ürünlerin tanıtımından sorumlu tutulacak ticari partnerin seçimi firmanın hedef pazarındaki geleceği ve kalıcılığı açısından hayati önem taşımaktadır.

Ticari partnerin seçiminde öncelikle dikkat edilmesi ve göz önünde bulundurulması gereken husus olası partnerin güvenilirliği olmakla birlikte ihracatçının incelemesi gereken başka bazı hususlar da bulunmaktadır.

Önceden **pazar araştırması** gerçekleştirmek ve hangi tür aracı ile çalışacağına bir önceki soruda yer alan kriterlere ve faktörlere göre karar vermek, ihracatçının ürünlerinin hitap ettiği tüketici bölümüne hizmet eden dağıtım kanalı içinde çalışan bir üye ile karlı ve güvenilir bir ortaklık kurmasını kolaylaştıracaktır.

İhracatçı firmayı ve ürünlerini doğru kanallarda tanıtabilecek partnerin bulunması ihracatçının başarısı için önem taşımaktadır. Son derece karmaşık olan seçim sürecinde masa başı araştırması ve sonrasında yerinde pazar araştırması problemlerin çözülmesine ve doğru kararın alınmasına yardımcı olmaktadır. Bu çerçevede, bir partner bulmayı hedefleyen ihracatçıların **Ticareti Geliştirme Kuruluşları** ile işbirliği içinde hedef pazarı ve bu pazardaki dağıtım kanalları sistemini yoğun olarak araştırmasında fayda görülmektedir.

İhracatçının ürününü dış pazarlarda dağıtacak ticari ortağını seçmesi oldukça riskli ve zorlu bir süreçtir.

Acenta, distribütör, temsilci v.b. ticari partnerler firmayı yalnız müşterilerine karşı temsil etmekle kalmazlar aynı zamanda ülkeyi ve ülke işadamlarını da temsil ederler. Ülkeye ve o ülke menşeli mallara karşı bir "imaj" yaratırlar.

Bu sebeple ticari partnerler çok dikkatli seçilmeli ve yakın ilişkiler kurularak takip edilmelidir.

Ticari partner seçiminde öncelikle ihtiyaç duyulan şey ihracatçının ürünü ile ilgilenebilecek isim listelerine ulaşmaktır.

Bigi Kaynakları

- Hedef pazardaki T.C. Ticaret Müşavirleri
- Hedef ülkedeki ticaret odaları

Çeşitli ticaret odaları hakkındaki bilgiler UNCTAD/GATT'ın World Directory of Industry and Trade Associations ve Paris'teki Uluslararası Ticaret Odası'nın yayını olan World Yearbook of Chambers of Commerce-Dünya Ticaret Odaları Yıllığı'ndan temin edilebildiği gibi İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi internet sitesi (<http://www.geme.gov.tr>) "Yararlı Linkler" bölümünden de edinilebilir.

- Acenta ve dağıtıcı birliklerinin yayınları
- Bankalar
- Ticareti Geliştirme Kuruluşları (İGEME benzeri kuruluşlar)
- Taşımacılık, sigorta, reklam şirketleri ve ilgili meslek kuruluşları
- Ticaret Fuarları
- Ticari yayınlardaki reklamlar, ticaret rehberleri
- Ticari bilgi kaynakları (KOMPASS gibi)

Firmalar ürünlerini pazarlayabilecek distribütör ve acentalara sözkonusu bilgi kaynakları üzerinden ulaşabilecekleri gibi distribütör ve acentalara hitap eden ticari dergilere ilanlar vererek de potansiyel araçlarla tanışabilirler.

Firmaların ürünlerine ve hitap ettikleri pazar bölümüne uygun, uzun süreli ve karlı bir ilişki kurabilecekleri araçlar ile çalışabilmeleri için hedef pazarı ziyaret ederek potansiyel araçları ile yüz yüze görüşme yapmalarında fayda görülmektedir. Hedef pazar ve firma ziyaretlerinden önce ihracatçı firmanın masa başı çalışmasını yapmış olması ve ziyaretini iyi planlamış olması çok önemlidir. Hedef pazarı ziyaret sırasında çok sayıda distribütör veya acentanın ziyaret edilmesi ve seçici olunması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

Yurtdışında Bir Acenta veya Dağıtıcı ile Anlaşabilirsiniz: Niçin? Nasıl? Kiminle?, İhracatta Pratik Bilgiler Serisi, İGEME, 1994

A Basic Guide to Exporting-Developing an Export Strategy, <http://www.unzco.com>

Export Planner, Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries-CBI, 5th edition 2004

25. Bir Ticari Partner Seçerken Göz Önünde Bulundurulması Gereken Hususlar Nelerdir?

Seçilecek ticari partnerin iş çevrelerinde iyi bir şöhrete sahip olması, verimli bir şekilde çalışabilecek yeterli büyüklükte bir organizasyona sahip olması ve iş çevreleri ile kurduğu ilişkiler ağının kuvvetli olması gerekmektedir. Bu nedenle ihracatçı firmaların seçim sırasında aşağıdaki hususları gözönünde bulundurması gerekmektedir.

- Olası partnerin deneyimi ve iş çevrelerindeki şöhreti
- Organizasyonunun yeterliliği
- Satışları ve müşterileri
- Diğer tedarikçileri

Bir ihracatçının hangi tür aracı ile çalışacağı ihraç edeceği ürüne, pazara ve firmanın gerçekleştirmeyi hedeflediği amaçlara bağlıdır. Tüketim malları için, acentalar daha uygun olabilmektedir. Çünkü acentalar tüketicilerle olan yakın ilişkileri sayesinde, değişen tüketici istek ve seçimlerinin ihracatçıya ivedilikle yansıtılmasını sağlayabilmektedir. Distribütörler ise dayanıklı tüketim malları ve satış sonrası servisi gerektiren malların pazarlanması için daha uygundur.

Acenta veya distribütör seçerken dikkate alınmasında yarar görülen kriterler şunlardır:

Acentaların tüketiciyle doğrudan iletişimde olması istenmektedir. Bunların:

- Yerel pazar bilgisi,
- Teknik ürün bilgisi,
- Kolay iletişim kurma yeteneği,
- Hedef pazar hakkında yeterli bilgiye sahip olması,
- Pazar araştırması yapabilme özelliklerine sahip olması gerekmektedir.

Acentasını seçerken bir ihracatçının ayrıca şunları akılda tutması gerekmektedir:

- İlgilendiği diğer mal çeşitleri, özellikle de rakip ürünler,
- İsteddiği komisyon ve onun hesaplanma şekli.

Distribütörler, acentaların sahip olduğu özelliklere ilave olarak, aşağıda sayılan özelliklere sahip olmalıdır:

- Güvenilir bir geçmiş,
- Sağlam bir finansal yapı,
- Yeterli kaynaklar (çalışanlar, showroom, depolama hizmetleri vb.)
- Zor müşterilere iyi hizmet verebilme yeteneği,
- Satış sonrası servis hizmetleri verme imkanları,
- Doğru rapor verebilmesi.

Ticari Partner Seçerken İhtiyaç Duyulan Bilgilere İlişkin Kontrol Listesi

- Ne kadar zamandan beri iş hayatındadır?
- Son 3 yılda işi ne kadar büyümüştür?
- Satış personelinin sayısı nedir? Yaş grupları ve deneyimleri nedir?

- Satışlarındaki büyüme sürekli midir? Değilse, neden? Son 5 yıllık satış hacmi nedir?
- Satış personeli başına ortalama ne kadar satış düşmektedir?
- Temsilciliğini/distribütörlüğünü v.b. yaptığı başka firmalar var mıdır?
- Halihazırdaki satış bölgesi nedir? Hangi büyüklükteki bir alanı içine almaktadır? Yeterli satış elemanı var mıdır?
- Satış bölgesinde şubeleri var mıdır?
- Eğer varsa, bu şubeler firmanın satış beklentilerinin en fazla olduğu yerlerde midir?
- İlave ofisler açmayı planlamakta mıdır?
- Firmanın ürünlerine doğrudan rakip olabilecek ya da tamamlayabilecek herhangi bir başka ürünün satışıyla da ilgilenmekte midir?
- Gerekli taktirde ürün karmasını firmanın ürünlerine yer vermek amacıyla değiştirmek ister miydi?
- Yeterli depo olanakları bulunmakta mıdır?
- Hangi stok kontrol yöntemlerini uygulamaktadır?
- Yeterli düzeyde ofis ekipmanı, bilgisayar var mıdır?
- Halihazırda nasıl müşterileri vardır?
- Firmanın ürünleri ile partnerin müşterilerinin ilgi alanları uyuşmakta mıdır?
- Promosyon ve tanıtım için hangi tanıtım araçlarını kullanmaktadır?

İyi bir aracı ile anlaşmaya vardıktan sonra seçilen aracı ile sürekli ve iyi bir ilişki kurmak da kurulan ticari ilişkinin verimliliği ve etkinliği bakımından önem taşımaktadır. Distribütör veya acentalar diğer şirketlerin çok farklı ürünlerini de dağıtabilmektedir. Bu durum sadece kendi rakiplerinizle değil dağıtıcınızın diğer tedarikçileriyle de rekabet ettiğiniz anlamına gelmektedir. Bu nedenle ihracatçı firmanın dağıtıcısına diğer tedarikçilerinden daha yakın ve çekici olması gereklidir ki dağıtıcı da ihracatçının ürünlerine daha fazla yoğunlaşarak firma için daha fazla satış yapsın. Bunu sağlamanın en kolay ancak az karlı yolu, dağıtıcıya, diğer tedarikçilerinin verdiği komisyondan veya marjdan daha fazlasını vermektir. Bu ilgiyi artıran ancak daha pahalı olan bir yöntemdir.

Daha geçerli bir yöntem ise acenta veya distribütörünüz ile sıkı temas halinde olmak ve onun işini desteklemektir. İhracatçının sağlayacağı tanıtım broşürleri firma için önemli bir destek olacaktır. Firmanın alacağı komisyon miktarı ve zamanı konusunda her iki taraf önceden anlaşmış olsa da her zaman çözülmesi gereken bazı konular bulunabilir. Aracı firma lehine biraz daha esnek olmak ihracatçı firmaya onun desteği ve sadakatini sağlayacaktır.

Distribütör veya acentanız iyi iş yapmıyorsa nedenini bulmaya çalışınız. Performans düşüklüğü sizin düzeltemeyeceğiniz bir sebepten olabileceği gibi, sadece sizin ürününüzle ilgilenen personelin işten ayrılmasından dolayı da olabilir.

KAYNAKLAR

İşletme Yönetim Sistemi, ITC (International Trade Center)-İGEME Yönetici El Kitabı

A Basic Guide to Exporting-Developing an Export Strategy, <http://www.unzco.com>

Export Planner, Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries-CBI, 5th edition 2004

26. Acenta ve Distribütörlük Sözleşmeleri Nasıl Düzenlenir ?

İhracatçı, acenta veya distribütörlük sözleşmesinin kapsamı ve ilişkiler konusunda çok dikkatli olmalı ve sözleşmenin eksiksiz olmasına özen göstermelidir. Anlaşma sağlandıktan sonra bağlayıcı bir sözleşme imzalanmadan önce aracının performansını test etmek iyi bir fikir olabilir. Aracının performansından memnun kalınmaması halinde ilişkiyi sona erdirmek daha kolay olacaktır. Bir aracılık sözleşmesi imzalarken aracının ülkesinde yürürlükte olan kanunlar hakkında bilgi edinmek ve bir avukata danışmak faydalı olacaktır. İptal maddelerine karşı özellikle dikkatli olmakta fazda bulunmaktadır. İptalin otuz gün önceden uyarısına ilişkin bir metin yeterlidir. Hiçkimse uyarıdan sonra hasmane olması olası bir distribütör veya acentaya uzun bir dönem yasal olarak bağlı kalmak istemez. Bazı ülkelerde mevzuat gereği sadece siz istediğiniz için dağıtım sözleşmesini iptal edemezsiniz. Yerel yasalar satılmamış malları geri almanızı ve nakliyyeyi de geri ödemenizi zorunlu kılabilir. Bir iptal halinde distribütöre yönelik tazminat hükümlerini düzenleyen yerel yasaların önceden gözden geçirilmesi gerekir. Birçok ülkeye dağıtım için tek bir distribütör kullanılıyor ise dağıtım ilişkilerini firmaya en uygun düzenleyen yasalara sahip ülke seçilmelidir. Sözleşmenin bir avukat ya da bir uzman tarafından onaylandıktan sonra imzalanması yararlı olacaktır.

Bir sözleşmede bulunması gereken bazı detaylar şöyle sıralanabilir:

Anlaşma tarafları: Firmaların adları ve adres/tel/fax vs. bilgileri.

Ürün tanımı: İhracatçı, satıcı/aracısına makul bir gerekçe sunarak imalatı kesme hakkını elinde tutmalıdır. Rakip ürünlerin temsilciliği ancak bazı şartlar altında serbest bırakılabilir veya tamamen iptal edilebilir. Bu nedenle rakip, rakip olmayan ürün kavramı açıkça belirtilmelidir.

Kapsanan bölge: Her bölge açıkça tanımlanmalıdır. Bu tanım tek bir kasaba sınırlarından ibaret olabileceği gibi, herhangi bir ülkenin veya eyaletin bir bölgesi veya sınırları içindeki tüm alanlar da olabilir. Bunlar enlem ve boylamlarla da tanımlanabilir.

Kapsam sınırları: Bu maddenin konulması, ihracatçının satıcı/alıcısının bulunduğu bölgede başka bir temsilciye mal göndermesini veya işi tamamen oraya yıkmasını düzenlemek için gerekli olmaktadır.

Anlaşma süresi: Bu madde anlaşmanın süresini belirlemektedir.

Yerel reklam sorumluluğu: Bu, ihracatçının yetkisi dahilinde bölgede yapılacak tanıtımın mahiyetini ve maliyetini düzenlemektedir.

Deneme süresi: Bir sözleşme yapılırken taraflar iyi niyetli olsalar dahi, iyi niyet yeterli olmamaktadır. Bu amaçla, bir yıl gibi bir deneme süresinin konulmasında yarar vardır.

Periyodik raporlar: Acenta veya distribütörün düzenli olarak önceden belirlenmiş aralıklarla bölgedeki faaliyetleri hakkında rapor vermesi, ihracatçının da sevkiyatta meydana gelen bir değişim hakkında sıkça iletişime geçmesi gerekmektedir.

Gizlilik gerekleri: Temsilci, ihracatçıya ait iş ile ilgili gizli sayılabilecek bilgileri nedensiz yere diğer kişilere açıklamamalıdır. Ayrıca temsilci ihracatçı adına yasal prosedürleri başlatmamalıdır.

Sözleşmenin sona erme nedenleri: Sözleşmenin otomatik olarak veya bir uyarıyla sona ermesini gerektiren durumların açık açık belirtilmesinde büyük yararlar vardır.

Teslim şekli: FOB, CIF, CFR, CPT, CIP gibi. Bu distribütöre ulaşan malın fiyatının belirlenmesi anlamına gelmektedir. Komisyoncu acenta olması durumunda, acentanın teslim şeklini çok iyi bilmesi, alıcıyla bunu dikkate alarak görüşme yapmasını sağlar.

Mücbir sebep (Force majeure): Taraflardan birinin sözleşme yükümlülüklerini yerine getirmesini engelleyen ve tarafların kontrolü dışında olan, tarafların ya da taşımacıların, çalışanların hata veya ihmeline bağlanamayan, bütün çabalara rağmen aşılamayan, ve öngörülmesi mümkün olmayan, deprem, sel, siyasi kargaşa v.b. istisnai bir durum ya da olaylardır.

Genel hükümler: Anlaşmada bahsi olmayan diğer hükümlerin burada yer alması uygundur.

Yasal tercih: Sözleşmenin hangi ülke kanunlarına göre uygulanacağı oldukça önemlidir. Bunun ihracatçı ülke kanunlarına göre olması uygundur.

Bunların dışında uyuşmazlığın giderilmesine yönelik, ödemelerin gecikmesine ilişkin ilave maddelerin de sözleşmede yer alması mümkündür.

KAYNAKLAR

Commercial Agents Guide for Drawing Up Contracts, ICC (International Chamber of Commerce), 1993, Yayın No: 410

The ICC Model Distributorship Contract, ICC (International Chamber of Commerce), 1993, Yayın No: 518

The ICC Model Commercial Agency Contract, ICC (International Chamber of Commerce), 1991, Yayın No: 496

İşletme Yönetim Sistemi, ITC (International Trade Center)-İGEME Yönetici El Kitabı

BÖLÜM VI

FİYATLANDIRMA

27. İşletmelerin Fiyatlandırma ve Maliyetlerin Belirlenmesinde Karşılaştıkları Başlıca Sorunlar Nelerdir?

KOBİ'lerin fiyatlandırma ve üretim/ihracatla ilgili maliyetlerin hesaplanmasında karşı karşıya kaldıkları bazı ortak sorunlar bulunmaktadır. Bu sorunlar aşağıdaki gibidir:

1) İhraç pazarlarında rekabetin giderek artması maliyet muhasebesi becerilerinin, maliyetlerin kontrolü becerilerinin önemini de artırmaktadır. Maliyetlerin kontrolü, maliyetlendirme yöntemleri ve işlemleri yetersizdir. İşletmelerin bu konularda yeterli deneyime sahip olmaması fiyatlandırma ile ilgili sorunlar yaşanmasına neden olmaktadır.

2) Yüksek maliyetler nedeni ile dış pazarlarda rekabet edilememesi de KOBİ'ler için önemli bir sorundur. Maliyetlerin indirilmesi bu nedenle önem taşımaktadır. İhracatçıların üretim ve dağıtım ile ilgili maliyetlerini detaylı olarak bilmesi; maliyetlerin nerede ve neden çok yüksek olduğunu bilmesi gerekmektedir. Bu, birim maliyetleri belirleyen faktörlerin anlaşılması demektir.

Maliyetlerin yüksek olması; ham madde ısrafı, düşük verimlilik, kapasitenin değerlendirilememesi (İşletme giderlerinin çıktı başına daha fazla olmasına neden olmaktadır.) gibi fiziki problemleri işaret etmektedir. Düşük verimlilik; eğitimsiz işgücü, aşırı boş zaman, zayıf denetim, zayıf üretim planlaması, yetersiz bakım gibi nedenlere bağlı olarak oluşmaktadır. Kapasitenin değerlendirilememesi sorunu ise işletme giderlerinin çıktı başına daha fazla olmasına neden olmaktadır. Maliyetlerin azaltılmasına dönük çalışmalardan önce bu tür fiziki sorunların ortadan kaldırılması gerekmektedir.

Maliyetleri yükselten sebeplerin belirlenmesinden sonra, ihracatçının üretim planlaması becerilerini geliştirmesi, malzeme ziyanını azaltması, genel olarak verimliliği geliştirmesi ve satışları artırmak için pazarlama tekniklerini kullanması ve kapasite kullanımını artırması gerekmektedir. Böylece birim maliyetlerinin düşmesi sağlanacaktır.

3) Pazar fiyatlarına göre maliyetlerin yüksek olması sonucunda ihracat işlemlerinde kar elde edilememesi ihracatçıların karşı karşıya kaldığı diğer bir sorundur. Maliyet düşürme çalışmalarının etkili yapılması halinde ihracatta karlılığın sağlanması mümkündür. Ancak sözkonusu maliyetlerin kabul edilebilir olması zorunluluğu bulunmaktadır. İhraç pazarlarında pazarlama faaliyeti yürütmek iç pazarlardan farklılık göstermektedir. İhraç pazarlarında genellikle fiyat rekabeti yoğun olup, yüksek standartlı, kaliteli ürünlere olan talep oldukça yüksek düzeydedir. Böyle pazarlara ihracatta bulunacak firmaların karlı ihracat işlemleri gerçekleştirmeleri doğru pazar tahmini yapmalarına; kaynak kullanımının planlanmasına; doğru bir maliyet muhasebesi yapılmasına; seçilen pazarlara uygun bir fiyat stratejisi uygulanmasına bağlıdır.

Maliyet muhasebesi sistemlerinin oluşturulması firmaların faaliyetleri ile ilgili maliyetlerini kayıt altına almalarını ve bölüştürmelerini sağlamaktadır. Bu bilgiler firmaların planlama yapmalarını, karar almalarını, maliyetlerini kontrol edebilmelerini ve finansal hesaplamalar yapmalarını sağlamaktadır.

KAYNAKLAR

Costing and Pricing for Export, International Trade Centre UNCTAD/GATT, Geneva, Revised 1993

28. Fiyatlandırmaya Etki Eden Faktörler Nelerdir?

Uluslararası pazarlarda fiyat belirleme işi pekçok etkenden etkilenmesi dolayısı ile karmaşık bir işlemdir. Bu etkenler; tüketici davranışları, rekabet durumu, firmanın kendi maliyet yapısı ve kar hedefleri, hükümet uygulamalarıdır. Döviz kuru dalgalanmaları da bu faktörlere eklendiğinde fiyatlandırma işi, firmalar için sürekli gözden geçirilmesi ve takip edilmesi gereken bir iş halini almaktadır.

Fiyatlandırma kararının pazarlama karmasının diğer elemanları ile etkileşim içinde olması dikkat edilmesi gereken bir husustur. Buna göre fiyatlandırma kararında belirleyici rol oynayan firma hedefleri, maliyetler (üretim, ulaştırma, pazarlama maliyetleri), talep, rekabet, hükümet politikaları, gümrük vergileri ve diğer vergiler, enflasyon, üretim hattı gibi unsurların yanında dağıtım kanalları, ürün özellikleri, tanıtım ve tutundurma çalışmaları gibi pazarlama karması elemanları da dikkate alınmalıdır.

En uygun ihrac fiyatının belirlenmesi, firmaların karşısına zor bir işlem olarak çıkmaktadır. Bunun nedeni ihracatta fiyat oluşturulmasında pekçok unsurun rol oynamasıdır. Bu faktörlerin bazılarının kontrol edilebilirken bazılarını kontrol etmenin zor olması da fiyatlandırma işini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle fiyat kararlarının sürekli olarak gözden geçirilmesi ve denetlenmesi gerekmektedir. İhracatta fiyatlandırmanın en önemli unsuru esnekliktir.

Hedef pazardaki fiyat düzeyi, arz ve talep durumu ve rekabet düzeyi işletmenin kontrol etmesi mümkün olmayan, bağımsız fiyat faktörleridir. Öte yandan, üretim maliyetleri, satış ve dağıtım maliyetleri, pazarlama desteği maliyetleri, ürün kalitesi ve imajı ve ürün iletişimi gibi faktörler işletmenin etki edebileceği, değiştirebileceği kontrol edilebilir faktörlerdir.

Hem kontrol edilebilir hem de bağımsız faktörler, statik değildir; zaman içinde değişmektedir. Sözkonusu değişimler, bazen hızlı ve şiddetli olmakta, bazen de zaman içinde, aşamalı olarak gerçekleşmektedir. Bu nedenle fiyat kararlarının sıklıkla gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Fiyatlandırmaya ilişkin üzerinde önemle durulması gereken hususlar şunlardır:

- 1) Fiyat, talebi ve dolayısı ile satışları etkilemek için kullanılan başlıca araçlardan yalnızca birisidir.
- 2) Fiyatların oluşturulmasında esneklik kısıtlıdır. Bunun nedeni; bir taraftan düşürülebilir maliyetler ve kaçınılmaz maliyetler arasında fiyat değişimleri için çok küçük bir marj olması, diğer taraftan pazarda belirlenen, oluşmuş olan fiyat düzeyidir.
- 3) Fiyat kararları maliyetlerdeki değişim, rakiplerin hareketleri ya da tüketicilerin alışkanlıklarında, davranışlarında meydana gelen değişimler sonucunda her an geçersiz hale gelebilir.
- 4) Alınan yanlış bir fiyat kararını ciddi zarar görmeksizin düzeltmek zordur. Fiyat politikasından ani geri dönüşler -yukarı ya da aşağı doğru- ticari itibar kaybına ve alıcılar ile büyük sorunlar yaşanmasına neden olabilir.
- 5) Fiyat oluşturmada evrensel olarak doğru ve geçerli bir yol bulunmamaktadır. Ancak akıllıca fiyat kararları alınmasına olanak sağlayan doğru bir yaklaşım oluşturmak için dikkat edilmesi

gereken önemli noktalar bulunmaktadır. Olası seçimlerin ve olanakların farkında olmak ve fiyat kararının içindeki unsurları analiz edebilmek; yerine getirilmesi gereken hedefleri iyi anlamak ve karar vermek fiyat oluştururken doğru bir yaklaşım geliştirildiği anlamına gelmektedir.

Kontrol Edilebilir Fiyat Faktörleri

İhracatçı tarafından küçük ya da büyük ölçüde değiştirilebilir, etki edilebilir fiyat faktörleridir.

a) Ürün Maliyeti

Firmaların bir piyasaya girebilmesi için asgari şart;

Mal birim maliyeti \leq uluslararası fiyatlar (ya da hedef pazarın iç fiyatları)

Ürünün birim maliyeti, belirli bir süre içinde gerçekleşen değişken ve sabit gider toplamının yine o süre içinde üretilen toplam ürün sayısına bölünmesi suretiyle bulunmaktadır. Teklif fiyatta söz konusu olan birim maliyet, malın cinsi gözönüne alınarak, ağırlık, adet, hacim, uzunluk gibi birimlere göre hesaplanabilmektedir.

Söz konusu ihraç malı, aynı firma tarafından üretilmiş ise o malın birim maliyeti, fabrikadan çıkış maliyeti olacaktır. Örneğin, mal fabrikadan çıkışta ambalajlı olarak alınmış ise, ambalaj için ayrı bir gider kalemi açmak gerekmecektir.

Ürünün üretilmesi ve paketlenmesi sırasında ortaya çıkan harcamalar (doğrudan malzeme ve işçilik, fabrika giderleri, yönetim ve faaliyet maliyetleri) yönetim kararı ve denetimine tabidir.

b) Satış ve Dağıtım Maliyetleri

İhracatta, pazardaki ulaştırma ve diğer dağıtım maliyetleri (ticari marjlar) genellikle üretim maliyetleri kadar olmaktadır. Bu maliyetler, doğru ulaştırma opsiyonlarının seçimi; doğru dağıtım kanalı ve satış organizasyonunun seçimi ile kontrol edilebilir hale gelmektedir.

c) Pazarlama Desteği Maliyetleri

Neredeyse tüm gelişmiş pazarlar, pazara ilk girişin sağlanması ve devam eden tüketimin desteklenmesi açısından reklam ve satış promosyonu talep etmektedir. Bu harcamaların fiyata dahil edilmesi gerekmektedir. İhracatçının bu faaliyetlere ne kadar para ayırabileceğine karar vermesi gerekmektedir.

d) Ürün Kalitesi ve İmajı

Özgün bir ürün yüksek fiyat uygulamasına olanak sunmaktadır. Ancak bunun için sunduğu kalitenin tüketicinin ilgisini çekmesi koşulu bulunmaktadır. Aksi takdirde sözkonusu ürünler üretimi için çok para harcanmış, güzel ancak tüketilmeyen, satılamayan ürünler olarak kalırlar. Gerçekte kalite farklılıkları, ürün maliyeti farklılıklarının yarattığından daha yüksek fiyat farklılaşmasına olanak sunmaktadır. Benzer şekilde ürün imajı ve fiyat arasında da bir ilişki bulunmaktadır.

e) Ürün İletişimi

Reklam ve diğer iletişim araçları ürünün imajını geliştirmekte ve tüketici nezdinde çekiciliğini güçlendirmektedir. Dolayısı ile kullanıcıları veya tüketicilerinin gözünde değerini artırmaktadır.

Bağımsız Fiyat Faktörleri

Bağımsız faktörler, yöneticinin manipülasyonuna açık olmayan faktörlerdir; değiştirilemez.

a) Hedef Pazardaki Fiyat Düzeyi

İhracatçıların çoğunluğu kendilerini fiyatları bağımsız olarak belirleyemedikleri pazar koşullarında bulunmaktadır. Bu durumda seçtikleri pazarda hakim olan fiyat düzeyine uyum sağlamak zorunda kalırlar. Fiyat seviyeleri üretim maliyetleri ile; türlü türlü dağıtım marjları ve dağıtım kanalı üyelerinin farklı kar hedefleri ile; ve nihayet imalatçılar arasındaki rekabetin ya da piyasada varlık gösteren ikame mallarının etkisi ile belirlenmektedir.

b) Pazardaki Arz ve Talep

Firmanın yapacağı tüketim araştırmalarının amacı, ihraç malına karşı hedef pazarlardaki iç talebin büyüklüğünü, ithalatla karşılanma oranını ve tüketici tercihlerini ortaya koymaktır.

İhraç konusu ürünün hedef pazardaki net tüketim değeri aşağıda belirtildiği şekilde hesaplanmaktadır.

Net tüketim miktarı = (iç üretim) + (ithalat miktarı) - (ihracat miktarı)

İthalat Tüketim Oranı= İthalat miktarı / Net tüketim miktarı x 100

Net tüketim miktarı içinde ithalatın oransal payının dönem içinde büyümesi, hedef pazarda ithal mallarına olan talebin arttığını göstermektedir. Bu durumda, fiyat değişikliklerinin rasyonel yapılabilmesi ve tavan fiyatının belirlenebilmesi için talep esnekliğinin göz önüne alınması gerekecektir.

Eğer talep esnek değilse, ürünün fiyatı yükseltildiğinde piyasa payında olumsuz bir gelişme olmamakta, aksi bir durumda ise fiyat değişikliği piyasa payında önemli bir değişikliğe neden olabilmektedir. Malın ikamesinin güçleştiği durumlarda, fiyat esneklikle doğru orantılı olarak yükseltilebilir.

Örneğin gıda maddelerinde talep genelde kararlıdır; ve fiyat esnekliği düşüktür. Dolayısıyla fiyat kırarak piyasaya girmek zordur. Bu nedenle, pazarlamada malın kalite ve ambalajı da önem kazanmaktadır. Ayrıca bu malların işlenmiş mamullerine olan talep giderek gelişmekte ve standart özellikler daha fazla önem taşımaktadır.

Maliyetler ihraç fiyatlarının taban sınırını belirlerken, alıcıların tercihleri de tavan fiyatı belirlemektedir. İç pazarda olduğu gibi, dış pazarlarda da pazarın demografik yapısı, müşterilerin örf ve adetleri, farklı dinler, ekonomik koşullar ve yaşama alışkanlıkları gibi pazara ilişkin faktörler ihraç fiyatlarının tavan sınırının belirlenmesinde firmaya yardımcı olmaktadır. Ancak burada unutulmaması gereken husus sorunun ulusal pazarda olduğu kadar basit olmadığıdır. İhracatçı firma malını ihraç ettiği her dış pazarda farklı bir talep eğrisi ile karşı karşıya bulunmaktadır.

c) Rekabet

Ürünün üreticileri arasındaki rekabet düzeyi pazardaki fiyat seviyelerini ve ürün fiyatını etkilemektedir. Üreticiler arasındaki yoğun rekabet, rekabetçi faaliyetler reklam, satış promosyonu, hizmet, kalite kontrolü gibi pazarlamanın diğer alanlarına kaymadığı sürece fiyatlar üzerinde baskı oluşturmaktadır. Ayrıca ürün, ticaret ve tüketici için önemli avantajlar vaad etmiyor ise ihracatçının fiyatını rakiplerinin fiyatları ile aynı seviyeye getirmekten başka çaresi kalmamaktadır.

Maliyet ve talep koşullarının bilinmesi firmanın taban ve tavan fiyatlarının belirlenmesine olanak verirken, rekabet koşullarının bilinmesi de gerçek fiyatların belirlenmesinde yardımcı olmaktadır.

Tam rekabet koşullarında fiyat pazarda oluştuğuna göre, ürünün üretilip satılacağı fiyat, pazar fiyatının altında bir fiyat olacaktır. Bu durumda fiyatı belirleyen firma açısından maliyetler önemli bir faktör durumunda olup, fiyatlandırma açısından en önemli sorun ürünün maliyetlere göre mevcut pazar fiyatından satılıp satılamayacağıdır.

Oligopol koşulları rekabet baskısının en yüksek olduğu pazar koşullarındandır. Sınırlı sayıda satıcının bulunduğu oligopolde her firma diğerlerinin davranışlarını etkilediği gibi, kendisi de onların davranışlarından etkilenir. Dolayısıyla birbirlerinin fiyat kararlarını da etkileyeceklerinden, her firma fiyat davranışını ayarlarken diğer firmaların fiyat davranışlarını da dikkate almak zorundadır. Oligopol koşullarında firmalardan birinin bir fiyat değişikliği yapması, diğerlerini de rekabete teşvik ederek aynı yola sürüklemektedir. Sözgelimi satıcılardan birisi satışlarını artırmak için fiyatlarını düşürürse, rakipleri de aynı davranış içine girmektedir. Fiyat düşürmeleri endüstride giderek bir fiyat savaşı biçimine dönüşebilmekte; ve bunun sonucunda bazı işletmeler pazardan çekilmek zorunda kalabilmektedir. Ancak üretilen ve satılan mamullerin benzer olmadığı, kalite ve nitelik açısından farklılıklar gösterdiği ya da alıcılar yönünde farklı olarak algılandığı durumlarda satıcı firmalar tekel durumuna yaklaşarak mamullerine fiyat tabanı ve tavanı arasında daha fazla serbestlik içinde fiyat saptayabilirler. Serbestliklerinin derecesi de ürünlerinin farklılaştırılmasıyla orantılıdır.

d) Pazar Koşulları

Piyasalar arasındaki farklı enflasyon oranları, her bir piyasa için ayrı ayrı fiyat belirlenmesini gerektirmektedir. Enflasyonun yüksek olduğu pazarlarda ise fiyat ayarlamaları daha kısa dönemler için yapılmaktadır. Enflasyon kadar durgunluk da, ülkelerarası ticareti olumsuz yönde etkilemektedir. Durgunluk dönemlerinde fiyat düşürme politikaları izlenebilmekte, bu da elde edilen kârı azaltmaktadır.

Ülkeden ülkeye değişen farklı kur uygulamaları uluslararası fiyatlandırma kararları üzerinde etkili olmaktadır.

Kur politikası, normal olarak, iki piyasa arasındaki fiyat farkını ortadan kaldırmaya yöneliktir. Ancak döviz kuru, ihracatın yöneldiği piyasa için fiyatların daha cazip hale getirilmesi amacıyla kullanıldığında teşvik politikasının bir aracı olmaktadır. İhracat fiyatına etki eden cari döviz kuru, vergi iadeleri, ihracat kredileri, ihracat üzerine konan vergiler, girdi ve faiz sübvansiyonları gibi çeşitli sübvansiyonların hesaba katılmasıyla bir Dolarlık ihracattan elde edilen milli para miktarı "ihracatın efektif döviz kurunu" göstermektedir. İthalat fiyatına etki eden cari döviz kuru, ithalat teminatları faizlerinin, gümrük vergileri ve harçların hesaba katılmasıyla, milli para cinsinden bir Dolarlık ithalatın maliyetine ise "ithalatın efektif döviz kuru" denilmektedir.

Ekonomik yönden gelişmiş ülkelerin paralarında yapılan devalüasyonlar ihracat mallarının satış fiyatlarını etkilemektedir. Ayrıca, yabancı ülkelerin ihracat olanaklarını geliştirmek amacıyla zaman zaman paranın değerini düşürmeleri fiyatlar üzerinde olumsuz etkiye sahip olabilmektedir.

Ülkeden ülkeye değişiklik gösteren yasal ve politik koşullar ihracatçıların fiyatlarını istedikleri gibi ya da pazar koşullarının gerektirdiği şekilde belirlemelerini engelleyebilmektedir (tarifeler, ithal sınırlamaları, anti-damping yasalar, vs. gibi).

Yasal ve politik koşullar, hükümetlerin ihracat fiyatlarına müdahalesi gibi iç piyasada ihracatçının faaliyetlerini sınırlayacak şekilde olabileceği gibi, uluslararası pazarlarda ihracatta her ülkeye göre değişen belli kurallarla faaliyetlerin sınırlandırılması şeklinde de olabilmektedir.

Bazı ülkelerde hükümetler ithal malına ödenecek miktar ile, sözkonusu ithalatın sosyal yararı arasındaki ilişkiyi değerlendirmektedir. Bu ülkelerde tüketiciler yüksek bir fiyatı ödemeye razı olsalar bile, hükümet sosyal yarar açısından gerekli olmadığını ileri sürerek bu tür bir ürüne döviz tahsisini engelleyebilmektedir. Bir çok gelişmiş ülke, yabancı firmaların fiyat düzeylerinin kendi iç piyasalarındaki fiyatlardan daha aşağı olması durumuna karşı anti-damping uygulamaları ile piyasalarını korumaktadır.

KAYNAKLAR

Pricing and Quoting, The Business Management System, How-to Manual, International Trade Centre, UNCTAD/WTO, 2002

29. İhraç Fiyatının Belirlenmesinde Etkili Olan Maliyet Unsurları Nelerdir?

Kar sağlamak isteyen bir satıcının ürün maliyetlerini ve ürün fiyatını ilişkilendirmesi önemlidir.

Maliyetlendirme ve fiyatlandırma birbirinden ayrı işlemler olmakla birlikte, üretim ve pazarlamanın kar ile sonuçlanması koşulu sebebiyle bu ikisi birbirini etkilemektedir. Maliyetlendirme mevcut üretim koşulları altında ürünün üretimi için harcanan para iken, fiyatlandırma mevcut piyasa koşullarında ürünün satışından elde edilen paradır.

Bir İhracat İşleminde Maliyet Akış Şeması

Ürün Maliyeti

Doğrudan Maliyetler

Satış Maliyetleri

Kar

Paketleme

Yurtiçi Taşıma ve İhracat İşlemleri ile ilgili Maliyetler

Uluslararası Taşıma ve Sigorta Masrafları

İhraç Pazarındaki Gümrük ve Dağıtım Maliyetleri

Bir malın üretimi için kullanılan emek, malzeme ve işletme giderleri o malın üretim maliyetlerini oluşturmaktadır. Ayrıca, ihracat söz konusu olduğunda satış, teslim ve sigorta giderleri de maliyetin önemli kalemleri arasında yer almaktadır.

İhraç Fiyatı:

I. F (üretim) + F (kâr marjı) = Teslim Fiyatı

II. F (teslim fiyatı) + F (ulaşım) + F (depolama) + F(Banka masrafları) + F(sigorta) + F(dağıtım) = F(ihraç pazarındaki fiyat)

Üretim miktarının artışından bağımsız olarak her işletmenin üstlenmek zorunda olduğu kira, amortisman, işletme giderleri gibi maliyetler sabit maliyetlerdir. İşletmelerin üstlenmek zorunda olduğu üretim artışına bağlı olarak artan maliyetler de bulunmaktadır. Bunlar malzeme giderleri, emek giderleri, yakıt, enerji giderleri gibi değişken maliyetlerdir. Sabit ve değişken maliyetlerin toplamı, bir mal için yapılan toplam maliyet harcamaları değerini vermektedir.

Üretim maliyeti, gerçekleşen üretim miktarına göre değişebilmektedir. Örneğin, 5000 çift ayakkabının maliyeti, 500 çift ayakkabının üretim maliyetinden daha fazladır. Fakat çift başına maliyet, üretim arttıkça düşmektedir. Bir başka deyişle, üretim miktarı arttıkça, birim maliyet düşmektedir.

Bir malın üretiminden satış aşamasına kadar yapılan tüm harcamalar, üretim miktarına bölüldüğünde, ortaya çıkan değer "başabaş fiyatı" oluşturmaktadır. Söz konusu fiyatın altında yapılacak her satış firmaya zarar, bu fiyatın üstünde yapılacak her satış ise firmaya kâr sağlayacaktır.

Firma, malını düşük bir kârla ihraç etmek ya da yüksek bir kârla yurtiçi piyasada satmak gibi iki seçenek arasında optimal bir seçim yapmak zorundadır. Bu konuda düşük bir fiyatla firmanın ihracata yönelmesi ve bu ihracatın firmaya sağlayacağı faydaların incelenmesi gerekmektedir.

Firma iç piyasaya yöneldiğinde kısa dönemde kâr marjı yüksek olabilir. Ancak firmanın ihracata yönelmesi halinde, uzun dönemde iç piyasaya satışın yanısıra dış piyasalara düşük kâr marjı ile yapılacak satışlarla, firmanın üretim hacmi genişleyecek ve dolayısıyla birim başına ortalama maliyeti düşecektir. Firmanın dış piyasada fiyatları hangi düzeye kadar düşürebileceği, marjinal maliyetlerin firmaya getireceği ek yüklerle bağlıdır. İhraç satış maliyetini hesaplarken, iç piyasa satışlarında kullanılan yöntemlerden vazgeçmek gerekmektedir. Firma, sabit maliyetlerini iç piyasaya yönelik satışlarla karşılayacağından, firmanın yapması gereken analiz, dış piyasaya süreceği her mal için değişken maliyeti hesaplamaktır.

İç piyasadaki satışlardan istediği kâr düzeyini elde edebilen bir firma, neden fiyatları düşürmek yoluyla ihracata yönelsin? Böylesi bir durum, ihracat maliyet analizi yapılmadığı takdirde, birincil amaçları kâr elde etmek olan firmaları ihracat yapmaktan alıkoyacaktır. Oysa gerçekte, ihraç ürünlerinin marjinal birim maliyeti, firmanın iç piyasaya yönelik üretiminin birim maliyetinden düşüktür. Bundan dolayı, birim maliyet ile eş anlamlı olan, başabaş fiyat da daha düşük olacaktır. Kısaca firma, toplam üretimini arttırmak ve dolayısıyla birim maliyeti düşürmek yoluyla yaptığı ihracatta, toplam kâr marjını yükseltebilecektir.

Uluslararası alanda zorlayıcı bir fiyat politikası izlemeyi hedeflemiş bir firma açısından, marjinal maliyetlerin olabildiğince düşük tutulması yararlı olacaktır. Ancak, uluslararası alanda ün yapmış büyük firmalar aşağıdaki nedenlerden ötürü, düşük fiyat politikalarından etkilenmeyebilirler.

- **Marka**
- **Güvenilir kalite ve hizmet**
- **Dağıtım kanallarının iyi olması**
- **Nitelikli elemanlarının olması**
- **Etkili ve çekici ambalajlama**

İhraç pazarında, düşük fiyat uygulamaları kısa ya da uzun dönemde elbette etkili bir piyasa aracı olabilir. Ayrıca, ürün kalitesi ve etkili bir pazarlama, pazar payının korunmasını sağlayabilir. Fakat zorlayıcı fiyat uygulamaları, uzun dönemde dış piyasada dampinge yol açabilmektedir.

KAYNAKLAR

Pricing and Quoting, The Business Management System, How-to Manual, International Trade Centre, UNCTAD/WTO, 2002

İhraç Fiyatınızı Nasıl Belirliyorsunuz? İhracatta Pratik Bilgiler Serisi, İGEME, Nisan 1997

İhracatta Fiyatlandırma ve Teklif Hazırlama, Ayşe Oya BENLİ, İhracatta Pratik Bilgiler Serisi, İGEME, Ağustos 2006

30. İhracat Sırasında Maliyeti Artıran Etkenler Nelerdir?

- Satış komisyonları
- Taşıma şirketleri için ödenen ücretler
- Gerekli belgeler için yapılan masraflar
- Finansman maliyetleri
- Akreditif masrafları
- Ambalajlama masrafları
- Etiketleme ve işaretleme masrafları
- Ülke içinde taşıma masrafları
- Ürünün varış yerinde boşaltılması için yapılan masraflar
- Sigorta masrafları
- Gerekli belgelerin çevirisi gibi işlemler
- Kredi vadeleri
- Depolama için yapılan masraflar

İhracatçının sayılan bu masraflardan her birinin mali projeksiyonlarda ve 12 aylık bütçede dile getirilmiş olduğundan emin olması gerekmektedir.

Örnek: İhracat Giderleri Cetveli

Ürün giderleri ve fiyatlar	\$
Ürün Maliyeti:Birim başına 10 \$X100 birim (A)	1000
Hedeflenen fiyat yükselmesi: (A)'nın %10'u	100
Denizaşırı ülkedeki temsilcinin komisyonu: (A)'nın %5'i	50
	1150
Üretimin finansman giderleri: (A)'nın %8'i	80
Ambalajlama giderleri	100
100 birim için etiketleme ve işaretleme	50
Diğer doğrudan ihracat giderleri	20
EXW Fiyatı (Fabrika)	1400
Yükleme limanına karadan taşıma	100
Boşaltma ve terminal masrafları	100
FAS Fiyatı (Yükleme limanı)	1600
Gemiye yükleme giderleri	50
İhracat belgeleri ve ihracat için geminin limanı terk etmesi	30
FOB Fiyatı (Yükleme limanı)	1680
Varış limanına kargosu/nakliye	300
CFR Fiyatı (Varış limanı)	1980
Sigorta	20
CIF Fiyatı (Varış limanı)	2000

CIF fiyat başlangıç maliyetinin iki katı olmuştur. İhraç fiyatını etkileyecek maliyetlerin bu nedenle çok dikkatle hesaplanması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

İhraç Fiyatınızı Nasıl Belirliyorsunuz? İhracatta Pratik Bilgiler Serisi, İGEME, Nisan 1997
Costing and Pricing for Export, International Trade Centre UNCTAD/GATT Geneva, Revised 1993

31. İhraç Fiyatı Nasıl Oluşturulur?

Firmanın fiyatları belirlemesinin ithalatçıya teslim şeklinin (FOB, CIF gibi) belirlenmesinden önce yapılması gerekmektedir. Bunun için kullanılacak en önemli araç ise fiyat yapısıdır. Fiyat yapısı, fabrika kapısından tüketici için oluşturulacak fiyata kadar tüm maliyet unsurlarının detaylı bir resmini ortaya koyması açısından önem taşımaktadır.

İhraç fiyatının yapısı ihracatçının:

- Aşama aşama nihai fiyatı inşa etmesine,
- Tüm aşamalarda ihraç fiyatını rakiplerinkine ile karşılaştırmasına,
- Bir ya da birkaç fiyat unsurunda maliyet tasarrufu yapıp yapılamayacağını anlaması için fiyatları analiz edebilmesine yardımcı olmaktadır.

İhraç Fiyatının Yapısı

- a. Ürünün fabrika maliyeti
- b. Üreticinin karı
(a+b) → **Fabrika Kapısında Teslim Fiyatı**
- c. Paketleme ve Markalama
- d. Fabrikada Yükleme
- e. Limanlara, demiryollarına veya havaalanına ulaşım
- f. Liman/demiryolu/havaalanı kullanım masrafları ve bedelleri
- g. Belge masrafları (konişmento v.s.)
- h. Menşe Şahadetnamesi
- i. Varsa ihraç vergisi
(a+i) → **FOB Fiyat**
- j. Sigorta primi ve poliçe masrafı
- k. Deniz ya da hava taşımacılığı masrafları
- l. Liman/demiryolu/havaalanı kullanım masrafları
(a+l) → **CIF Fiyat**
- m. Varış yerinde boşaltım masrafları
- n. Gümrük vergileri ve diğer vergiler
- o. Kliring (gümrükten çekme) masrafları
(a+o) → **Varış Fiyatı**
- p. İthalatçının deposuna ulaşım
- q. İthalatçının kar payı
- r. Toptancının kar payı
- s. Perakendecinin kar payı
(a+s) → **Tüketici Fiyatı**

KAYNAKLAR

Costing and Pricing for Export, International Trade Centre UNCTAD/GATT Geneva, Revised 1993
Pricing and Quoting, The Business Management System, How-to Manual, International Trade Centre, UNCTAD/WTO, 2002

32. İhracatta Fiyatlandırmada Gerekli Bilgiler Nelerdir?

Firmaların ürünlerini dış pazarlara satarken ne ölçüde rekabetçi olacaklarını önceden araştırmaları için bazı bilgileri kullanmaları gerekmektedir. Bu bilgiler maliyetler ve hedeflenen dış pazarlar ile ilgilidir.

Maliyetlerin gözden kaçırılmadan belirlenmesi, her bir pazar için ihracatçının karşılaştırmalı hesaplar yapabilmesini ve seçilen pazarların her birinde ihracatçının rekabet edebilirlik derecesini görmesini sağlayacaktır.

Diğer taraftan ihracatçı firmanın hedef pazarı hakkında da bilgi sahibi olması gerekmektedir. Pazardaki talep büyüklüğü ve yapısı, rekabet durumu ve yoğunluğu, hedef pazardaki ürünle ilgili fiyat bilgileri ihracatçının edinmesi gereken bilgilerdir. Fiyatla ilgili temin edilen bilgilerin sıklıkla gözden geçirilmesi ve yenilenmesi dikkat edilmesi gereken bir husustur. Hem iç hem de dış pazarlarda gerçekleşen rekabetçi faaliyetlerle ilgili bilgi temini de doğru fiyatlandırma için gerekmektedir. Ayrıca rakiplerin fiyat değişimlerine gösterdikleri tepkiler de uygulanan fiyat politikasının isabetli olup olmadığı ile ilgili olarak ipuçları sunmaktadır.

a) Maliyetler

Firmaların her bir hedef pazarda ne ölçüde başarılı olabileceğini görmesi ve karşılaştırmalar yapabilmesi için üretim, dağıtım, pazarlama desteği ve idari maliyetleri gözden geçirmesi gerekmektedir.

Üretim Maliyetleri: Ürünlerin üretimi için yapılan doğrudan ve dolaylı harcamalardır.

Dağıtım ve satış maliyetleri:

- Tüm satış personeline ödenen maaşlar, seyahat harcamaları gibi harcamalar dahil olmak üzere ürünlerin satışını ilgilendiren maliyetlerdir. Satış komisyonları ve nakliye masrafları gibi bazı dağıtım ve satış maliyetleri doğrudandır. Ancak sözkonusu maliyetlerin büyük çoğunluğu dolaylı harcamalardan oluşmaktadır. Bunlar satış memurlarının maaşları, reklam harcamaları, nakil araçlarının maliyetleri ve dağıtım personelinin maaşları gibi harcamalardır.
- Ürünlerin hedef pazara taşınması ile ilgili masraflar. Sözkonusu masraflar navlun (kara, hava, deniz yolu), sigorta, liman ve başaltma masrafları, doküman maliyetleri v.b. masraflardan meydana gelmektedir. Bu masraflar ihraç edilen ürünün ağırlığı ve/veya değeri ile doğrudan ilgilidir. Dolayısı ile sözkonusu masraflar değişken maliyetler ya da birim başına sabit maliyetler olarak değerlendirilebilmektedir.
- İthalatçının ve dağıtım zincirindeki diğer aracılardan üstlendikleri fonksiyonlar (satış, nakliye, depolama, finansman v.s.) karşılığında aldıkları kar marjları. Sözkonusu maliyetler, maliyetler üzerinden yüzde olarak ifade edilmektedir. İthalatçılara ve diğer aracılara ödenen kar marjları genellikle sabit olup, ürün grupları arasında farklılık göstermektedir. Aynı ürün grubu içinde küçük değişiklikler olabilmektedir.

Pazarlama Desteği Maliyetleri: Sözkonusu maliyetler reklam, satış promosyonu ve benzeri faaliyetler için yapılan harcamaları kapsamaktadır. Toplam pazarlama desteği maliyetleri ihracatçının reklam politikasına dayanmaktadır.

İdari Maliyetler: Maaşlar, ofis harcamaları, denetim vb. faaliyetler için yapılan harcamalar, kırtasiye harcamaları vs.

b) Dış Pazarlar

Talep Büyüklüğü ve Rekabet: Hedef pazardaki rekabet durumu ve talep büyüklüğünün öğrenilebilmesi için gerekli veriler ihracatçının kendi ülkesindeki ve hedef ülkedeki ticaret odaları, ticareti geliştirme kuruluşları, nakliye kuruluşları, ticari ataşelikler, ticaret rehberleri, mesleki yayınlar kanalı ile öğrenilebilmektedir.

Fiyatlar: Fiyatlandırma kararlarının sıklıkla gözden geçirilmesi gerekmektedir. Modern pazarlama yaklaşımı ürünlerin fiyatlarının pazarın kaldırabileceği fiyatlardan belirlenmesi gerektiğini kabul etmektedir. Maliyetlere belirli bir kar marjının yüklenmesi sureti ile fiyatlandırma yapmak günümüzde rekabetçi bir fiyatlandırma yöntemi olarak kabul edilmemektedir. Bu yöntemin uygulanması halinde ortaya çıkan fiyat düzeyi pazara göre çok düşükse kar kaybı olabilmekte; çıkan fiyat pazara göre çok yüksekse satış fırsatları kaçırılabilir. Fiyatlandırmanın başarılı bir pazarlama unsuru olarak kullanılması için firmanın hedef pazarının yapısını, talep durumunu, rakiplerin fiyat değişimlerine olası tepkilerini iyi ölçmesi gerekmektedir. Ayrıca iyi bir satış personeli ile çalışarak müşterilerin şikayetlerinin neden kaynaklandığını da sıklıkla gözden geçirmelidir.

İhracatta Fiyatlandırmada İhtiyaç Duyulan Bilgilere İlişkin Kontrol Listesi

Fiyatlandırma için gerekli bilgilerin derlenmesinde:

- Ürünlerin dağıtılacağı **pazar**,
- Firmanın faaliyette bulunduğu **sektör** ve **rakipleri**,
- Hedef pazardaki **mevzuat** ve ilgili sektördeki **düzenlemeler** incelenmelidir.

a) Pazar ile İlgili Bilgiler

Ürünün satılabileceği pazarlar hangileridir?

Önemli rakipler kimlerdir?

Pazar büyüklüğü ne kadardır?

Gelecekteki büyüme beklentileri nedir?

Farklı pazar bölümleri birbirini nasıl etkilemektedir?

b) Rekabet ile İlgili Bilgiler

Rakip ürünler hangileridir?

Alıcıların talepleri nedir?

Fiyat değişikliği olanakları ne kadardır?

Rakiplerin pazar payları ne kadardır?

Pazar payları değişmekte midir?

Pazardaki rakiplerin finansal durumları nasıldır?

Pazardaki değişimler karşısında beklenen tepkiler nelerdir?

c) Fiyatlar Hakkında Bilgi

Rakip ürünlerin fiyatları nasıldır?

Pazarda fiyat oluşumunu belirleyen lider firma/firmalar var mıdır?

Fiyat ve miktar arasındaki ilişki nasıldır?

İndirim, kredili satış olanakları, tanıtım desteği gibi alışkanlıklar; uygulamalar; pazar özellikleri var mıdır? Nasıldır?

d) Devlet Politikaları Hakkında Bilgi

Pazar üzerindeki kamu etkisi nasıldır?

Firmalar kamu düzenlemelerinden nasıl etkilenmektedir?

Kamu kesimine satışta bulunan önemli firmalar hangileridir?

e) Üretim ve Maliyet Hakkında Bilgi

Firmanın mevcut üretim, envanter seviyesi ne durumdadır?

Bu seviyelerle ilgili maliyetler nedir?

Üretim ve envanter seviyelerindeki değişimler bu maliyetler üzerinde nasıl etki yaratmaktadır?

Fiyatlandırma kararı ile ilgili maliyetler nelerdir?

f) Gelirler ve Kar Hakkında Bilgi

Kar, gelir, maliyet ilişkileri nasıldır ve bunların diğer ürünlere etkisi nedir?

Ürün miktarının gelirler ve kar üzerindeki etkisi nedir?

Tanıtım ve reklam harcamalarının gelir ve kar üzerindeki etkisi nasıldır?

Firmanın kar marjları nedir? Kar marjları rakiplerinin marjlarından farklı mıdır?

Doğru bir fiyatlandırma yaklaşımının oluşturulması için fiyatlandırma kararları alınırken yukarıdaki kontrol listesinin gözden geçirilmesinde yarar görülmektedir. Bazı pazarlara ilişkin bilgilere erişim güç olabilmektedir. Diğer taraftan elde edilen bilgilerin geçerliliğini yitirmiş olması da sözkonusu olabilmektedir. Elde edilen bilgilerin doğru ve güvenilir olup olmadığına dikkat edilmesi diğer bir önemli husustur.

KAYNAKLAR

Pricing and Quoting, The Business Management System, How-to Manual, International Trade Centre, UNCTAD/WTO, 2002

İhracatta Fiyatlandırma ve Teklif Hazırlama, **Ayşe Oya BENLİ**, İhracatta Pratik Bilgiler Serisi, İGEME, Ağustos 2006

33. Teslim Şekli Nedir, Nasıl Belirlenir?

Bir ihracat ürününün teslim şekli belirlenirken ihracatçının tüm potansiyel maliyetleri dikkate alması gerekmektedir. Fiyatlandırma hususunda ihtiyatlı davranmayan ihracatçılar için pek çok tuzak ve gizli maliyetler söz konusu olabilmektedir. Teslim şeklinin kesin bir teklif olarak yorumlanması nedeniyle ihracat edilecek malların teslim şeklinin belirlenmesi fiyatlandırmada çok önemli bir aşamadır. Taraflar arasında teslim şeklinin belirlenmesinde, sıklıkla proforma fatura kullanılmaktadır. Proforma fatura, teklif belirten ve ticari hükmü bulunmayan bir faturadır. Proforma fatura teklifle ilgili unsurları (alıcı ve satıcının isim ve adresleri, alıcının referans numarası ve başvuru tarihi, talep edilen ürünlerin kısa tanımı ve listesi, her bir adedin fiyatı, brüt ve net ağırlıkları, ihracat için paketli hallerinin hacmi ve boyutları, varsa yapılan indirim, teslim noktası, satış koşulları, ödeme şekli, sigorta ve taşıma masrafları, teklifin geçerlilik süresi, alıcı tarafından yapılacak toplam ödeme, tahmini taşıma süresi, döviz kuru) içermelidir. Teklif ile ilgili sözkonusu unsurların yanı sıra proforma fatura üzerinde bulunması gereken iki unsur daha bulunmaktadır. Bunlardan biri proforma fatura ibaresi, diğeri de menşé ülkedir. Proforma fatura üzerinde "Proforma Fatura" ibaresi mutlaka bulunmalıdır.

İşletmenin elde edeceği kar üzerinde önemli rol oynaması nedeniyle, teslim şeklinin açık, net ve düzgün bir şekilde belirtilmesi önem taşımaktadır.

Fiyat belirlemelerinin standartlaştırılması amacıyla fiyatlandırmada Paris'teki **Uluslararası Ticaret Odası tarafından hazırlanan INCOTERMS** teslim şekilleri esas alınmaktadır.

Teslim şekli üzerinde anlaşılan ithalatçı ve birbirlerini bir ihracat işleminin dört ana unsuru üzerinde yasal olarak bağlamış olmaktadır.

Bunlar:

- Hangi maliyetlerin ihracatçı, hangilerinin ithalatçı tarafından üstlenileceği,
- İhracatçının hangi belgeleri düzenleyeceği ve belge masraflarının hangi tarafca karşılanacağı,
- Ticarete konu olan malların sorumluluğunun ve mülkiyet hakkının ihracatçıdan ithalatçıya ne zaman geçeceği,
- Malların nerede ve ne zaman teslim edileceğidir.

FCA, FAS, FOB, CIF gibi sıklıkla kullanılmakta olan teslim şekilleri hususunda ihracatçılar ve ithalatçılar tarafından farklı şekillerde yorumlanmaları nedeniyle sıklıkla yanlış anlamalar yaşanmaktadır. Bu tür yanlış anlamaların oluşmaması ve dolayısıyla sorunsuz bir ihracat işleminin gerçekleştirilebilmesi için dış ticaret sözleşmelerinde Uluslararası Ticaret Odası tarafından belirlenen ve Incoterms olarak bilinen standart teslim şekillerine bağlı kalınması ve sözleşmelerde teslim şeklinin açık ve net bir şekilde belirtilmesi gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Pricing and Quoting, The Business Management System, How-to Manual, International Trade Centre, UNCTAD/WTO, 2002
- İhracatta Fiyatlandırma ve Teklif Hazırlama, Ayşe Oya BENLİ, İhracatta Pratik Bilgiler Serisi, İGEME, Ağustos 2006
- İhracatta Teslim Şekilleri ve Nakliyat, Asım ÇALIŞ, İhracatta Pratik Bilgiler Serisi, İGEME, Eylül 2005
- İhracat Prosedürlerini Biliyor Musunuz?, Arif ŞAHİN, İhracatta Pratik Bilgiler Serisi, İGEME Ekim 2005
- İhracatta Kullanılan Uluslararası Belgeler, Esin ŞEN, İhracatta Pratik Bilgiler Serisi, İGEME, 2006

34. İthalatçılar Satın Alma Kararını Verirken Nelere Dikkat Ederler?

Satınalma kararını etkileyen üç temel faktör grubu bulunmaktadır. Bunlar "ürün", "fiyat" ve "ihracatçının performansı" ile ilgili unsurlardır. Alıcılar herhangi bir satınalma kararını verirken bu unsurların çeşitli bileşenlerini dikkate alırlar.

Ürün ile ilgili faktörler:

- Nitelik ve garantiler
- Teknik özellikler
- Tasarım
- Patent ve tescil ile ilgili hususlar
- Çevre ile ilgili hususlar
- Paketleme, etiketleme, markalama.

Fiyat ile ilgili faktörler

- Fiyat
- Bir sözleşmede sonradan değişen koşullara uygun olarak değişiklik yapma hakkını tanıyan bir hükmün varlığı
- Ödeme koşulları

İhracatçının performansı ile ilgili faktörler

- Teslim programı
- Arz devamlılığı
- Nakliye düzenlemeleri
- Yedek parça ve satış sonrası servis
- Garantiler
- Güvenilirlik

Malın kalitesi, özel ya da uluslararası standartlara uygunluğu, uygun paketleme, etiketleme ve markalama gibi özellikleri satışı etkileyen temel unsurlardır. Zaman zaman malın yüksek kalitede olması satış sonrası servis ile ilgili hususların pek fazla dikkate alınmamasını sağlayabilir.

Fiyat, satınalma kararını etkileyen önemli bir faktör olmakla birlikte satın alma kararını tek başına etkileyen bir unsur değildir. Alıcılar, ürün ve fiyat ile ilgili konularda tatmin olduktan sonra, ihracatçının satış sonrası performansı ile ilgili özelliklerini dikkate alacaklar ve satın alma kararını bu etkenlere göre vereceklerdir. Gerçekçi teslim programları ve teslimatın zamanında yapılması gelecekte de siparişlerin verilmesini sağlayan önemli bir unsurdur.

KAYNAKLAR

Performance Appraisal of Exporting Enterprises, International Trade Centre UNCTAD/WTO

35. İhracatçı Bir İhracat Talebine Nasıl Cevap Vermeli ve İyi Bir Fiyat Teklifi Hangi Unsurları İçermelidir?

İthalatçılardan gelen taleplerin siparişe dönüştürülmesinde fiyat teklifinin sunumu önemli bir rol oynamaktadır. Bazı ihracatçı firmalar fiyat tekliflerinin alıcılara ulaştırılmasında özel formlar kullanırken, bazı firmalar ise proforma fatura kullanmaktadır.

Teklifin ithalatçıya sunulmasında ne tür bir form kullanılırsa kullanılsın, alıcılardan gelen taleplere verilen cevaplarda özellikle dikkat edilmesi gereken hususlar bulunmaktadır.

- İthalatçının talebine mümkün olduğunca hızlı cevap verilmesi gerekmektedir. Gelen taleplere hızla cevap verilmesi ithalatçının başka tedarikçilere de başvurmuş olması olasılığı nedeni ile önemle üzerinde durulması gereken bir husustur. Bununla birlikte, ihracatçı bazı bilgileri açıklamadan önce, başvurunun güvenilirliğini değerlendirmek üzere ilgili yabancı şirketin ticari geçmişini kontrol etmek isteyebilir.

- Fiyat teklifinin mümkün olduğunca **açık bir dille** hazırlanması ve müşteri tarafından talep edilen hususlar ile ilgili **tüm detayları** içermesi gerekmektedir. Müşterinin talebinde açıkça belirtilmemiş bazı ihtiyaçlarının da araştırılmasında fayda bulunmaktadır.

- Fiyat teklifi fiyat, teslim şekli gibi bilgileri içermesinin yanı sıra, aynı zamanda bir satış dokümanı niteliği de taşımaktadır. Bu nedenle müşteriye sunumu, gerektiğinde **uygun tanıtım materyalleri** (broşür v.b.) ve **bir mektupla** desteklenmelidir. Bu, firma ve ürünlerinin kalitesini vurgulayan bir yaklaşım olacaktır.

- Fiyat teklifine müşteriden bir cevap gelmesi halinde ilişkilerin aksamadan devam etmesini sağlamak önem taşımaktadır.

- Teklife müşteriden bir cevap gelmemesi halinde ise müşteriden geri bildirim alınmaya çalışılarak müşterinin takip edilmesinde yarar vardır.

- Tüm mektuplar, başvuruyu alan kişi tarafından imzalanmalıdır. Eğer faks ya elektronik posta mesajı gönderiliyorsa asıl metin daha sonra posta ile yollanmalıdır. Yazışmalarda kullanılan dil ithalatçının en iyi anladığı yabancı dilde ya da mümkünse kendi dilinde yapılmalıdır.

Fiyat teklifleri değişkenlik göstermekle birlikte iyi bir fiyat teklifinde yer alması gereken asgari unsurlar şunlardır:

- Alıcının unvanı, açık adresi ve referans tarihleri
- Teşekkür ve taleple ilgili atıf
- Ürün ve ürünün niteliklerinin belirtilmesi
- Fiyat, teslim şekli ve bunların detayları
- Teslim tarihi
- Fiyat teklifinin geçerlilik süresi

- Asgari ve azami ürün miktarı
- Ödeme şekli
- Satış koşulları
- Satıcı ile ilgili ayrıntılar
- Varsa, ekli dokümanlar hakkında bir not

Teklifin müşteriye ulaştırılmasında hangi dil kullanılırsa kullanılsın; teklif yazısında açık ve basit kelimeler, anlaşılır cümleler ve paragraf kullanımına dikkat edilmelidir.

Teklifte ilgili referansların (talebin firmaya nasıl, hangi tarihte, hangi kanalla ulaştığı v.b.), ürün özelliklerinin ve detaylarının açık ve anlaşılır biçimde yer alıp almadığına özellikle dikkat edilmelidir.

Fiyat ve teslim şeklinin muğlak olmayan ifadelerle belirtilmiş olmasına dikkat edilmelidir. Ürünle ilgili risklerin satıcıdan alıcıya nerede geçtiğinin özellikle belirtilmiş olmasına dikkat edilmelidir. Teslim tarihi mektupta özellikle yer almalı; eğer stokta halihazırda bulunan mallar varsa, bu da vurgulanmalıdır. İndirim yapılabilecek koşullar da belirtilmelidir. Fiyat teklifinin geçerlilik süresi de yazışmada belirtilmesi gereken diğer bir husustur.

KAYNAKLAR

Pricing and Quoting, The Business Management System, How-to Manual, International Trade Centre, UNCTAD/WTO, 2002

İhraç Fiyatınızı Nasıl Belirliyorsunuz? İhracatta Pratik Bilgiler Serisi, İGEME, Nisan 1997

İhracatta Fiyatlandırma ve Teklif Hazırlama, Ayşe Oya BENLİ, İhracatta Pratik Bilgiler Serisi, İGEME, Ağustos 2006

BÖLÜM VII

SÖZLEŞME

36. İhracat Sözleşmesi Nasıl Olmalıdır?

Yazılı bir sözleşme, ticarî işlemlerin "anayasası" niteliğindedir ve sadece işlemden önce ve işlem esnasında tarafların kendi pozisyonlarını sağlıklı biçimde tespit etmelerine imkan vermekle kalmayıp, işlemden sonra (ortaya çıkması muhtemel uyuşmazlıkların çözümünde) "kanıt" teşkil eden bir belgedir.

Ticarî sözleşmeler, gerek iç hukukumuz gerekse uluslararası hukuk bakımından şekil şartına tabî olmayıp, tarafların üzerinde anlaştıkları koşulları yazılı olarak ifade eden bir "irade beyanı"dır. Bir ticarî sözleşme, ilgili ticarî işlemin en başından en sonuna kadar (hatta işlem tamamlandıktan sonraki kimi ilgili aşamalar da dahil olmak üzere) bütün bir süreci kapsar ve açıklığa kavuşturur. Bu anlamda, sözleşmelerin muhteviyatı (unsurları) önem taşır.

ICC standart teslim şekillerini ifade eden ve ticarî sözleşmelerde kullanılabilen bir dizi kavram geliştirmiştir. Herbir kavram tarafların ticarî yükümlülüklerini açıkça ortaya koymak suretiyle terimlerin farklı yorumlanmasından kaynaklanabilecek uyuşmazlıkların ortaya çıkmasını amaçlanmaktadır.

BM Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu (UNCITRAL) uluslararası ticarete konu olan mallara ilişkin bir Sözleşmeler Konvansiyonu kabul etmiştir. Viyana Satım Konvansiyonu (sözleşmesi) olarak da bilinen bu belge 45 ülke tarafından onaylanmış ve 1 Ocak 1988 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Söz konusu sözleşme hükümleri taraf ülke vatandaşlarının gerçekleştirdikleri ticarî sözleşmelerde ya da ticarî sözleşmede açıkça belirtilmesi durumunda otomatik olarak uygulanacak ve böylece yabancı hukuk kavramı ortadan kalkmış olacaktır. Türkiye, bu sözleşmeye taraf değildir.

KAYNAKLAR

ÇALIŞ Asım, (İGEME Uzmanı), 2005 ve 2006 yıllarında çeşitli eğitim seminerlerinde anlatılan ders notları (asimc@igeme.gov.tr)

Vienna Sales Convention. UNICTRAL secretariat, P.O. BOX 500, Vienna International Centre, A-1400 Vienna. Tel. +43 (1)21345-4060 ya da 4061. E-mail: uncitral@unov.un.or.at, Web sayfası: <http://www.un.or.at/uncitral>

-The ICC Model International Sale Contract, ICC(International Chamber of Commerce), 1997, Yayın no:556

Yayınların temin edileceği adres:

Milletlerarası Ticaret Odası (MTO) Türkiye Temsilciliği, Atatürk Bulvarı No:149 Bakanlıklar 06640 Ankara Tel: (312) 4178733 Fax: (312) 4171483 İnternet:<http://www.tobb.org.tr/icc/icc.htm>

E-mail:icc-tr@info.tobb.org.tr

Yayınlar İGEME kütüphanesinde mevcuttur.

37. İhracat Sözleşmesinin Başlıca Unsurları Nelerdir?

Bütün ihracat işlemleri için geçerli olabilecek standart ve kapsamlı bir sözleşme formu oluşturmak zordur. Buna rağmen bütün ticarî sözleşmelerin içermesi gereken, ticarî sözleşmenin temel unsurlarını oluşturan, asgari koşullar şunlardır:

Tarafların isim ve adresleri : Sözleşme taraflarının açık isimleri ve adresleri sözleşmede açıkça belirtilmelidir.

Ürün, standartlar ve özellikler : İhracat sözleşmesi ürünün adını, varsa teknik isimlerini; ürünün boyutlarını; uygulanması gereken ulusal ve uluslararası standartları; alıcının talep ettiği özel koşulları, numunelere ilişkin düzenlemeleri içermelidir.

Miktar : Malın miktarı, rakam ve yazıyla ve geçerli birim ölçüsü ile açıkça belirtilmelidir.

Gözetim : Bazı ürünlerin nakliye öncesinde belirli gözetim şirketleri tarafından denetlenmesi sözkonusu ise de alıcı kendi tercih ettiği gözetim şirketini ve koşullarını belirtebilir. Bu nedenle taraflar incelemenin nasıl yapılacağını, hangi hususları içermesi gerektiğini ve hangi kurum tarafından gerçekleştirileceğini açıkça belirtmelidir.

Sözleşmenin toplam değeri : Sözleşmenin toplam değeri yazıyla ve rakamla, para birimi belirtilerek yer almalıdır.

Teslim şartları: Teslim şekilleri (Incoterms 2000'den birisi) sözleşmede belirtilmelidir.

Vergi, Resim ve Harçlar : Satıcı tarafından sunulan fiyat, ihracat vergilerini, gümrük vergilerini ve diğer ücretleri içerebilir. Her koşulda bu tür vergi, resim ve harçların kim tarafından üstlenildiği sözleşmede açıkça belirtilmelidir.

Teslimat dönemi : Malın gönderildiği ve teslim alınacağı yer sözleşmede açık olarak belirtilmelidir. Ayrıca, teslim döneminin sözleşme tarihinden itibaren mi, satıcının peşinat olarak verilen parayı alış tarihinden itibaren mi yoksa satıcının ithalat lisansının çıktığı bildirimini aldığı tarihten itibaren mi başlayacağı belirtilmelidir.

Nakliye : Sözleşme, tarafların nakliye yöntemlerinden hangisi üzerinde anlaştıklarını açıkça belirtmelidir.

Paketleme, etiketleme, işaretleme : Paketleme, etiketleme, işaretleme koşulları sözleşmede açıkça belirtilmelidir.

Ödeme Koşulları (Miktar, Bıçımı ve Para Birimi) : Değişik ödeme koşulları belirlenirken fiyatların carî kur üzerinden mi, yoksa başka bir ülkenin döviz kuru üzerinden mi hesaplanacağı, döviz kurundaki dalgalanmaların nasıl hesaba katılacağı açıkça belirtilmelidir.

İskonto ve Komisyonlar : İskonto ve komisyon miktarları ve bunların kimin tarafından ödeneceği sözleşmede belirtilmelidir. Gerekirse, komisyon hesabının nasıl ve hangi oran üzerinden yapılacağı da belirtilmelidir. İskonto ve komisyon oranları ihracatçı ve ithalatçı tarafından üzerinde anlaşmaya varılan ihracat fiyatına dahil edilebilir veya edilmeyebilir.

Lisans ve İzinler : İthalatçının ithalat lisansı alması güç olabilir. Bu nedenle sözleşmenin tarafları, ihracat işleminin herhangi bir ihracat veya ithalat lisansının alınmasını gerektirip gerektirmediğini; lisansların alınmasından kaynaklanan masrafların kim tarafından karşılanacağını açıklığa kavuşturmalıdır.

Sigorta: Sözleşme nakliye sırasında meydana gelecek kayıp ve hasarlara karşı yapılan sigortayı

içermelidir. Sigorta riski ve oranlarının kapsamları da belirtilmelidir.

Gerekli belgeler : Uluslararası ticarete kullanılan belgeler 4 ana gruba ayrılabilir.

- İhracat ve ardından gelen ithalat işlemleri için gereken belgeler.
- Malın ithalatçı tarafından teslim alınması için gereken belgeler.
- Ödeme ile ilgili belgeler.
- Malın cinsine ve satış koşullarına bağlı olarak gerekebilecek özel belgeler. (Örneğin bazı mühendislik ürünleri için montaj, tamir ve bakım ile ilgili belgeler gerekebilir.)

Genel ihracat belgeleri arasında döviz alım belgesi (bill of exchange), ticarî fatura ve diğer faturalar, konşimento ya da havayolu konşimentosu, sigorta poliçesi ve akreditif yeralmaktadır.

Ürün garantisi: Garantinin geçerli olacağı süre belirtilmelidir.

Mücbir Sebepler (Fors Majör) : Taraflar, sözleşme şartlarının yerine getirilmediği hangi koşullar altında sorumluluk taşımayacaklarına dair hükümleri sözleşme metninde belirtmelidirler. Bu hükümlere mücbir sebep (Fors Majör) denilmektedir ve bunlar her iki taraf için de sözleşmenin geçerli olduğu dönem boyunca ortaya çıkabilecek olumsuz şartlar karşısında sorumluluktan kurtulabilme koşullarını belirlemektedir.

Teslimde Gecikme : Sözleşme fors majör dışındaki nedenlerle teslimatın gecikmesinden kaynaklanacak zararın nasıl tazmin edileceğini açıklığa kavuşturmalıdır.

Yükümlülüklerin Yerine Getirilememesi Halinde Hukukî Durum : Taraflardan birinin sözleşmeden kaynaklanan yükümlülüklerini yerine getirememesi durumunda diğer tarafın haklarının yerine getirilmesi için kullanılabileceği kanuni yolların sözleşmeye konulmasında fayda vardır. Bu kurallar, sözleşmeye uygulanacak ülke hukukunun zorunlu hükümlerini yansıtmalıdır.

Uygulanacak Hukuk : Sözleşmenin hangi ülke hukukuna göre idare edileceği sözleşmede belirtilmelidir.

Hakemlik (Tahkim): Taraflar arasında oluşabilecek anlaşmazlıkların mahkemeye gitmek yerine hızlı ve dostane bir şekilde çözümlenebilmesi tercih edildiği takdirde sözleşmenin mutlaka bir hakemlik maddesi içermesi gerekmektedir. Sözleşmeye böyle bir madde konmamış olmakla beraber hakeme başvurmak tercih edildiği takdirde ayrıca yazılı bir tahkim sözleşmesi yapılarak hakeme başvurulması sağlanabilir.

Tarafların İmzası: Mutabakata varılan sözleşme koşulları üzerinde, tarafların **ıslak imzaları** bulunmalıdır.

KAYNAKLAR

The ICC Model International Sale Contract, ICC(International Chamber of Commerce), 1997, Yayın no:556

Yayınların temin edileceği adres:

Milletlerarası Ticaret Odası (MTO) Türkiye Temsilciliği, Atatürk Bulvarı No:149 Bakanlıklar 06640 Ankara Tel: (312) 4178733 Fax: (312) 4171483 İnternet:<http://www.tobb.org.tr/icc/icc.htm>

E-mail:icc-tr@info.tobb.org.tr

Yayın İGEME kütüphanesinde mevcuttur.

ÇALIŞ Asım, (İGEME Uzmanı), 2005 ve 2006 yıllarında çeşitli eğitim seminerlerinde anlatılan ders notları (asimc@igeme.gov.tr)

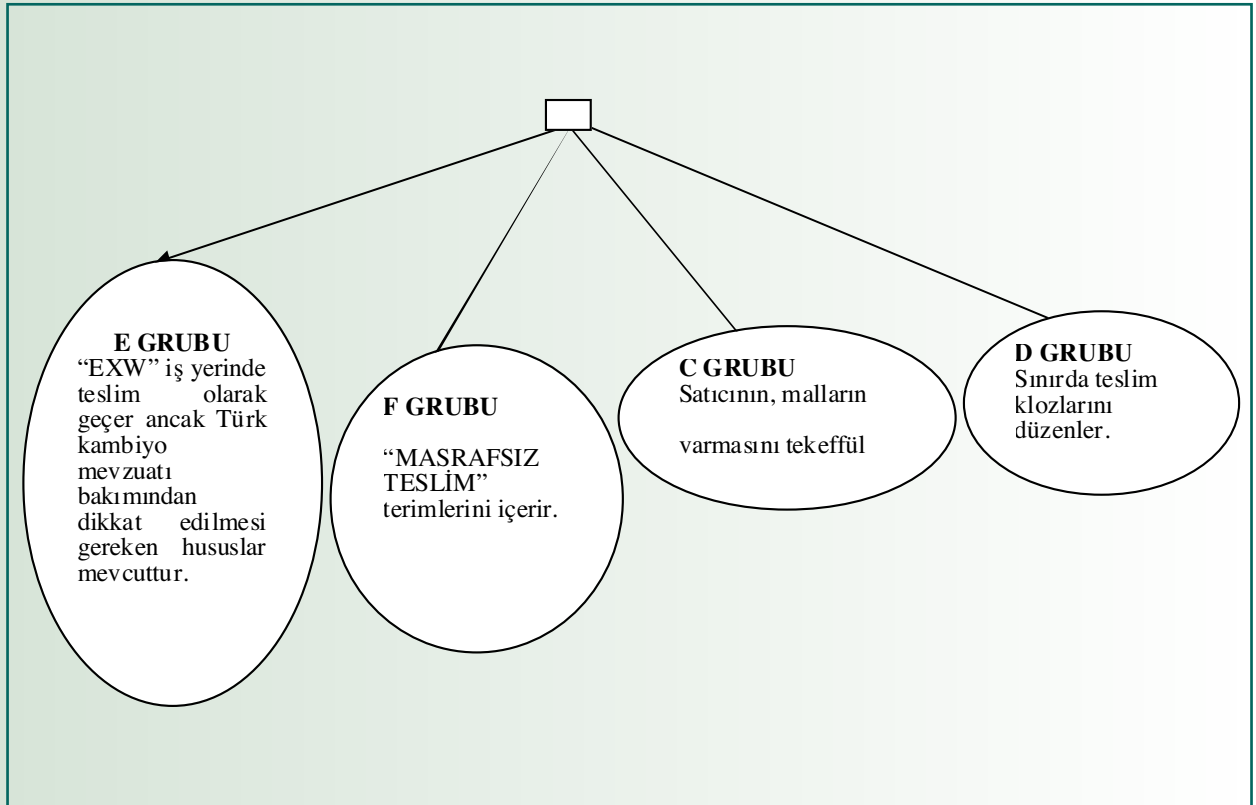
38. INCOTERMS Nedir?

Merkezi Paris'te bulunan Uluslararası Ticaret Odası (ICC), uluslararası ticaret hareketlerinde anlaşmazlıkları, uyuşmazlıkları ve hukuksal ihtilâfları ortadan kaldırmak ve böylece alıcı ile satıcının gereksiz yere para ve zaman kaybını önlemek amacıyla, alım-satım işlemlerine bazı kurallar getirmiş ve bu düzenlemeleri ilk kez 1936'da "INCOTERMS" adıyla yürürlüğe koymuştur.

Son olarak 2000 yılında INCOTERMS değişikliğe uğramıştır.

Herhangi bir vesaik çeşidinde (örneğin ticarî faturada) teslim belirtileceği zaman, ilgili teslim şeklinin kod harflerle ve yanına da ihracatçının teslimi gerçekleştirip sorumluluğunun bittiği yerin isim yazılır. Bu yer ismi, şehir, liman, vb. olabilir. Örneğin, EXWORK/Konya, CPT Lyon, DDP Boston, DEQ Nantes, FOB İzmir/Balçova, FAS İstanbul/Halkalı, ECA İskenderun, CF Bordeaus, CIF Barcelona, DES Liverpool, DDU Balmonte, vb.

Incotermsler uluslararası ticarete kullanılan, evrensel olarak standardize edilmiş sözleşme terimleridir. Değişimi yapılan malların fiyatı bu terimlerin müzakeresine dayanan bir sözleşmede belirtilir. Temelde, müzakereye konu olan terimler, ürünün taşınmasının hangi kısmını hangi tarafın ödeyeceğini gösterir. Bu terimlerin sözleşmede kullanımı zorunlu değildir. Ancak bu terimlerin (klozların) kullanılması, sözleşmenin dayandırılacağı hukukî zemin açısından son derece sağlıklıdır. Bu nedenle, uluslararası ticarete katılan taraflar en azından bu terimlerin bir örneğini referans için bulundurmalıdır. Dört ayrı kategoride toplanmış ve herbiri üç harf kısaltması ile belirtilen 13 adet kloz vardır:



"E" Grubu Terimleri

EXW (Ex-Works): Ticarî İşletmede Teslim. Malların alıcıya, satıcının (genel anlamda ihracatçı) bizzat kendi kuruluşunda sunması ile ilgili uygulamalardır.

Bu terim, alıcının ilgili malı satıcının adresinden gelip alması usulünü düzenlemiş olmakla birlikte, gerek Türk Parasının Kıymetinin Korunması Hakkında Kanun ve gerekse bu Kanuna istinaden çıkarılmış bulunan 32 sayılı karar hükümleri dikkate alınmak durumundadır.

"F" Grubu Terimleri

FCA (Free Carrier): Taşıyıcıya teslim. "Taşıyıcıya Teslim" terimi , malların gümrük çıkış işlemleri tamamlanmış olarak alıcı tarafından belirtilen taşıyıcıya, onun tarafından belirtilen yerde teslim edilmesiyle birlikte, satıcının mal teslim yükümlülüğünün de yerine getirilmiş olması anlamına gelir. Eğer alıcı tarafından teslim için belirli bir nokta belirtilmemişse, bu durumda satıcı, daha önce sınırları belirlenmiş bir alan içinde veya yerde malları taşıyıcıya devredeceği noktayı kendisi seçebilir. Mevcut ticarî uygulama uyarınca, taşıyıcı ile taşıma sözleşmesinin yapılabilmesinde satıcının yardımı gerekiyorsa (örneğin demiryolu ve havayolu taşımacılığında olduğu gibi), satıcı böyle bir durumda risk ve masrafları alıcıya ait olmak üzere kendisi harekete geçebilir.

Bu terim, çok vasıtalı olanlar da dahil, herhangi bir taşıma işlemi için kullanılabilir.

"Taşıyıcı", bir taşıma sözleşmesi çerçevesinde malların demiryolu, karayolu, denizyolu, havayolu, nehir ya da bunların bazılarının birarada kullanılmasıyla taşınması işlemini bizzat üzerine alan ya da bunu sağlama taahhüdünde bulunan herhangi bir şahsı tanımlar.

Eğer alıcı yükü belirli bir şahsa , örneğin kendisi bizzat taşıyıcı olmayan ancak taşıma hizmetleri sağlayan birine teslim etmesi yönünde satıcıya bir talimatta bulmuşsa, mallar bu şahsın eline geçtiği andan itibaren satıcı mal teslim yükümlülüğünü yerine getirmiş sayılır.

"Taşıma Terminali", herhangi bir demiryolu ya da yük istasyonu, bir konteyner terminali ya da parkı, çok amaçlı bir yük terminali ya da bunlara benzer başka herhangi bir teslim alış noktası olabilir.

"Konteyner", terimi, yükün ünitize edildiği her türlü aracı tanımlamakta kullanılır. Örneğin her türden konteyner ve/veya yük vagonu, treyler, swap, ro-ro aracı, iglo bu terimin kapsamına girer ve her tür taşıma biçimi için geçerlidir.

FOB terimine benzese de ondan temel farkı, FOB'da teslim noktası sadece gemi iken, FCA'da bunun herhangi bir taşıma aracının kasası (TIR veya vagon) olabilmesidir. Çoklu taşımacılık yapılıyorsa, ilk taşıma aracı belirleyici olacaktır.

FAS (Free Alongside Ship): Gemi bordasında teslim. "Geminin Bordasında Teslim" terimi, belirlenen yükleme limanında malların gemi doğrultusunda rıhtıma ya da mavnaya yerleştirilmesiyle satıcının teslim yükümlülüğünün yerine getirildiği anlamına gelir. Bu durumda, bu andan itibaren mallarla ilişkin herhangi bir kayıp ya da hasarın bütün masraf ve riskleri alıcıya aittir.

FAS terimi, malların ihraç işlemlerinin satıcı tarafından tamamlanmasını öngörür. (Bu yükümlülük, 1990 versiyonunda alıcıya aitti.)

FOB (Free on Board): Güvertede Teslim. "Gemide masrafsız" olarak da adlandırılan bu klot, belirtilen yükleme limanında malların küpeşteyi aşır güverteye inmesiyle satıcının (ihracatçının) mükellefiyetinin sona erdiği anlamına gelir. Bu demektir ki, bu noktadan itibaren alıcı (ithalatçı) mallara ilişkin bütün masrafları, zayı ve hasarı üstlenmek durumundadır. FOB terimi, satıcının ihracat için gümrüklemeyi yapmasını gerektirir. Hemen belirtilmelidir ki bu klot sadece deniz (ve içsu yolu) taşımacılığında kullanılır.

"C" Grubu Terimleri

CFR (Cost and Freight): Mal bedeli ve navlun. "Mal Bedeli ve Navlun", işleme konu olan malların belirtilen varış yerine kadar taşınması için gerekli olan masrafları ve navlun bedelini satıcının ödemesi anlamına gelir. Ancak, mallara ilişkin kayıp ve hasar riski ile birlikte, malların gemi bordasına aktarılmasından itibaren meydana gelebilecek olaylardan kaynaklanan bütün ek masraflar, mallar yükleme limanında gemi bordasına geçtiği andan itibaren satıcıdan alıcıya devrolur.

CFR terimi, malların ihraç işlemlerinin satıcı tarafından yapılmasını öngörür.

Bu terim yalnızca deniz ya da nehir taşımacılığında kullanılabilir. Eğer taşıma işleminde, örneğin roll-on/roll-off ya da konteyner trafiğinde olduğu gibi "gemi bordası"nın herhangi bir pratik anlamı kalmamışsa, bu durumda CPT teriminin kullanılması daha uygun olacaktır.

CIF (Cost, Insurance, Freight): Mal bedeli, sigorta, navlun. " Mal Bedeli, Sigorta ve Navlun " teriminde, satıcı, CFR teriminde olan yükümlülükleri aynen üstlenmekte, ancak bunlara ek olarak taşıma sırasında malların kayıp ve hasar riskine karşı deniz sigortası sağlama yükümlülüğünü de almaktadır. Burada sigorta sözleşmesini akdetmek ve sigorta primini ödemek, satıcıya düşmektedir.

Alıcının dikkate alması gereken husus, CIF teriminde satıcıdan yalnızca asgari düzeyde bir sigorta kapsamı sağlanmasının beklendiğidir.

CIF terimi, malların ihraç işlemlerinin satıcı tarafından yapılmasını öngörür.

Bu terim, yalnızca deniz ya da nehir taşımacılığında kullanılabilir.

CPT (Carriage Paid To): Taşıma ücreti ödenmiş olarak teslim. "Taşıma ücreti ödenmiş olarak..." terimi, malların belirlenen varış yerine taşınmasında navlunun satıcı tarafından ödendiğini anlatır. Malların taşıyıcıya aktarılmasından sonra mallarla ilgili kayıp ve hasar riski, ayrıca bu teslim işleminden sonra meydana gelebilecek olayların yarattığı bütün ek masraflar satıcıdan alıcının üzerine geçer.

"Taşıyıcı ", bir taşıma sözleşmesi çerçevesinde malların demiryolu, karayolu, denizyolu, havayolu, nehir ya da bunlardan bazılarının birarada kullanılmasıyla taşınması işlemini bizzat üzerine alan ya da bunu sağlama taahhüdünde bulunan herhangi bir şahsı tanımlar.

Eğer malların belirlenen varış yerine ulaştırılması için birbiri ardına taşıyıcılar kullanılıyorsa, malların bunlardan ilk taşıyıcıya aktarılmasıyla birlikte risk de devredilmiş olur. CPT terimi, malların gümrük çıkış işlemlerinin satıcı tarafından tamamlanmasını öngörür.

CIP (Carriage and Insurance Paid To): Taşıma ücreti ve sigorta bedeli ödenmiş olarak teslim. "Taşıma ve Sigorta Bedeli Ödenmiş Olarak Teslim" terimi, satıcının, CPT terimi ile aynı yükümlülükleri taşıdığı, ancak bunlara ek olarak, malların taşınması sırasında kayıp ve hasar riskine karşı alıcıya yük sigortası sağlama zorunda olduğu durumu anlatır. Satıcı, sigorta sözleşmesini akdeder ve sigorta primini öder.

Alicının dikkate alması gereken husus, CIP teriminde satıcıdan yalnızca asgari düzeyde bir sigorta kapsamı sağlanmasının beklendiğidir.

CIP terimi, malların ihraç çıkış işlemlerinin satıcı tarafından yapılmasını öngörür. Bu terim, çok vasıtalı olanlar da dahil, her tür taşıma biçiminde kullanabilir.

"D" Grubu Terimleri

DAF (Delivered at Frontier): Sınırdaki Teslim. "Sınırdaki Teslim" terimi, malların, gümrük çıkış işlemleri tamamlanmış olarak sınırdaki, ancak, bitişik ülkenin gümrük sınırından önceki, belirlenen yerde ve noktada teslim hazır hale getirilmesiyle satıcının yükümlülüklerinin sona ermesi anlamına gelir. Burada "sınır" terimi, ihracatın yapıldığı ülkenin dahil her tür sınırı tanımlamak üzere kullanabilir. Dolayısıyla, sözü edilen "sınır"ın terim içinde atıfta bulunulan yerini ve noktasını mutlaka isim olarak belirterek kesinleştirmek çok büyük önem taşımaktadır. Aslında bu terim özellikle demiryolu ve karayolu taşımacılığı açısından düşünülmüşse de, herhangi bir taşıma biçiminde kullanabilir.

DES (Delivered Ex-Ship): Gemide Teslim. Bu terimde, gümrükleme başta olmak üzere işlemlerin gerçekleştirilmesi ve mal varış limanına ulaşıncaya kadar navlun ve diğer masrafların karşılanmasını üstlenen satıcı, mal belirlenen varış limanında ve güvertede ithalatçıya teslim edildiği anda mükellefiyetini sonlandırır. Teslimattan sonra ithalat gümrüğüne ilişkin işlemler başta olmak üzere kalan tüm masraflar ve riskler ithalatçıya geçer.

Sadece deniz ve su yolu taşımacılığında kullanılabilir.

DEQ (Delivered Ex-Quay): Rıhtımdaki Teslim. Bu terimde satıcı, bir önceki terim olan DES klotundaki yükümlülükler ek olarak, en azından malı geminin güvertesinden rıhtıma (ya da mavnalara) indirmek ve bunlara ilişkin masrafları karşılamakla sorumludur. Yani mal gemiden indirilene kadar (indirme işlemi / elleçleme [handling] dahil) bütün masraf ve hasarlar satıcıya yani ihracatçıya aittir.

Gümrükleme, gümrük vergisi, resim ve harçlar, ithalatçıya yani alıcıya aittir (bu husus sözleşme ile farklı biçimde de düzenlenebilir) ;

DEQ duty paid : Sözleşmede bu tabir geçiyorsa gümrük giriş işlemleri ve gümrük vergisinin satıcının mükellefiyetinde olduğu anlaşılır.

DEQ duties on buyers account : Eğer bu tabir geçiyorsa gümrük giriş işlemleri ve gümrük vergisinin alıcının mükellefiyetinde olduğu anlaşılır.

Bu klot sadece deniz ve su yolu taşımacılığında kullanılabilir.

DDU (Delivered Duty Unpaid): Gümrük Resmi Ödenmemiş Olarak Teslim. Uygulamada karayolu taşımalarında ve çoklu taşımalarda kullanılan bu klot, gümrük vergisinin ödenmesi hariç, diğer tüm yükümlülüklerin ihracatçıya ait olmasını ifade eder.

Bu terim kullanıldığında, gümrük vergileri ve KDV hariç tüm yükümlülüğün ihracatçının üzerinde olduğu anlaşılır.

DDP (Delivered Duty Paid) : Gümrük Resmi Ödenmiş Olarak Teslim. "Gümrük Resmi Ödenmiş Olarak Teslim" terimi, malların ithalatçı ülkede belirlenen yerde hazır bulundurulmasıyla, satıcının teslim yükümlülüğünün de yerine getirilmiş olacağını anlatır. Burada satıcı, malların gümrük giriş işlemleri tamamlanmış olarak tesliminde, gümrük resmi dahil olmak üzere, vergiler ve diğer ödemelerle birlikte bütün risk ve masrafları üstlenir. EXW terimi satıcı açısından asgari yükümlülük ifade ederken, DDP terimi, tersine, azami yükümlülüğü içerir.

Eğer satıcı doğrudan ya da dolaylı biçimde ithal lisansı alamıyorsa, bu durumda bu terim kullanılmamalıdır.

Eğer taraflar malların gümrük girişinin alıcı tarafından yapılmasını, gümrük resminin de onun tarafından ödenmesini istiyorlarsa, bu durumda DDU terimi kullanılmalıdır.

Eğer taraflar, ithal işlemlerde geçerli bazı ödemelerin (örneğin Katma Değer Vergisinin) satıcının yükümlülükleri arasından çıkarılmasını isterlerse, bu istek konuya açıklık getirecek şu ek sözlerle sağlanabilir:

"Gümrük resmi ödenmiş olarak teslim, KDV hariç (varış yeri...)"

İhracatçılar Incoterms klostları ile ilgili olarak şu hususlara dikkat etmelidir:

- Gayri maddî hakların (intangibles), incoterm klostlarına konu olamaması ; maddî hakların konu olabilmeleri,
- Incoterms kullanımında hata yapmamaya dikkat edilmesi (çünkü bu çerçevedeki teslim akdi, [akreditif gibi] ödemeye doğrudan etki eden diğer sözleşmeleri de etkiler),
- Tarafların sadece incoterms üzerinde mutabık kalmasının tam bir sözleşmenin akdedildiği anlamını taşımayacağı çünkü alım-satım sözleşmelerinin daha başka hususları da ihtiva etmeleri,
- Variety kullanılmasının mümkün olması,
- Dahilî (iç) ticarete kullanılamamalarıdır.

KAYNAKLAR

-Incoterms 2000 ICC Publishing, 38, Cours Albert 1er, 75008 Paris, France.

Tel: +33(1) 49.53.29.23. ya da 49.53.28.89, Fax: +33(1) 49.53.28.62, <http://www.icc.org>

Yayının temin edilebileceği adres:

Milletlerararsı Ticaret Odası, Türkiye Temsilciliği. Atatürk Bulvarı 149 Bakanlıklar/Ankara.

Tel: 312-417 87 33, Fax: 312-418 32 68

-Export/Import Prosedures&Documentations, (4th edition), Thomas E. Johnson, American Management Association, New York, 2002.

-ÇALIŞ Asım, İhracatta Teslim Şekilleri, INCOTERMS Açıklamaları ve Nakliyat, İGEME Yayını, Ankara, 2006, www.igeme.gov.tr

39. Ticarî Sözleşmenin Tarafları Arasında Çıkan Hukukî Bir Anlaşmazlığın Çözüm Yolları Nelerdir?

Genelde ihracatçılar alıcıyla iki konuda anlaşmazlık içine düşmektedir. Birincisi alıcının ödeme yapmayı reddetmesi durumudur. Akreditif yönteminin kullanılması bu konuda çatışmaların çıkmasını önleyebilir. İkincisi alıcının malların kalitesine itiraz etmesidir. Bu durumu önlemek için ihracatçı, malları yüklemeye önce bir kalite belgesi edinmelidir. Kalite belgesinin alınması alıcı ile satıcı arasındaki çatışmaları tamamen ortadan kaldırmaya da bir önlem olarak değerlendirilebilir. Bu konuda Uluslararası Gözetim Şirketlerinden yararlanılabilir.

Akreditif yönteminin uygulanması durumunda mallar yola çıktıktan ve bankaya gerekli dokümanlar verildikten sonra ödeme yapılacaktır. Her uluslararası ticarî işlemde ihracatçı, ödemenin sorunsuz bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla gerekli dokümanların eksiksiz ve doğru olarak doldurulduğundan emin olmalıdır.

Taraflar arasında çıkacak bir anlaşmazlığın çözümünü sağlamak amacıyla sözleşmenin yargılama ya da tahkim konularında bir madde içermesi tavsiye edilmektedir.

Sözleşme anlaşmazlık durumunda hangi ülke (ihracatçı ya da ithalatçının vatandaşı olduğu ülke) hukukunun uygulanacağını ifade eden bir hüküm içerebilir. Böyle bir durumda ticarî sözleşmeden doğan ihtilaf açık olarak tarafların seçtikleri kanuna tabi olacaktır. Sözleşmede hangi ülke hukukunun uygulanacağı belirtilmediyse borcun ifa yeri hukuku, borcun ifa yerinin birden fazla olması halinde borç ilişkisinin ağırlığını teşkil eden edimin ifa yeri hukuku, bu yerin tespit edilemediği hallerde ise sözleşmenin en yakın irtibat halinde bulunduğu yer hukuku uygulanır (Milletlerarası Özel Hukuk ve Usul Hukuku Hakkında Kanun, Madde 24)

Bundan başka taraflar ortaya çıkacak bir anlaşmazlığın uluslararası tahkim yoluyla çözülmesini kararlaştırabilirler. Tahkim kanunla düzenlenmiş bir yargı yoludur, bu itibarla uzlaştırmadan farklıdır. Tahkim, tarafların hakkında kanuni bir yasaklama bulunmayan, kamu düzenini ilgilendirmeyen, kendi istekleriyle özgürce hareket edebilecekleri işlerden dolayı aralarında çıkabilecek hukukî ihtilafların çözümünü devlet yargısına başvurmak yerine kendi tercihleri ile belirledikleri bir veya birkaç kişiye bırakmak suretiyle sağlamalarıdır.

Bu yöntemin faydası anlaşmazlığa kısa sürede güncel bir çözüm bulunmasını sağlaması, göreceli olarak düşük malîyetli olması, taraflar hakemleri doğrudan uzman kişiler arasından seçebileceğinden güvenilir olması ve duruşmalar herkese açık olmadığından tarafların ticarî sır ve itibarlarının korunmasını sağlamasıdır.

Tahkim yoluna gitmek için bu konudaki bir hükmün sözleşmede açıkça belirtilmesi gerekmektedir. Aşağıda örnek teşkil etmesi itibarıyla Uluslararası Ticaret Odası Tahkim Mahkemesi'ni yetkili kılan bir sözleşme maddesine yer verilmiştir:

"All disputes arising in connection with the present contract shall be finally settled under the Rules of Conciliation and Arbitration of the International Chamber of Commerce by one or more arbitrators appointed in accordance with the said Rules."

"İş bu sözleşmeden doğacak bütün anlaşmazlıklar Milletlerarası Ticaret Odası'nın Uzlaştırma ve Tahkim Tüzüğü hükümlerine göre ve bu hükümler uyarınca tayin edilecek bir veya birden fazla hakem tarafından kesin olarak karara bağlanacaktır."

Bir tahkim kararı verildikten sonra kararın sorumlu tutulan taraf ülkesinde uygulamaya geçirilmesi gerekmektedir. Yabancı bir tahkim kararının Türkiye’de uygulanabilmesi için yetkili Asliye mahkemesi tarafından tenfiz kararının verilmesi (Milletlerarası Özel Hukuk ve Asliye Usul Hukuku Hakkında Kanun, Madde 43) gerekmektedir.

Uluslararası Ticaret Odası Tahkim Mahkemesi tahkim işleminin sorunsuz bir şekilde işlemlerini sağlamak amacıyla çeşitli kurallar yayınlamaktadır. Bu Mahkemenin yayınladığı son kurallar 1 Ocak 1998 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bundan başka BM Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu’nun kabul ettiği bazı kurallar da kabul edildikleri 1976 yılından bu yana geniş bir uygulama alanı bulmaktadır.

KAYNAKLAR

- **Uluslararası Tahkim**, Av. Meral Güldere (İGEME Hukuk Müş.), İGEME’den Bakış Dergisi, 1998
- **Uygulamada İhtiyari Tahkim ve Yabancı Hakem Kararlarının Tenfizi Tanınması**, Erol Ertekin, İzzet Karataş— Yetkin Yayınları
- **Arbitration and Expertise**, ICC, Yayın no:480/7
- **Transitional Rules in International Commercial Arbitration**, ICC, Yayın no:480/4
- **ICC Arbitration** (ICC / Oceana)
- **Guide to ICC Arbitration**, Yayın no:448

Yayınların temin edileceği adres:

Milletlerarası Ticaret Odası (MTO) Türkiye Temsilciliği, Atatürk Bulvarı No:149 Bakanlıklar 06640

Ankara Tel: (312) 4178733 Fax: (312) 4171483 İnternet:<http://www.tobb.org.tr/icc/icc.htm>

E-mail:icc-tr@info.tobb.org.tr

Yayınlar İGEME kütüphanesinde mevcuttur.

BÖLÜM VIII

İHRACATTA YAPILAN İŞLEMLER

40. Nasıl İhracatçı Olunur?

İhracatçı

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

İhracatçı olmak için herhangi bir belge veya izin sertifikası sahibi olmak gerekmemektedir.

İhraç edilecek ürünle ilgili ihracatçı birliğine (İhraç edeceği ürüne göre, Türkiye’de 22 madde birliği bazında örgütlenmiş 58 ihracatçı birliğinden birine üye olduğunda ihracatçı niteliği kazanmış olur ve ihracat yapabilir.) üye olmaları gerekmektedir.

Bu çerçevede ihracat yapmak için İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine üye olmak isteyenlerden, Ticaret Sicil Gazetesi ve tek vergi numarası sahibi olduğunu tevsik eden belgeler ve noterden tasdikli imza sirkülesi istenmektedir. Üyelik işlemini gerçekleştirenler İhracat Yönetmeliği ve uygulama Tebliğlerine uygun olarak ihracatlarını gerçekleştirilmektedir.

KAYNAKLAR

Türk Dış Ticaret Rejimi İhracata İlişkin Esaslar, 2006, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara, Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>

41. Dış Ticarete Kullanılan Bazı Terimlerin Anlamları Nelerdir?

İhracat: Bir malın veya değerin yürürlükteki İhracat Mevzuatı ile Gümrük Mevzuatı'na uygun şekilde fiili ihracatının yapılması ve Kambiyo Mevzuatı'na göre bedelinin yurda getirilmesini veya Müsteşarlıkça (Dış Ticaret Müsteşarlığı) ihracat olarak kabul edilecek sair çıkışlardır.

Kambiyo: Kelime anlamıyla kambiyo, nakit para veya para yerine geçen her türlü araç ve senetlerin alım ve satımını ifade eder. Kambiyo kavramını iki anlamı ile değerlendirmek gerekmektedir. Milli para ve yabancı paraların dolaşımına ilişkin olarak kambiyo; para yerine geçen ve ödeme aracı olarak kullanılabilen her türlü bono, çek, poliçe ve diğer menkul kıymetler anlamında kambiyo olarak tanımlanabilir.

Kambiyo Mevzuatı: Para ve diğer menkul kıymetler ile maden ve taşların iç piyasada tedavülü ve memleketten ihraç veya memlekete ithaline ilişkin usul ve esasları düzenleyen hukuki metinler bütününe kambiyo mevzuatı denilir.

FOB (Free on board): Malların belirtilen yükleme limanında gemi bordasına aktarılmasıyla satıcının teslim yükümlülüğünün yerine getirildiği anlamına gelir.

CIF (Cost, insurance, freight): Satıcının, mal bedeli ve navlunun yanısıra taşıma sırasında malların kayıp ve hasar riskine karşı deniz sigortası sağlama yükümlülüğü olduğu anlamına gelir.

CFR (Cost and freight): İşleme konu olan malların, belirlenen varış yerine kadar taşınması için gerekli olan masrafları ve navlun bedelini satıcının ödemesi anlamına gelir.

Döviz Alım Belgesi (DAB): İhracat bedellerinin ve ihracatçının bankası tarafından talep edilen banka komisyonlarının alışı yapılırken düzenlenen belgeye denir.

Döviz Satım Belgesi (DSB): Dışarıya ödenen ithalat bedelleri, aracı komisyoncunun komisyonları, yurtiçindeki bankanın yurtdışındaki muhabir şubelerinin talep ettiği komisyonlar, vb. için düzenlenen belgeye denir.

Döviz Tevdiat Hesabı: Gerek yurt dışında gerek yurt içinde yerleşik gerçek veya tüzel kişilerin serbest (DTH) tasarruflarında bulunan döviz veya efektiflere banka veya özel finans kurumlarında açtırdıkları tevdiat hesaplarıdır. Bu hesaplardaki dövizlerin kullanımı serbesttir.

Gümrük Birliği: Taraflar arasındaki ticarete mevcut gümrük vergisi, eş etkili vergiler ve miktar kısıtlamalarıyla, her türlü eş etkili tedbirinin kaldırıldığı ve ayrıca, birlik dışında kalan üçüncü ülkelere yönelik olarak da, ortak gümrük tarifesinin uygulandığı bir ekonomik entegrasyondur.

Akreditif: İhraç edilen malın bedelinin ödenmesi konusunda belirli koşulların yerine getirilmesinden sonra ödemenin yapılacağına ilişkin bir çeşit teminattır. Şartlı bir ödeme taahhüdü olarak tanımlanabilir.

Vesaik Mukabili Ödeme: Bir malın ihraç ülkesinden yola çıkarılmış olduğunu gösteren belgesinin ihracat bedelini ödeyerek bankadan alınması yoluyla yapılan ödeme şeklidir. Bir başka ifade ile bankanın ihraç bedelini tahsil ettikten sonra vesaikleri ithalatçıya teslim ettiği ödeme türüdür.

Uluslararası ticarete yaygın olarak kullanılan bir ödeme aracıdır.

Mal Mukabili Ödeme: İhraç edilen malın bedelinin, bu malın ithalatçı tarafından teslim alınmasından sonra ödenmesi şeklinde yapılan bir ödeme türüdür. İthalatçının gelen malı devralmasıyla bu malın mülkiyeti değil, ancak zilyedliği kendisine geçer. Malların mülkiyetinin devri ise ancak bu malların devir ve teslimine ilişkin belgelerin ithalatçıya teslim edilmesi ile mümkündür.

Peşin Ödeme: İhracatçı tarafından ihraç edilen malların bedellerinin, ithalatçı tarafından malın teslim alınmasından önce, gerek bankalar yolu ile ve gerekse alıcının kendisi veya vekili ya da onun adına hareket eden üçüncü bir kişi tarafından satıcıya peşin olarak ödenmesidir.

Kabul Kredili Ödeme: Mal bedelinin belli bir vadede ödenmesini taahhüt eden ve bu ödemeye bir poliçenin araç olduğu ödeme şeklidir. Bir başka ifade ile kabul kredisi satılan malın bedelinin bir poliçeye bağlandığı vadede satıcıya ödendiği bir ödeme şeklidir.

Serbest Dolaşımda Bulunan Eşya: Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası anlaşmalar ait hükümler saklı kalmak kaydıyla, serbest dolaşıma giriş rejimine tabi tutularak Türkiye Gümrük Bölgesine giren eşya ile üretimde kullanılan girdilerin yerli olup olmadığına bakılmaksızın Türk menşeli sayılan eşyayı ifade eder.

Serbest Bölgeler: Ülkenin siyasi sınırları içinde olmakla beraber gümrük hattı dışında sayılan, ülkede geçerli ticari, mali ve iktisadi alanlara ilişkin hukuki ve idari düzenlemelerin uygulanmadığı veya kısmen uygulandığı, sınai ve ticari faaliyetler için daha geniş teşviklerin tanındığı ve fiziki olarak ülkenin diğer kısımlarından ayrılan yerler olarak tanımlanabilir.

CE İşareti: Bir ürünün, Avrupa Topluluğu tarafından hazırlanan; ortak özellikleri itibariyle sınıflandırılmış ürün gruplarının uyması gereken asgari sağlık, emniyet, çevre ve tüketicinin korunması koşullarını düzenleyen bağlayıcı mevzuata uygunluğunu gösteren işareti ifade eder.

KAYNAKLAR

Dış Ticaret ve Yatırım Mevzuatı, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, İGEME KOBİ Danışma Hattı, Tel: (312) 4180917
Faks: 312 425 71 76, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>

42. İhracat İşlemleri İçin Düzenlenen Belli Başlı Belgeler Hangileridir?

Gümrük Beyannamesi (Customs Declaration Form)

İhracatta gümrük mevzuatı uyarınca doldurularak ilgili ihracatçı birliği tarafından onaylanmasından sonra gümrük idaresine sunulan belgedir. Gümrük Birliği'ne girildikten sonra mevzuatın ve belgelerin uyumlaştırılması çerçevesinde "Tek Tip Gümrük Beyannamesi" kullanımı getirilmiştir.

- Gümrük Beyannamesi doğrudan doğruya mal sahipleri ile kanuni mümessilleri veya vekilleri tarafından düzenlenmektedir.
- Gümrük beyannamelerinin tescili için ibrazından sonra beyan edilen eşyanın cins, nev'i, nitelik ve birim fiyatı bakımından herhangi bir düzeltme yapılamaz. (Gümrük beyannameleri üzerinde kazıntı ve silinti yapılamaz.)
- Gümrük beyannamelerinin tescili gümrüklerde tutulan deftere usulü dairesinde kayıt olunmak, üzerine kayıt sıra numarası, tarih ve resmi mühür konulması ile tamamlanmaktadır.

Tek Tip Gümrük Beyannameleri 8 (sekiz) nüsha düzenlenmektedir.

- 1. Nüsha:** İhracat ve/veya transit işlemlerinde kullanılmaktadır. İhracat veya transit işlemlerinin yapıldığı gümrük idaresinde saklanmaktadır.
- 2. Nüsha:** İstatistiki amaçla kullanılmaktadır. İhracat veya transit işlemlerinin yapıldığı gümrük idaresinde saklanmaktadır.
- 3. Nüsha:** İhracatta gümrük idaresince mükellefe verilir. Kanıtlayıcı nüsha olarak kullanılmaktadır. Talep halinde ihracat beyannamelerinin onaylı fotokopileri ihracatçıya verilmekte veya ilgili kuruluşlara gönderilmektedir.
- 4. Nüsha:** Transit rejiminde kullanılmaktadır. Çıkış gümrük idaresinde kalacak olan nüshadır.
- 5. Nüsha:** Transit rejiminde kullanılmaktadır. Varış gümrük idaresince çıkış gümrük idaresine gönderilecek teyid nüshasıdır.
- 6.,7.,8., Nüsha:** İthalat işlemlerinde kullanılmaktadır. İlk nüsha gümrük idaresi nüshası, ikinci nüshası istatistik nüshası ve üçüncü nüshaları da mükellef nüshası olarak kullanılmaktadır.

Gümrük Beyannamesine Kaydedilen Bilgiler

- Gönderen / ihracatçı
- Alıcı
- Mali müşavir / serbest muhasebeci
- Beyan sahibi/temsilcisi
- Çıkış / ihracat ülkesi
- Menşe ülke

- Gideceği ülke
- Çıkıştaki aracın kimliği ve kayıtlı olduğu ülke
- Teslim şekli
- Sınırı geçecek hareketli taşıt aracının kimliği ve kayıtlı olduğu ülke
- Döviz ve toplam fatura bedeli
- Sınırdaki taşıma şekli
- Yükleme yeri
- Çıkış gümrük idaresi
- Kapların ve eşyanın tanımı
- Brüt ağırlık (kg)
- Net ağırlık
- Sorumlu

Fatura (Invoice)

Ticari Fatura (Commercial Invoice)

Fatura, satılan bir malın cinsi, ismi, miktarı, birim satış fiyatı, teslim şekli ve toplam bedeli gibi bilgilerin beyan edildiği, satıcı tarafından alıcıya gönderilen bir hesap belgesidir.

- İhracatçının hazırlayacağı ticari fatura ithalatçı ülkenin mevzuatına uygun olmalıdır.
- İhraç malları hazırlandıktan ve sevkıyat yapılmadan önce düzenlenen ilk belgedir.
- Genellikle bir İngilizce ve bir Türkçe olmak üzere iki nüsha olarak düzenlenen ticari faturaların nüsha adedi taraflar arasındaki anlaşmaya göre değişebilmektedir.
- Ticari faturalar, Maliye Bakanlığı'nın kaşesi ve/veya noter tasdiki ile ihracatçı tarafından düzenlenir.
- Fatura ithalatçı ülkenin isteğine bağlı olarak, ticaret odasınca onaylanabilmektedir.
- Fatura tasdiki alıcı ülke mevzuatına göre değişmekte olup, halen Ortadoğu ülkelerine yönelik ihracatta ilgili ülke temsilciliğince faturanın tasdiki istenebilmektedir.
- Ayrıca, taşıma esnasında değişikliğe uğrayacak nitelikteki mallar için teslim anındaki kesin durumuna göre tanzim edilecek faturaya kadar geçen zamanda kesilen faturaya ise "geçici" veya "muvakkat" fatura denir.

Ticari Faturada Bulunması Gerekli Bilgiler

- Alıcı ve satıcının unvan ve adresleri
- Tanzim tarihi,
- Malların cinsi/tanımı
- Malların miktarı
- Malların ağırlığı ve ambalaj numaraları,
- Yükleme limanı
- Varış - boşaltma yeri
- Malların birim fiyatı ve toplam bedeli
- Teslim şekli ve ödeme şartları,
- Taşıt aracının türüne bağlı olarak plaka no/vagon no/Gemi adı/uçuş no (biliniyorsa)
- Navlun ve sigorta ile ilgili bilgiler (Alıcı tarafından istenirse)

- Sipariş veya anlaşma sayısı,
- Malın menşei

Yukarıda yer alanlar dışındaki bazı bilgiler de ticari faturalarda bulunabilmektedir.

Orijinal Fatura

Satış işleminin gerçekleşmesinden sonra düzenlenen bir faturadır.

- Orijinal fatura satış sözleşmesini belgeleyen veya satış sözleşmesinin var olduğunu kesinleştiren bir belgedir.
- İthalat veya ihracatta, gümrük işlemlerinin yapılması ve vergilerin hesaplanması için orijinal fatura gerekmektedir.
- Genellikle orijinal fatura ihracatçı tarafından banka aracılığı ile ithalatçıya gönderilmektedir.

Proforma Fatura (Proforma Invoice)

Teklif belirten faturaya "proforma", kesin olanına ise "orijinal" fatura denir. Ticaretin başlangıcıdır.

- Satıcının alıcıya gönderdiği, satacağı malın ismi, özelliği, miktarı, fiyatı, teslim ve ödeme şekli, sevkiyatın durumunu içeren bir tekliftir.
- Proforma fatura hiçbir mali yükümlülük yaratmamaktadır.
- Alıcı bu teklif üzerine siparişi verir ve ödeme şekline göre harekete geçerse o zaman, satış artık kesinleşmiş, fatura da kesin satış faturası veya ticari fatura diye adlandırdığımız faturaya dönmüş olacaktır.
- Proforma fatura kelimesinin mutlaka bulunması gerekmektedir.

Navlun Faturası (Freight Invoice)

CF veya CIF teslim şekilleri ile satışta, navlun satıcı-ihracatçı tarafından ödenmektedir. Mal ile ilgili satış faturasında, navlun tutarı mal bedeline dahil olarak veya ayrı olarak gösterilebilmektedir. Bu fatura navlun faturası olarak adlandırılmaktadır.

- Akreditif, mal bedeli ile birlikte navlun bedelini de içeriyorsa, konşimento ve diğer sevk belgesi üzerinde "navlunu ödenmiştir" kaydının bulunması gerekmektedir. Ancak belirtilmemişse, satıcı firmanın taşıyıcı firmadan navlun faturası alarak ithalatçı firmaya vermesi, ya da tahsil belgeleri arasına navlun faturasını da koyması gerekmektedir.
- Navlun faturası malın ithal edildiği ülkede vergiye tabi kıymetinin tespitinde dikkate alınacak kıymet faktörlerinden birini oluşturmaktadır.

Konsolosluk Faturası (Consular Invoice)

Malın gideceği ülkenin konsolosluğu tarafından mal menşei, birim fiyatı ve mal değerinin onaylandığı faturalardır.

- Onay konusu faturalar ithalatçı ülkelerin konsolosluklarından elde edilmektedir.
- Fatura tasdiki alıcı ülke mevzuatına göre değişmektedir.
- Bu tür bir uygulamanın nedeni, ithalatçı ülkenin düşük faturalarla mal bedellerinin düşük gösterilmek suretiyle vergi kaçaklarını önlemesidir.

Tasdikli Fatura (Legalized/Certified Invoice)

İhracatçı firma tarafından yabancı alıcıya kesilmiş olan ticari faturanın ithalatçı ülkelerin konsolosluğuna onaylatılması neticesinde tasdikli fatura elde edilmiş olur.

- Bazı Ortadoğu ülkelerine yönelik ihracatta ilgili ülke temsilciliğine faturanın tasdiki istenebilmektedir.
- Bu tür bir uygulamada temel amaç, malın ihraç ülkesi menşeli olduğunun belirlenmesidir.

Özel Fatura (İstisna Belgesi)

Yabancılar (veya yabancı ülkede ikamet ettiğini belgeleyen T.C. uyruklu) yapılan satışlarda KDV istisnasının uygulanabilmesi için düzenlenen belgedir.

Satıcı, bağlı bulunduğu vergi dairesine başvurarak "Türkiye’de İkamet Etmeyenlere Döviz Karşılığı Satışlarda KDV İhracat İstisnası İzin Belgesi" (İstisna Belgesi) almaktadır. Yolcu beraberli eşya ihracı istisnası uygulamasında da bu belge geçerli olmaktadır.

Menşe Şahadetnamesi (Certificate of Origin)

İhracata konu olan malların üretim yerini gösteren belgedir. Bazı ülkeler, menşe şahadetnamelerinin, kendi mahalli konsoloslukları tarafından tasdik edilmesini isteyebilmektedir.

- Ülkemizde ihracatçı ve onun temsilcisi tarafından hazırlanmakta olup, bağlı bulunulan oda tarafından tasdik edilmesi gerekmektedir.
- Gümrük vergilerinin belirlenmesinde kullanılmaktadır.
- Menşenin belirlenip, belgelendirilmesinde kullanılan menşe şahadetnamesi düzenlenmesi zorunlu belgelerden olmayıp, ithalatçı firmanın isteği doğrultusunda hazırlanır.
- Menşe şahadetnameleri, gümrük beyannameleri ekinde gümrük idarelerine ibraz edilir.
- A, B ve C olarak üç nüsha halinde düzenlenen menşe şahadetnamelerinin C Formu ilgili ticaret odasında kalırken diğer iki nüsha ise ihracatçıya verilir. Türkiye’de menşe şahadetnamesi (ABC) formu ilgili ticaret, sanayi ve/veya ticaret ve sanayi odalarından temin edilmekte, firmalar tarafından tanzim edilmekte ve yine ilgili odalar tarafından onaylanmaktadır.
- İhracatçının talebi üzerine ihracattan sonra da ilgili odalar tarafından menşe şahadetnamesi düzenlenebilmekte ve onay işlemi yapılabilmektedir. Menşe şahadetnamesinin onaylanması sırasında ilgili ticaret odası tarafından ihracata konu malların Türkiye menşeli olduğunu kanıtlayıcı belgelerin ibrazı istenmektedir.

- Ülkeler tercihli ve tercihsiz ticarete farklı menşe kuralları uygulamakta ve bu nedenle farklı ülkeler için farklı menşe belgeleri düzenlenmektedir.

Menşe Şahadetnamelerinde Bulunması Gerekli Bilgiler

- Gönderici,
- Alıcı,
- Malın cinsi, özelliği,
- Ambalaj şekli,
- Koli adedi,
- Kolilerin marka ve numarası
- Malın net ve brüt ağırlığı,
- Malın ünite fiyatı,
- Malın değeri (FOB, CF, CFR vb.)
- Malın yüklendiği aracın ismi ve hareket tarihi
- Yükleme limanı veya yükleme yeri
- Mal Türkiye’de geçirdiği değişiklik dolayısı ile Türk menşeli sayılıyorsa bu özelliklerin belirtilmesi gerekmektedir.

A.TR Dolaşım Belgesi (A.TR Movement Certificate)

Avrupa Birliği ile Türkiye arasında katma protokol hükümleri gereğince, ülkemizden Birliğe üye ülkelere ihrac edilen ve gerekli gümrük muhafiyetinden yararlanılması için tanzim edilen belge A.TR Dolaşım Belgesi’dir.

Bu belge Birliğe üye ülkelere yapılan ihracat için düzenlenmektedir.

AB ile Türkiye arasındaki ticarete A.TR.1 ve A.TR.3 olarak kullanılan dolaşım belgeleri, Gümrük Birliği Anlaşması imzalandıktan sonra sadece A.TR olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Avrupa Birliği’ne yapılan ihracatta, Katma Protokol gereğince malların gümrük muafiyetinden yararlanabilmesi için "A.TR Dolaşım Belgesi"nin ihracatçı ülke yetkilileri tarafından düzenlenerek gümrük idarelerince vize edilmesi gerekmektedir.

İhracatçı, bağlı bulunduğu odadan aldığı beş nüsha A.TR Dolaşım Belgesi’ni eksiksiz ve tam olarak doldurmalı ve bağlı bulunduğu odaya;

- Dilekçe,
- Fatura sureti (Maliye Bakanlığı’ndan onaylı kontrol makbuzu veya noter tasdikli ticari fatura)

ekleyerek müracaat etmektedir.

Beş nüsha olarak doldurulan, A.TR Dolaşım Belgesi’nin beyaz renkli nüshalardan biri tasdik işlemini yapan oda tarafından alıkonulur. Gümrük idaresi tarafından vize işlemi gerçekleştirildikten sonra, belgenin yeşil renkte olan ilk nüshası ihracatçıya verilmektedir. Beyaz renkli olan nüshalardan biri gümrük idaresinde kalmakta olup, diğer 2 nüsha da fiili ihracatı takip eden ilk işgünü içinde gümrük idaresince ilgili odaya gönderilmektedir.

A.TR Dolaşım Belgesi bazı durumlarda eşyanın ihracı sonrasında da düzenlenebilmektedir. Bu belge serbest dolaşım belgesidir.

Avrupa Birliği ile gerçekleştirilen Gümrük Birliği sanayi ürünlerini içermektedir. Bununla birlikte,

büyük bir çoğunluğunu gıda sanayii ürünlerinin oluşturduğu ve işlenmiş tarım ürünleri olarak nitelendirilen bir grup üründe Gümrük Birliği kapsamında yer almaktadır.

Domates salçası, meyve ve sebze konserveleri, meyve suları, peynir, dondurulmuş ve kurutulmuş her türlü gıda maddeleri, et ürünleri Topluluk tarafından tarım ürünü olarak değerlendirildiğinden, söz konusu ürünler Gümrük Birliği'ne dahil olmamaktadır. Bu ürünlerin ticaretinde, tercihli rejimden yararlanılabilmesi için menşe statüsünü belirlemek üzere EUR.1 Dolaşım Sertifikası düzenlenmesi gerekmektedir.

EUR.1 Dolaşım Sertifikası (EUR.1 Movement Certificate)

EFTA ülkelerine, Avrupa Birliği ile demir çelik ürünlerinde (AKÇT ürünleri), Türkiye'nin serbest ticaret anlaşmaları imzaladığı ülkelere yapılan ihracatlarda ve Avrupa Birliği'ne yönelik tarım ürünleri ihracatında düzenlenen belgedir.

Gümrük indiriminden yararlanılmasını sağlayan ve bağlı bulunulan Oda'dan temin edilebilen bu belge, Odaca onaylandıktan sonra vizesi yapılmak üzere gümrük müdürlüğüne ibraz edilir.

İhracatçı, bu belgeyi bağlı bulundukları odalardan (Türkiye ticaret, sanayi, deniz ticaret odaları ve ticaret borsaları) alırlar. Odalar tarafından tasdiklenmekte ve gümrük idarelerince vize edilmesi gerekmektedir.

EUR.1 Dolaşım Sertifikası beş nüsha olarak doldurulmaktadır. İlk nüshası meneviş renkli olup, asıl nüshadır. Diğer dört nüsha ise beyaz renklidir.

Bu belgenin temininde başvuru ve onay mercii ihracatçının bağlı bulunduğu odadır. İhracatçı, bağlı bulunduğu odadan aldığı beş nüsha EUR.1 Dolaşım Belgesini eksiksiz ve tam olarak doldurmalı ve bağlı bulunduğu odaya;

- Dilekçe,
- Fatura sureti (Maliye Bakanlığı'ndan onaylı kontrol makbuzu veya noter tasdikli ticari fatura)

ekleyerek müracaat etmektedir.

Beyaz renkli nüshalardan biri tasdik işlemini yapan oda tarafından alıkonulur. EUR.1 Dolaşım Belgesi'nin gümrük idaresince vize edilmesinden sonra meneviş renkli asıl nüsha ihracatçıya verilir. Beyaz renkli nüshalardan biri gümrük idaresinde alıkonulmakta olup, diğer iki nüsha ilgili odaya gönderilir.

EUR.1 Dolaşım Sertifikası bazı durumlarda istisnai olarak ait oldukları ürünlerin ihracından sonrada düzenlenebilmektedir.

Bu belge menşe ispat belgesidir.

Armonize Sistem Nomanklatürü esas alınarak Türk Gümrük Giriş Tarife Cetvelinde (T) kısaltması bulunan eşya tarım ürünü listesi kapsamına dahil ürünü göstermektedir. Bu eşyanın Avrupa Birliği ülkelerine ihracında EUR.1 Dolaşım Sertifikası düzenlenmektedir.

Türkiye ile Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğunu (CECA) kuran anlaşmanın yetki alanına giren ve Türk Gümrük Giriş Tarife Cetvelinde yanında (CECA) kısaltması yer alan eşyanın Avrupa Birliği

ülkelerine ihracında EUR.1 Dolaşım Sertifikası düzenlenmektedir.

Hayvan İhracına İlişkin Sağlık Raporu (Health Certificate For Animal Export)

İhracatçıların canlı hayvan, hayvansal maddeler ve deniz ürünleri ihracatında, bu ürünlerin insan ve hayvanlara geçebilen hastalıklardan temiz olduğunu gösterir "Sağlık Sertifikaları"nı temin etmeleri gerekmektedir.

Canlı hayvan, hayvansal maddeler ve deniz ürünleri ihracatında yedi ayrı sağlık sertifikası bulunmakta olup, her biri için de yetkili kurum Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarım İl Müdürlükleri'dir. İhracatçı, bir dilekçe, teknik yardım ücretinin yatırıldığına dair makbuz ve yurtiçi sevk raporu ile Koruma Kontrol Genel Müdürlüğü'ne bağlı ihracatla yetkili Tarım İl Müdürlükleri'ne müracaat etmesiyle işlemi başlatmaktadır.

Uluslararası Orijin ve Bitki Sağlık Sertifikası (Phytosanitary Certificate)

Bitki ve bitkisel ürün ihracatçısının, ihraç edeceği ürünlerde hastalık ve zararlı maddelerden arınmış olduğunu gösteren "Bitki Sağlık Sertifikası" adlı belgeyi temin etmesi gerekmektedir. Söz konusu belge, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Tarım İl Müdürlükleri Bitki Koruma Şubeleri'nden temin edilmektedir. Bu uygulamanın uluslararası geçerliliği olması nedeniyle Bitki Sağlık Sertifikası önemli bir belgedir. Bu belgenin ihracat sırasında gümrük idarelerine ibrazı zorunludur.

Bitki Sağlık Sertifikasını Temin Etmek İçin İzlenecek Prosedür;

- Yaş meyve ve sebzelerin kontrolünün yapılabilmesi için öncelikle ihracatçının, üyesi olduğu İhracatçı Birliğinin bu amaçla açtığı hesaba "Teknik Yardım Ücreti" yatırması gerekmektedir. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarım İl Müdürlüğü Bitki Koruma Şube Müdürlüğü'nden temin edebileceği Zirai Karantina Servisi Bitki İhraç Dilekçesini doldurduktan sonra Tarım İl Müdürlüğü'nden havale almaktadır. Bitki Koruma Şube Müdürlüğü'ne başvuruda bulunduktan sonra, ihraç konusu ürünün yüklendiği yerde kontrolör tarafından hijyenik kontrolü yapılmaktadır. Kontrolör Bitki Sağlık Sertifikası'nı tanzim ederek imzalamaktadır.
- Ortadoğu ve Körfez ülkeleri, bu belgenin ayrıca Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü, Dışişleri Bakanlığı ve kendi Büyükelçilikleri tarafından da onaylanmasını istemektedir.
- Alıcı ülkelerin istekleri doğrultusunda laboratuvar analiz raporları da bu belgeye eklenmektedir.
- Sertifikalar, yaş meyve sebze için 10 gün, kuru meyveler için 20 gün, hububat ve bakliyat için de 20 gün süreyle geçerlidir. Tarım ürünleri daha önce muayene edilmiş olsalar bile, ihraç anına kadar her zaman ve her yerde yeniden muayene edilebilmektedir.
- Yaş meyve ve sebzeler için alıcı ülke tarafından Bitki Sağlık Sertifikası dışında aflatoksin, pestisit vb. analizler istenildiği takdirde, ihracatçı firmaların İl Müdürlüğü Kontrol Şube Müdürlüğü'ne müracaat etmeleri gerekmektedir.

Standart Kontrol Belgesi (Certificate of Inspection)

Yaş meyve ve sebze, bakliyat, bitkisel yağlar, pamuk ile kuru ve kurutulmuş meyvelerden oluşan, Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Yönetmeliği'nde yer alan tarımsal ürünler (Bakınız Ek-6) ihracatta zorunlu standart denetimine tabidir.

- İhracatçı, Dış Ticarete Standardizasyon Denetmenleri Grup Başkanlığı'na müracaat etmektedir.
- Yapılan kontrolde, mal, standardına uygun bulunduğu takdirde, "Dış Ticarete Standardizasyon Denetmenleri Grup Başkanlığı" tarafından, ihracatçıya "Kontrol Belgesi" verilmektedir
- "Kontrol Belgesi"nin ihracat sırasında ilgili gümrüğe ibrazı zorunludur. İhraç edilen ürünlerin belirli standartlara uygun olduğunu gösteren belgedir.
- İhraç edilen ürünlerin kontrolünün yapılabilmesi için ihracatçının, üyesi olduğu ihracatçı birliğinin bu amaçla açtığı hesaba "Teknik Yardım Ücreti" yatırması gerekmektedir. DTM, ihracatta zorunlu uygulamada bulunan standartlarına uymayan malların ihracına, ithalatçının talebinin tevsiki halinde, gerekli incelemeyi yaparak izin verebilmektedir.
- İhraç edilecek malların üretildiği ve işlendiği tesisler için alınmış olan TS-EN-ISO 9000 veya ISO 9000 veya EN-ISO 9000 Belgesi'nin ve gerektiğinde malın özelliğine göre Müsteşarlık tarafından istenebilecek ilave belge ve/veya analiz raporlarının belge sahibi imalatçı-ihracatçılar veya bu firmalardan ihraç kaydıyla temin ettikleri anılan belge kapsamı malları ihraç eden ihracatçılar tarafından ilgili gümrük idaresine ibrazı halinde, yaş meyve ve sebze sektör ürünleri de dahil olmak üzere, gümrük idarelerince Kontrol Belgesi aranmamaktadır.
- Yurt dışında iş yapan müteahhitler de işçilerinin ihtiyacı olan zorunlu standart kapsamı malların ihracında kontrollerden muaf tutulmaktadır. Hariçte işleme yoluyla yapılacak ihracat ile bedelsiz ihracat kapsamında yapılan ihracatta da Kontrol Belgesi aranmamaktadır.

Ticari Kalite Denetim Yeterlik Belgesi

Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Yönetmeliği ekinde yer alan standardı ihracatta zorunlu uygulamada bulunan ürünlerin ihracatında, gümrük idarelerince Kontrol Belgesi aranmamasını teminen imalatçı-ihracatçılara Ticari Kalite Denetim Yeterlik Belgesi verilmektedir.

İmalatçı-ihracatçıların Belge alabilmeleri için ilgili standardın öngördüğü analizleri yapabilecek yeterlikte laboratuvar ve teçhizata sahip olmaları gerekir.

Ticari Kalite Denetim Yeterlik Belgesi'nin geçerlilik süresi 12 aydır.

Gözetim Belgesi (Inspection Certificate)

Gönderilen malın ithalatçının siparişine uygun olup olmadığını araştıran bir gözetim şirketinin hazırlamış olduğu bir belgedir. Bir başka ifade ile ticarete konu olan bir malın alıcıya tesliminin satış sözleşmesinde öngörülen miktar, kalite, ambalajlama, etiketleme, yükleme, taşıma, teslim zamanı gibi koşullara uygun olarak gerçekleştirildiğinin bir "**Gözetim Şirketi**" aracılığı ile alıcı ve satıcı tarafından tespit ettirilmesidir.

Bu işlem ile ilgili düzenlenen belgeye gözetim belgesi denir.

Borsa Tescil Beyannamesi

Tarım ürünleri ihracatında gümrüğe sunulması gereken belgelerden biri de Borsa Tescil Beyannamesi'dir.

- Zirai ürünlerin kayıt altına alınması amacıyla vergi kayıp ve kaçaklarının önlenmesini sağlamak üzere ve bürokratik işlemlerin azaltılması, borsaların geliştirilmesi için zirai ürün gümrük çıkış işlemlerinde ihracatçıdan istenmektedir.
- Borsa Tescil Beyannamesi, ticaret borsalarının 13 Temmuz 1995 tarih ve 22342 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan kotasyon listelerinde bulunan zirai ürünlerin ihracında talep edilmektedir.
- İlgili ticaret borsasından temin edilen Borsa Tescil Beyannamesi ihracatçı tarafından 3 nüsha olarak doldurulur ve borsaya onaylatılmaktadır.

1. Nüsha (beyaz) : Borsada kalır.
2. Nüsha (yeşil) : İhraç faturasına iliştilererek ilgili gümrüğe ibraz edilir.
3. Nüsha (sarı) : İhracatçıda kalır.

Borsa Tescil Beyannamesinin Alınabilmesi İçin Gerekli Belgeler

- İhraç edilecek malın faturasının aslı,
- Alım faturası veya müstahsil makbuzlarının aslı,
- Stopaj vergisinin yatırıldığına dair makbuzun aslı,

Gerekli belgelerin eksiksiz ibrazı halinde Borsa Tescil Beyannamesi talebi takiben verilmektedir.

Analiz Raporu Gerektiren Ürünler - Ekspertiz Raporu (Expertise Report)

İhraç veya ithal mallarının fiyat, miktar, kalite, bileşim katkı oranı, ticari teamül gibi hususlarında gümrük idarelerince tereddüde düşülen durumlarda, analiz belgesi hazırlanması gerekmektedir.

Gümrük Kanunu ve buna bağlı diğer mevzuatlarda hangi kurum ve kuruluşların vereceği ekspertiz raporuna itibar edileceği belirtilmiştir. Ekspertiz raporları ticaret ve sanayi odaları tarafından verilmektedir.

Halı Ekspertiz Raporu

Eski Eserler Mevzuatı uyarınca, eski eser niteliği taşıyan malların ihracı yasaktır. Ülkemizden ihraç edilen el halılarının eski eser niteliğinde olup olmadığını belirlemek için ilgili mal, ihracatçının bağlı bulunduğu oda tarafından ekspertiz işlemine tabi tutulmaktadır. Bu işleme başlamak için bir dilekçe ile ticaret ve/veya sanayi odasına başvurulmaktadır.

Oda tarafından ekspertize tabi tutulan halıların eski olduğunun saptanması halinde, Türk İslam Eserleri Müzesi'nce ikinci bir ekspertiz işleminden geçirilir. Halıların eski eser olmadığını gösteren rapora istinaden oda tarafından ilk raporda yer alan hususlar da belirtilerek gümrük idarelerine ibraz edilmek üzere rapor sureti ihracatçıya verilmektedir.

Hediyelik Eşya İhracatında Ekspertiz Raporu

Ülkemizden ihraç edilen bakırdan ve pirinçten mamul hediyelik eşyaların ihracı, Eski Eserler Kanunu gereğince ilgili müze eksperlerince ekspertize tabi tutulmakta ve bunun sonucuna göre düzenlenen rapora göre gümrük idarelerince ihracına izin verilmektedir.

Bu tür bir malı ihraç edecek kişilerin, bağlı bulunduğu odaya bir dilekçe ile başvurmaları gerekmektedir.

Lületaşı İhracatında Ekspertiz Raporu

Ham lületaşının yurtdışına gönderilmesini önlemek amacıyla, ihraç edilecek lületaşı mamulleri ekspertize tabi tutulmaktadır.

Ekspertiz işlemi için ihracatçı, bağlı bulunduğu odaya fatura ve ilgili form ile başvurmaktadır. Ekspertiz komitesi nezaretinde lületaşı mamulleri, ileri derecede işlem görmüş olması ve "Türk Elişi Sanatının" estetiğinden yoksun bulunmaması gibi hususlar dikkate alınarak incelenmektedir. İncelendikten sonra ambalajlanan mamuller, bölge ticaret ve sanayi müdürlüğü ve oda tarafından mühürlenerek, gümrük idarelerine teslim edilmek üzere tanzim edilen bir rapor ile birlikte ihracatçıya verilmektedir.

Bu belgeleri bizzat ihracatçılar düzenleyip onaylayacakları gibi alıcının ismini vereceği bir merci tarafından da düzenlenebilir. Günümüzdeki en tipik örnekler İsrail karşısında Arap ülkelerinin tutumundan kaynaklanmaktadır.

ATA Karnesi (ATA Carnet)

ATA karneleri uluslararası Geçici İthalat Sözleşmesi (kısaca İstanbul Sözleşmesi) ve ekleri kapsamında, taraf ülkeler arasında, başka herhangi bir belgeye gerek duyulmaksızın, eşyanın geçici olarak ithalat ve ihracatını sağlayan gümrük belgesidir.

Bir başka ifade ile milletlerarası ticari ve kültürel faaliyetlerin artırılması için eşyaların geçici olarak vergiden muaf ithal edilmesini temin etmek amacıyla düzenlenen karnedir.

- ATA karnesi ile gelen tüm eşya için ithalat işlemi sırasında, ne gümrüklerce ne de ithalatçı tarafından başka bir işlem yapılması gerekmemektedir.
- ATA karnesi ile gelen eşyanın gerek ithalatında, gerekse yeniden ihracında gümrüklerden geçiş süresinin kısaltılması sağlanmaktadır.
- ATA karnesinin geçerlilik süresi bir yıldır.
- ATA karnesi kullanmak isteyen kişi veya kuruluşların, yurtdışına götürülecek eşyanın çeki listesini eklediği dilekçesi ile birlikte, karne dağıtımı konusunda yetkili odalara müracaat etmeleri gerekmektedir.
- ATA karnesi kullanmak isteyen kişi veya kuruluşların, taşınacak eşya için gereken teminatı odaya vermesi durumunda ATA karnesini alabilmektedir.

ATA Sözleşmesine Üye Ülkeler

Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, Andorra, Avustralya, Avusturya, Belçika/Lüksemburg, Beyaz Rusya, Bulgaristan, Cebelitarık, Cezayir, Çek Cumhuriyeti, Çin, Danimarka, Estonya, Fas, Fransa, Finlandiya, Fildişi Sahili, Güney Afrika Cumhuriyeti, Hırvatistan, Hindistan, Hollanda, Hong Kong, İngiltere, İspanya, İsrail, İsveç, İsviçre, İrlanda, İtalya, İzlanda, Japonya, Kanada, Kıbrıs, Kore, Letonya, Litvanya, Lübnan, Macaristan, Makedonya, Malezya, Malta, Mauritius, Moğolistan, Norveç, Polonya, Portekiz, Romanya, Rusya Federasyonu, Senegal, Sırbistan, Singapur, Slovak Cumhuriyeti, Slovenya, Sri Lanka, Tayland, Tayvan, Tunus, Türkiye, Yeni Zelanda, Yunanistan.

Boykot/Kara Liste Sertifikası (Boycot/Black List Certificate)

Birbiri ile savaş halinde bulunan veya siyasi ilişkileri kesilmiş ya da zedelenmiş ülkeler, birbirlerini kara listeye aldıklarından dış ticaret ilişkilerinde ticaret partnerlerinin kendi kara listeleri ile hiçbir ilgisi olmadığını beyan ve onaylanmasını istemektedir.

Bu tür belgeler, malın belirli bir ülke menşeli olmadığını, ticari tarafların kara liste, boykot kapsamında olmadıklarını, ihracatçının boykot kapsamı bir ülke ile ticari ilişkisi bulunmadığını, malın boykot kapsamı (ismi verilen) bir ülkenin karasularında, hava sahasından geçemeyeceğini, taşıma aracının o ülkenin bandırasını taşımadığını, gemi kaptanının o ülkenin uyruğunda olmadığını ve buna benzer hususları beyan etmektedir.

Radyasyon Analiz Belgesi / Sarı Belgesi (Radiation Certificate)

Türkiye Atom Enerjisi Kurumu tarafından ihracatçı firmaların talebi üzerine düzenlenen Radyasyondan Ari Belgesi (Sarı Belgesi) ve/veya Radyasyon Analiz Belgesi ülkemizde zorunlu uygulamada değildir. Ancak, Avrupa Birliği'nin 737/90 sayılı mevzuatı çerçevesinde, ihracat yapılan ülkenin mevzuatı nedeniyle (talep etmesi halinde) Radyasyondan Ari Belgesi (Sarı Belgesi) ve/veya Radyasyon Analiz Belgesi ihracatçı firmalarımızca Türkiye Atom Enerjisi Kurumu'nun ilgili birimlerinden ithalatçı ülke makamlarına sunulmak üzere temin edilmektedir.

Avrupa Birliği ülkelerince, ihracatçı firmalarımızdan özellikle yaş doğa mantarı için (Çernobil Nükleer kazasından sonra) radyasyon belgesi istenmektedir.

Söz konusu belgelerin ithalatçı ülkelere talep edilmesi halinde, ihracatçı firmalar, Türkiye Atom Enerjisi Kurumu'nun, Ankara Nükleer Araştırma ve Eğitim Merkezi veya Çekmece Nükleer Araştırma ve Eğitim Merkezi'ne başvurarak söz konusu belgeleri temin etmektedirler.

Helal Belgesi (Halal Certificate)

İslam ülkelerinin et ithalatında talep ettikleri, hayvan kesimlerin islami kurallara uygun olduğunu ispatlayan belgedir.

Helal Belgesi, Diyanet İşleri Başkanlığı taşra teşkilatının il müftülüklerince düzenlenmektedir.

Koşer Sertifikası (Kosher Certificate)

İsrail'e ihraç edilecek gıda ürünlerinde Musevi dinine uygunluğu belgeleyen "koşer sertifikaları" aranmaktadır.

Ürünlerinin Musevi kurallarına göre hazırlandığını göstermekte olup; kalite, hijyen ve güveni simgelemektedir.

Bu sertifika Musevi dini mensuplarının yoğun olarak yaşadıkları ülkelere ihracatta da önemli bir unsur olarak görülmektedir. Ürünlerin yöneldiği İsrail pazarlarındaki dindarlık durumuna göre kurallar katılaşabilmektedir.

Bazı ürünler için ülkemizdeki Hahambaşılıkça verilen sertifika yeterli olmakla birlikte, dinen kritik konumda olan (özellikle et-süt ve mamulleri) ürünlere İsrail'deki din otoritelerinin yerinde çalışma yaparak caizlik kazandırması gerekmektedir.

Gıda ürünlerinin dışında, Koşer Sertifikası şartının, yaygın olmamakla birlikte, bazı temizlik-hijyen ürünlerinde, tekstil ürünlerinde ve elektrikli ev aletlerinde de arandığı durumlara rastlanmaktadır.

Konşimento (Bill of Lading)

Konşimento emtiayı temsil eden kıymetli evraktır. Malların sevkini yapan nakliyat firması tarafından düzenlenir. Sevki tevsik eden en önemli belgedir. Tren, uçak veya gemi ile yapılan taşımacılıkta kullanılan ve malın taşımak üzere teslim alındığını ve varış noktasında konşimento sahibine teslim edileceğini gösteren belgedir. Deniz ve nehir taşımacılığında kullanılan konşimentolar kıymetli evrak sayılıp ciro edilebilir. Diğer konşimentolar ise ciro edilemez.

Konşimento Çeşitleri

Yükleme konşimentosu, tesellüm konşimentosu, üst üste taşıma konşimentosu, klozlu konşimento, sevkıyatçı konşimentosu, konteynır konşimentosudur. Uluslararası ticarete özel durumlar dışında sıklıkla kullanılan yükleme konşimentosudur. Ayrıca, konşimentolarda yazılı malların kısım kısım çekilebilmelerini sağlamak üzere hazırlanan teslim emirleri vardır ki, bunlara da "ordino" adı verilmektedir.

Konşimento'da Bulunması Gereken Zorunlu Unsurlar

- Düzenleyen kimsenin imzası (Taşıyan veya onun yetkili kıldığı kişi)
- Taşıyanın adı ve soyadı veya ticaret unvanı
- Taşınan malın cinsi, ölçüsü, markası, ve diğer özelliklerine ait bilgiler
- Tanzim tarihi ve yeri
- Kaç nüsha olarak düzenlendiği
- Zorunlu olmasa da konşimentoda bulunması önemli olabilecek unsurlar ise şunlardır;
- Kaptanın adı
- Yüklemenin adı
- Gönderilenin adı
- Geminin adı ve uyuğu
- Yükleme limanı
- Boşaltma limanı
- Navlun
- Diğer kayıtlar

Konşimento genelde deniz taşımacılığında kullanılmaktadır. Hava taşımacılığında ise aynı anlamda ve benzer bilgileri içeren konşimentolar kullanılmakta olup, kara taşımacılığında ise "Yük Senedi" kullanılmaktadır.

Çeki Listesi (Weight Note)

Tartı ile ölçülebilen malların ağırlığını ayrıntılı olarak göstermek amacıyla satıcı tarafından düzenlenen belgedir. Bir başka ifade ile her ambalaj içerisindeki malın brüt ve net ağırlığını belirten listelerdir.

Özellikle hasar durumlarında sigorta tazminatının yerine getirilmesinde başvurulmaktadır. Uluslararası ticarete taraf olan kuruluşlarca istenen detayda düzenlenebilmektedir.

Koli Ambalaj Listesi (Packing List)

Paketler içindeki malların cinsini ve adedini belirtmek için satıcı tarafından düzenlenir. Diğer bir ifade ile kolinin içinde bulunan ambalaj ve mal muhteviyatını belirten listelerdir.

Yabancı gümrüklerde malın gümrük makamları tarafından örnekleme yöntemi ile kontrol edilmesini sağlamaktadır.

Ayrıca yabancı alıcılar ihracatçı tarafından kendilerine gönderilecek ambalaj listesine göre malları çeşitli perakende veya toptan satış yerlerine gönderebilmektedir. Ambalaj listeleri alıcının kendi iç dağıtımında bu açıdan yardımcı olmaktadır.

CITES Belgesi

Nesli tehlike altında olan Yabani hayvan ve Bitki türlerinin ihracatında CITES belgesinin gümrük beyannamelerinin tescili aşamasında beyannamelere eklenmesi gerekir.

Orman/Tekel Nakliye Tezkeresi

Orman ürünlerinin ihracı için istihsal yerinden, tekele tabi eşyada ise bu idarece tanzim olunarak verilen belgelerdir.

İmalatçının Analiz Belgesi (Manufacturer's Analysis Certificate)

Kimyevi maddeler gibi analiz gerektiren malların formüllerindeki elemanların isim ve oranlarını gösteren listelerdir. İmalatçı firma tarafından bir beyan şeklinde ya da bağımsız laboratuvarlar tarafından düzenlenebilmektedir.

Spesifikasyon Belgesi (Certificate of Specification)

Malların uluslararası standartlarının ayırımını yapan ve imalatçı firmanın TS veya ISO Belgesine bağlı olarak düzenlediği belgedir.

Döviz Alım Belgesi (DAB)

Bankalar, özel finans kurumları, yetkili müesseseler, PTT ve Kıymetli maden aracı kuruluşları tarafından tüm efektif ve döviz alımları sırasında düzenlenmek zorundadır.

Mal ve hizmet ihracına ilişkin döviz alım belgeleri kaybolduğunda, belgelerle herhangi bir hesabın kapatılmadığına ve bulunduğu takdirde ibraz edileceğine dair ilgili kambiyo müdürlüğüne hitaben bir taahhütnamenin döviz alım belgesini düzenleyen bankaya verilmesi kaydıyla ilgiliye döviz alım belgesi sureti verilmektedir.

Kayıp döviz alım belgesi bulunursa belge aslı iptal edilmek üzere düzenleyen bankaya ibraz edilir ve işlemler suret üzerinden yapılmaktadır.

Sigorta Poliçesi (Insurance Policy/The Insurance Certificate)

Sigorta poliçesi, sigorta akdinin belgesidir ve sigortacı tarafından imzalanıp, sigorta ettirene verilen ve her iki tarafın hak ve borçlarını gösteren bir vesikadır. Malların sevki esnasında kaybolması veya tahribi risklerini teminat altına almaktadır.

- Nama, emre veya hamiline yazılı olarak düzenlenebilir. Genel olarak, sigortacının ve sigorta ettirenin ve varsa sigortadan yararlanan kimsenin adı, soyadı veya ticaret ünvanı ve ikametgahları, sigortanın konusu, sigortacının üstüne aldığı rizikolarla, bunların başlayacağı ve son bulacağı zaman, taşıyanın adı soyadı gibi bilgileri içermektedir.
- İhracatçı mal gönderiminde nakliyeyle ilişkin belgeler arasında sigortacısından temin ettiği sigorta sertifikasını da hazırlamaktadır.
- İhracatçı, nakliye konusunda şüphe duyarsa kesinlikle sigorta yaptırmalı veya konsinyatör ya da acentesinin sigorta işini organize ettiği konusunda yazılı teyit almalıdır.
- Denizyolu ile nakliye sigortasının maliyeti dünyanın pek çok yerinde nispeten makul düzeyde olup, gönderilen malın değerinin çok az bir bölümünü içermektedir.
- Gönderilen ürünün tamamı veya bir kısmı ciddi zarar görebilir, hatta firma için çok zararlı olabilir. Pek çok durumda taşıyıcının sorumluluğunun nakliye koşulları ile sınırlıdır.

KAYNAKLAR

Türk Dış Ticaret Rejimi İhracata İlişkin Esaslar, 2006, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara, Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>

43. İhracatçının Kambiyo Yükümlülüğü Nedir? İhracat Bedelinin Yurda Getirilmesi Zorunlu Mudur? Süreleri Var Mıdır? İstisnaları Nelerdir?

İhraç edilen bir malın FOB bedelinden indirilmesine izin verilen giderlerin düşürülmesinden sonra kalan tutarın fiili ihraç tarihinden (fiili ihraç tarihi Gümrük Beyannamesinin "D" hanesinde kayıtlı tarihtir.) itibaren 90 gün içinde %70'inin veya kambiyo mevzuatının mevzuatında belirlenen sürelerde tamamının yurtdışından getirilerek bir bankaya veya özel finans kurumuna devredilmesi (satılması) zorunludur. Bu zorunluluğa kambiyo yükümlülüğü (kambiyo taahhüdü) denir.

İhracat hesapları, Gümrük Beyannamesi tutarı ABD 100.000 Doları'na kadar ihracat işlemleri hariç olmak üzere Gümrük Beyannamesi, fatura ve yurtdışında döviz ödenmesini gerektiren belgeler ile bedelin tahsiline ilişkin Döviz Alım Belgesi'nin bir araya gelmesiyle bankalarca kapatılır.

İhracatçının satış akdi gereğince sunması zorunlu olduğu diğer belgeler, bankalar ile alıcı ve satıcı arasındaki özel hukuk ilişkisiyle ilgili olup Kambiyo Mevzuatına tabi değildir.

İhracat bedelleri, konvertibl döviz veya Türk Lirası olarak Türk Parası Kıymetini Koruma Mevzuatı çerçevesinde ihracatçı ile ithalatçı arasındaki sözleşmeye ve uluslararası kurallar ile bankacılık teamüllerine göre tahsil edilir.

KAYNAKLAR

T.C. Merkez Bankası, İstiklal Caddesi 10 Ulus, 06100 Ankara Tel: 312-310 3646 Faks: 312-310 74 34, e-mail: iletisimbilgi@tcmb.gov.tr, internet: <http://www.tcmb.gov.tr>

44. İhracat Bedellerinin Tahsili Nasıl Yapılır?

Ticari amaçlarla ihraç edilen malların bedelinin, 32 Sayılı Karar'da öngörülen haller ve Karar'a ilişkin Tebliğ'de belirtilen mücbir sebeplerden kaynaklanan gecikmeler hariç, fiili ihraç tarihinden itibaren en çok 180 gün içinde ihracatçılar tarafından yurda getirilerek bankalara veya özel finans kurumlarına, Türk parası olması halinde tevsik edilmesi, döviz olması halinde ise satılması zorunludur. Ancak ihraç bedeli dövizin % 70'inin fiili ihraç tarihinden itibaren 90 gün içerisinde getirilerek bankalara veya özel finans kurumlarına satılması halinde, kalan % 30'una tekabül eden kısmı üzerinde ihracatçılar serbestçe tasarrufta bulunabilirler.

TRL'yle tahsil edilecek ihracatta, ihracat bedellerinin tamamının tahsil edilmesi zorunludur.

İhracat bedeli konvertibl dövizlerin alış ihracatçı ile banka arasında mutabık kalınan serbest kur üzerinden DAB düzenlemek suretiyle yapılır.

Fiili ihraçtan sonra ihraç fiyatlarında lehte değişiklik yapılması halinde, ihracatçının talebi üzerine bu farkların ihracat bedeli olarak alışının yapılabilmesi için, bu farka ilişkin veya bu farkı da içeren fatura ibraz edilmelidir.

İhracat bedelinin, en geç bedel getirme süresi sonunda alış yapılması kaydıyla ihracatçı adına açılacak DTH'na alınması ve bu hesapta tutulması mümkün olup, bu hesaptan kısmen veya tamamen ihracat bedeli olarak alış yapılabilir.

Bir ihracatçı firmanın vekili bulunan kişi veya firmalar adına yurt dışından gelen döviz veya efektiflerle açılan DTH'lardan, vekaletnamenin fiili ihraçtan önce düzenlenmesi şartıyla vekili bulunan ihracatçı firma adına ihracat bedeli alış yapılabilir. Ancak işlenmemiş altın ve hizmet (taşıma hizmetleri, sigorta, turizm gelirleri vb.) ihracında ihracat bedellerinin yurda getirilmesi yükümlülüğü aranmaz. Bu kapsamda, CFR, CIF teslim şekline göre yapılan ihracatta navlun ve sigorta bedelleri bir hizmet ihracı kabul edilerek ihracatçının serbest kullanımına bırakılmıştır.

İhracat bedelleri, konvertibl döviz veya TRL olarak TPKK Mevzuatı çerçevesinde ihracatçı ile ithalatçı arasındaki sözleşmeye ve uluslararası kurallar ile bankacılık teamüllerine göre tahsil edilir.

KAYNAKLAR

Dış Ticaret ve Yatırım Mevzuatı, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, İGEME KOBİ Danışma Hattı, Tel: (312) 4180917
Faks: 312 425 71 76 e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>

T.C. Merkez Bankası, İstiklal Caddesi 10 Ulus, 06100 Ankara Tel: 312-310 3646
Faks: 312-310 74 34, e-mail: iletisimbilgi@tcmb.gov.tr, internet: <http://www.tcmb.gov.tr/>

45. İhraç Konusu Ürüne Göre İşlemler Nelerdir? İhracatçılar Hangi Kurumlardan Yardım Alırlar?

İhraç konusu ürüne göre işlemler farklılık göstermekte olup, bazı ürünlerin ihracatında izlenilmesi gereken prosedür özet olarak aşağıda yer almaktadır.

İhraç konusu malların, yürürlükte olan denetim tüzükleri ile uygulamada bulunan zorunlu standartlara uygun bulunduğunu ve ihraç edilebilecek nitelikte olduklarını göstermek bakımından Dış Ticaret Müsteşarlığı Dış Ticarete Standardizasyon Denetmenlikleri'nden "Standart Kontrol Belgesi"nin temini gerekmektedir.

"Uluslararası Orijin ve Bitki sağlık Sertifikası" adlı belgeyi bitki, bitkisel ürün canlı hayvan, hayvansal maddeler ve deniz ürünleri ihracatçısının Zirai Karantina Teşkilatı / Veteriner Müdürlükleri veya Tarım İl Müdürlükleri'nden temin etmesi gerekmektedir. Bitki, bitkisel ürün, canlı hayvan, hayvansal maddeler, ve deniz ürünleri ihracatında hastalık zararlı maddeler, ilaç kalıntıları veya insan ve hayvanlara geçebilen hastalıklardan temiz olduğunu söz konusu belge göstermektedir.

El halıların ihracatında, hediyelik eşya ihracatında (bakırdan ve piriçten), lületaşı, pipo ihracatında bağlı bulunan odalardan veya ilgili müze eksperlerinden Ekspertiz Raporu alınması zorunludur.

"İhracı Ön İzne Bağlı Mallar Listesi"nde (Bakınız Ek-3) yer alan malların ihracatında Milli Savunma Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Çevre Bakanlığı, Orman Bakanlığı veya Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'ndan izin alınması gerekmektedir.

İhraç konusu ürüne göre izlenecek prosedür konusunda; İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, İhracatçı Birlikleri, Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdürlüğü, Gümrük Müsteşarlığı'ndan (Gümrük İdareleri) da bilgi alınabilmektedir.

Ayrıca ihracat işlemleri ihracat şekline (bağlı muamele, transit ticaret, bedelsiz ihracat ve benzeri) göre ve ihracat yapılacak ülkeye (Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa Birliği ülkeleri, Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyin kararlarına Ambargo uygulanan ülkeler ve benzeri) göre farklılaşmaktadır.

KAYNAKLAR

Türk Dış Ticaret Rejimi İhracata İlişkin Esaslar, 2006, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara, Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.ogov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>

46. İhracat Yapılacak Ülkeye Göre İşlemler Nelerdir?

İhracat yapılacak ülkeye göre işlemler farklılıklar göstermektedir.

Avrupa Birliği (AB) Ülkelerine İhracat

Avrupa Birliği'ne yapılan ihracatta, malların Katma Protokolü gereğince tavizli gümrük indiriminden yararlanılması amacıyla ATR Dolaşım Belgesi'nin ihracatçı ülke yetkilileri tarafından düzenlenip gümrük idarelerince vize edilmesi öngörülmektedir.

EFTA Ülkelerine İhracat

Türkiye ile EFTA ülkeleri arasında mevcut olan Serbest Ticaret Anlaşması gereği, EUR. 1. Belgeleri, EFTA Üyesi Ükelere (İsviçre, Norveç, İzlanda, Lihtenştayn) yapılan ihracatta aranan belgedir.

Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi (GSP) Kapsamında İhracat

Türkiye'ye taviz tanıyan ülkelere (ABD, Avustralya, Kanada, Japonya, Yeni Zelenda, Rusya Federasyonu) ihracatta tavizli gümrük oranlarından yararlanılması için preferans tanıyan ülkelere ihracatta özel bir menşe şahadetnamesi düzenlenmesi gerekmektedir.

Serbest Ticaret Anlaşmaları Kapsamında İhracat

Serbest Ticaret Anlaşmaları, karşılıklı ticaretin genişletilmesi yoluyla taraflar arasındaki ekonomik ilişkilerin gelişmesini teşvik etmek; taraflar arasındaki ticaret için adil rekabet koşullarını yaratmak; ticaretteki engellerin kaldırılması suretiyle dünya ticaretinin ahenkli gelişmesi ve gelişmesine katkıda bulunmak; taraflar arasındaki işbirliğini artırmak amacıyla düzenlenmektedir.

Serbest Ticaret Anlaşmaları çerçevesinde ticaret konusu olan ürünlerin menşe statülerinin kanıtlanması, EUR. 1 Dolaşım Sertifikası ile yapılmaktadır.

KAYNAKLAR

Türk Dış Ticaret Rejimi İhracata İlişkin Esaslar, 2006, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara, Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>

47. İhracat İşlemlerinin Çeşitli Aşamalarında Başvurulacak Bazı Yardımcı Kuruluşlar Hangileridir?

Dış Ticaret Müsteşarlığı

Dış ticaret mevzuatının belirlenmesi, dış ticaret politikalarının tespitine yönelik çalışmaların yapılması, ihracat ve ithalatın usul ve esaslarının saptanması, ikili ve çok taraflı ticari ilişkilerin düzenlenmesinin yanısıra standart kontrollerin yapılması, yurtdışı teşkilat aracılığı ile iş çevrelerine hizmet verilmesi ve benzeri görevleri yüklenmiştir.

Maliye Bakanlığı – Gelirler Genel Müdürlüğü, Vergi Daireleri

3065 Sayılı Katma Değer Vergisi (KDV) Kanunu’nun 11 inci maddesinde ihracat teslimleri ve bu teslimlere ilişkin hizmetler ile yurtdışındaki müşteriler için yapılan hizmetler KDV’den istisna edilmiş olup, ilgili kurumlarca yürütülür.

Hazine Müsteşarlığı

İhracatta ve ithalatta ödeme şekillerinin belirlenmesi, mal bedelinin tahsili veya ödenmesine ilişkin işlemlerin kambiyo mevzuatı uyarınca izlenmesi ve sonuçlandırılmasının usul ve esaslarını belirlemektedir.

Gümrük Müsteşarlığı

Dış ticaret mevzuatı hükümleri uyarınca, çıkış ve giriş işlemlerini düzenleyen gümrük mevzuatının uygulanmasını sağlamaktadır.

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi

Türkiye ihracatının geliştirilmesi ve sağlıklı bir yapıya kavuşturulması temel amacıyla kurulmuş ilk ve tek kamu kuruluşudur. İhracatçıya yurtdışı pazarlarda gereksinim duyacağı ticari bilgiyi sağlar, dış ticarete ilişkin konularda eğitim programı düzenler, firmaların uluslararası pazarlarda düzenlenen fuarlara milli katılımını organize eder.

İhracatçı Birlikleri

İhracatçıları teşkilatlandırmak suretiyle ihracatı artırmak, ihracatçıların mesleki faaliyetlerini ve ilişkilerini tanzim etmek, Dış Ticaret Müsteşarlığının vereceği görevleri yerine getirmektir.

Zirai Karantina Teşkilatı, Veteriner Müdürlükleri ve Tarım İl Müdürlükleri

Ülkemiz menşeli tarım ürünlerinin, hayvan ve hayvansal maddelerin ihracatında sağlık belgelerini düzenlemektedir.

Türkiye Atom Enerjisi Kurumu

Atom enerjisinin barışçıl amaçlarla kullanımına yönelik nükleer ve radyolojik konularda

araştırmacıların, kullanıcıların, düzenleyici kuruluş elemanlarının ve halkın eğitime yönelik çeşitli düzeylerde ulusal ve uluslararası kurs, seminer, çalıştay, vb. çalışmalar yapılmaktadır.

Ticaret Odaları, Sanayi Odaları, Ticaret ve Sanayi Odaları

Dış Ticarete kullanılan ve uluslararası nitelik taşıyan belgelerin düzenlenmesi ve onaylanmasında yetkili kuruluşlardır.

Bankalar ve Özel Finans Kurumları

Dış ticaret işlemlerinde, alıcı ve satıcı arasında vesaiklerin iletişimi ve ödemelerin gerçekleşmesinde aracılık yapmaktadırlar. Kambiyo mevzuatı kapsamında ihracat bedellerinin getirilmesi ve bozdurulmasında yardımcı kuruluşlardır.

KAYNAKLAR

İhracat Mevzuatı, 2004, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr,
internet: <http://www.igeme.gov.tr>

48. İhracat İşlemlerinde KOBİ'lere Yönelik Çeşitli Hizmetler Veren Başlıca Kuruluşlar Hangileridir?

İGEME – İHRACATI GELİŞTİRME ETÜD MERKEZİ

VERİLEN HİZMETLER

Araştırma - Geliştirme

İGEME tarafından yürütülen araştırma-geliştirme çalışmaları bir bütün olarak yurtiçindeki ihracatçılarımıza ve yurtdışındaki ithalatçılara verilen çeşitli hizmetleri kapsamaktadır.

Tarım ve sanayi sektörleri ile bu sektörlerle girdi sağlayan ve hizmet veren sektörler pazar araştırması çalışmalarının konusunu teşkil etmektedir. Globalleşen dünyada bölgesel ve küresel gelişmelerin incelenmesi, ülke araştırmaları yapılması, araştırma faaliyetlerinin bir diğer boyutudur.

Araştırma çalışmaları zaman zaman JETRO (Japonya), CBI (Hollanda) ve ITC ile işbirliği içinde entegre projeler halinde yürütülürken, bunlardan bağımsız olarak da yerinde, masa başında, zengin bilgi kaynaklarına sahip olan kütüphanemizdeki yayınlar aracılığı ile pazar araştırmaları gerçekleştirilmekte ve ürün-ülke profilleri ve özel araştırmalar kapsamında yayınlanarak ilgili kesimlere ulaştırılmaktadır.

Ülke araştırmalarının esas amacı, Türk ihraç ürünlerinin çeşitlendirilmesi için ihraç potansiyeli arzeden ürünlerin ihracat olanaklarının araştırılması ve/veya ihraç ürünlerimizin mevcut pazarlardaki paylarının artırılması ve/veya bu ürünlere yeni potansiyel pazarlar bulunması yoluyla ihracatımızın geliştirilmesidir.

Pazar araştırmaları, ülkemiz ihracatı açısından önem arzeden ülkelerin ekonomik yapısı ve ticari durumunu inceleyen önemli ithal kalemleri ile bunlardan ülkemiz için ihraç potansiyeli arzeden ürünlerin tespit edilerek bu pazarlardaki payımızın artırılmasını amaçlayan çalışmalardır.

Globalleşen dünyada, ticareti etkileyen hizmet sektörlerinin gelişiminin incelenmesi ile ticari prosedürlerin takip edilerek izlenmesi ve ülkemizdeki mevcut yapı ile birleştirilerek ortaya konması da araştırma geliştirme faaliyetlerinin amaçları kapsamındadır. Türk ihracatçısına, ihracat mevzuatı ve prosedürlerini en son şekli ile duyurmak ve bu amaçla yayınlar hazırlamak son yıllarda önemi giderek artan çalışmalardır.

Ürün ve sektörler bazında İGEME tarafından hazırlanan İngilizce yayınlar, CBI ve JETRO gibi kuruluşlarla yürütülen ürün bazında entegre ihracatı geliştirme projeleri, bu projeler kapsamında sağlanan ürün adaptasyonu, danışmanlık, tanıtım hizmetleri ve seminerler organize edilmesi, sürdürülen çalışmaların geliştirme boyutunu teşkil etmektedir. Ürünler ve sektörler bazında ihracatçılarımıza yurtdışı, ithalatçılara yurtiçi hakkında hızlı bir şekilde bilgi verilmesi geliştirme çalışmalarının diğer önemli boyutunu oluşturmaktadır.

Eğitim

Eğitim Programları

Günümüzde ihracat pazarlamasının başarı ile yürütülmesinde yetişmiş uzman elemanlara sahip olmanın önemi açıktır. İGEME, dış ticaret ile ilgili kuruluşlarda çalışan elemanların bu alandaki

bilgi ve becerilerini geliştirmek, dış ticaretin hedeflenen düzeye ulaştırılmasında ve sağlıklı bir yapıya kavuşturulmasında gereksinim duyulan nitelikli iş gücünün yetiştirilmesine katkıda bulunmak amacı ile Dış Ticaret Eğitim Programları düzenlemektedir. İGEME eğitim faaliyetlerini daha da yoğunlaştırarak sürdürmekte benzer amaçla faaliyette bulunan kuruluşlar ve İhracatçı Birlikleri ile işbirliği halinde bu eğitim hizmetini bir çok ilimizde ihracatçılarımızın ayağına götürmeye çalışmaktadır. Bu programlar genel katılıma açık olduğu gibi zaman zaman da bazı kurum ve kuruluşların talebi üzerine sadece o kuruluşların elemanlarına veya belirli sektörlere yönelik olarak hazırlanabilmektedir.

İGEME'nin ihracatçı firma ve kuruluşlara sunduğu hizmetler arasında dış ticaret konusunda düzenlenen kurs, seminer ve workshop şeklindeki eğitim faaliyetleri ağırlıklı olarak yer almaktadır.

Seminerler / Paneller

İGEME, bu eğitim programlarının yanısıra ihracatımızın geliştirilmesinde yararlanılabilecek "ek imkanlar"ın tanıtıldığı ya da Türkiye ihracatı için önem arzeden belirli ürünler/pazarlar hakkında ayrıntılı bilgilerin aktarıldığı güncel konu ve gelişmelere ağırlık veren seminerler/paneller de düzenlemektedir.

Tanıtım / Fuarlar

Günümüz dünya ticaretinde ihracatın geliştirilmesi ve etkin bir pazarlamayı sürekli kılma çalışmalarının başarıya ulaşmasında ölkelerin ürünlerini, firmalarını ve hizmetlerini çağdaş yöntemler ile tanıtımları büyük bir önem taşımaktadır. İGEME de, bir dış ticareti geliştirme kuruluşu olarak, yerli ihracatçılarla yabancı ithalatçıların doğrudan temasını sağlamak, tanıtıma ve yeni iş olanakları yaratmaya yönelik faaliyetlerini geliştirmek ve etkinleştirmek amacıyla uluslararası fuarlara katılım ve diğer tanıtım faaliyetlerini sürdürmektedir.

Uluslararası Ticaret Fuarları

Ticaret fuarları çok eski zamanlardan beri kullanılmakta olan ve pazarlamada zaman içerisinde giderek daha fazla önem kazanan, en yaygın ticareti geliştirme araçlarından birisidir. Uluslararası ticaretin geliştirilmesinde, sürekli ve düzenli iş ilişkilerinin kurulmasında, ticari promosyonun yanısıra ölkeler tanıtımının yapılmasında da ticaret fuarlarının önemi oldukça fazladır. Uluslararası fuarcılık alanında gerek ölkemizde ve gerekse dünyada önemli gelişmeler olmaktadır. İGEME bu gelişmeleri yakından izlemekte ve yıllık programları çerçevesinde Türk firmalarının uluslararası ticaret fuarlarına milli düzeyde katılımını organize etmektedir.

Diğer taraftan çok çeşitli kaynaklardan Merkezimize ulaşan fuar bilgileri günlük Dış Ticaret Bülteni'nde duyurulmakta ve ilgili çevrelerin istifadesine sunulmaktadır. Bunun yanısıra firmalarımızdan Merkeze gelen, yurtdışında düzenlenecek fuarlara ilişkin bilgi talepleri ivedilikle cevaplanmaktadır. Aynı şekilde, fuarlara bireysel olarak katılan firmalarımıza talepleri üzerine katılım prosedürlerine ilişkin olarak her türlü teknik yardım sağlanmaktadır.

Yurtdışına Yönelik Diğer Tanıtım Faaliyetleri

Türkiye'nin ihracat potansiyeli ve ihraç ürünleri ile ihracatçılarımızın yurtdışında tanıtımının yapılması konusunda kuruluşundan bu yana önemli hizmetler veren ve büyük deneyim kazanan İGEME bugüne kadar uluslararası Ticaret Fuarlarına katılımın yanısıra çeşitli basılı, görsel ve işitsel tanıtım materyali hazırlamıştır. Bunlar arasında yurtdışına yönelik olarak hazırlanan genel veya sektörel bazda broşür, katalog, kitap ve rehberler ile film, multivizyon, interaktif tanıtım materyalleri sayılabilir. En son olarak ise, ölkemizde kendi alanında ilk ve tek örnek olan hem ticari bilgi hem de tanıtım işlevini yerine getiren, yeni ve görsel açıdan daha estetik ve etkin bir araç olan

CD-ROM ortamında "Türk İhracat Rehberi" hazırlanmıştır. Bu tanıtım materyallerinin gerek Türkiye'nin yurtdışı temsilcilikleri, gerekse İGEME benzeri kuruluşlar, yabancı ticaret ve sanayi odaları kanalı ile yaygın dağıtımı yapılmaktadır. Ayrıca hem İGEME'nin organize ettiği fuarlarda hem de diğer kuruluşlarca hazırlanan heyet, fuar vs. tanıtım faaliyetlerinde bu materyaller kullanılarak hedef kitlelere ulaşılmaya çalışılmaktadır.

Yayınlar

Kuruluş yılı olan 1960'dan bu yana, alanında ilk ve tek kamu kuruluşu olarak kendi faaliyet alanında pek çok ilk'e imza atan İGEME, bilgi çağının gereklerine uygun bir şekilde, dış ticaretle ilgili tüm kesimlere en iyi sunma anlayışı doğrultusunda; ihracatçılarımıza danışmanlık, eğitim, ticari enformasyon sağlama, yurtdışı tanıtım gibi geniş bir yelpazeye yaydığı faaliyetleri ile hizmet vermeye devam etmektedir.

Dış ticaretle ilgili tüm kesimlerin kullanımına sunulmuş olan basılı yayınlarımız, gerek yurtiçine gerekse yurtdışına yönelik olarak hazırlanmakta ve etkin bir şekilde dağıtımı yapılmaktadır.

AR-GE çalışmalarının sonuçlarının yer aldığı ülke/sektör/ürün "Araştırma Raporları", ihracatçılara yönelik pratik bilgilerin yer aldığı "Pratik Bilgiler Serisi", "İGEME'den Bakış Dergisi" ve mevzuata ilişkin yayınlara ilaveten yurtdışı tanıtıma yönelik genel ve sektörel bazda hazırlanan katalog ve tanıtım broşürleri çalışmaları da Merkezimizin yayıncılık faaliyetlerinin çok önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Uluslararası İlişkiler

Dış dünyaya ilişkin bilgi sağlamanın ve dışa açılmanın bir yolu olarak uluslararası kuruluşlar ile ilişkilerin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede, yurtdışındaki İGEME benzeri ulusal ve uluslararası kuruluşlar ile ortak çalışmaları geliştirerek ekonomik işbirliğine katkıda bulunmak da İGEME'nin başlıca görevleri arasında yer almakta ve bu yöndeki çalışmalar Merkez faaliyetlerinde ağırlığını korumaktadır.

İGEME Avrupa Ticareti Geliştirme Kuruluşları (ETPO) ve ETPO'nun alt çalışma gruplarından biri olan WETFEG (West European Trade Fair Experts Group) ile yakın işbirliği içinde olup uluslararası ticaretteki gelişmeleri takip etmek ve bilgi alışverişinde bulunmak amacıyla bu kuruluşun yıllık toplantılarına iştirak etmektedir.

Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) ile de iyi ilişkiler içinde olan İGEME, bu kuruluşun sağladığı çeşitli teknik desteklerden yararlanmakta ve Türk ihracatçısının gereksinim duyduğu ticari bilgilerin önemli bir bölümünü ITC'den temin etmektedir. Benzer şekilde Hollanda'nın İthalatı Geliştirme kuruluşu CBI ile de yoğun bir işbirliği geliştiren İGEME, ilk yurtdışı ofisini bu Kuruluşun teknik ve mali desteği ile Rotterdam'da açmıştır. Ülkemiz ve ihracatçılarımızın Hollanda pazarında tanıtımı ve bu pazara ilişkin bilgilerin sağlanmasında CBI'nın teknik desteğinden büyük ölçüde yararlanılmaktadır. İGEME aynı türden teknik desteklerden yararlanmak amacı ile Japonya'nın Dış Ticareti Geliştirme Kuruluşu JETRO ile de benzer işbirliği faaliyetlerini geliştirmekte ve ayrıca değişen koşullara paralel olarak belirlenen hedef pazarlarda bulunan dış ticareti geliştirme kuruluşları ile iyi ilişkiler tesis edilmesi ve karşılıklı işbirliğine girilmesi yönünde çalışmalarını sürdürmektedir.

İGEME son dönemde, bu kuruluşlarla yürütülen işbirliği ve projeler çerçevesinde, ihraç potansiyeli olan seçilmiş ürünlere ilişkin pazar araştırmalarının seçilen ülkelerde alan çalışması şeklinde yapılmasına da ağırlık vermiştir. Bu çalışmaların sonuçları, elde edilen bilgi ve bulgular, yayınlar ve düzenlenen seminer/paneller ile ilgili iş çevrelerinin kullanımına sunulmaktadır.

Devlet Yardımları

Merkezimiz, "İhracata Yönelik Devlet Yardımları" kapsamında iki tane devlet yardımını Dış Ticaret Müsteşarlığı adına yürütmektedir. Söz konusu destekler "İhracat Pazar Araştırması Desteği" ve "Eğitim Desteği"dir.

"İhracat Pazar Araştırması Desteği" yeni ihraç pazarları yaratmak ve geleneksel pazarlarımızda pazar payımızı artırmak amacıyla KOBİ, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Üretici Derneklerinin sistematik ve objektif yöntemlerle yaptıkları yerinde pazar araştırması faaliyetlerinin desteklenmesidir. Söz konusu destekle ilgili rehber ve yararlanılan firma listesine web sitemizden ulaşılmaktadır.

KOBİ ve Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin dış ticaret konulu eğitim faaliyetlerine ilişkin harcamaları "Eğitim Yardımı" kapsamında desteklenmekte olup; uygulama ile ilgili bilgiler web sitemizde yer almaktadır.

Diğer taraftan, Merkezimize başvuran kişi ve kurumlara ihracata yönelik devlet yardımlarının tümü hakkında genel bilgiler verilmekte, düzenlenen eğitim programları ve seminerlerde bu konuda sunuşlar yapılarak, devlet yardımlarının tanıtımı yapılmaktadır.

Ticari Bilgi

Ticari bilgiye erişim hızı ve iletişimin uluslararası rekabette avantaj sağlayıcı bir unsur haline geldiği günümüzde, dış ticareti geliştirme kuruluşu olarak İGEME'nin en temel işlevlerinden biri de, ticari alanda gereksinim duyulan hızlı, zamanında ve doğru bilgi akışının sağlanması ve dışa açılmasında gerekli olan pazar bilgilerinin en kısa sürede Türk ihracatçısına iletilmesidir.

Bilgisayar Destekli Ticari Bilgi Sistemi

İGEME, dünya ekonomisinde rekabet kurallarının hızla değiştiği ve bu değişimlerin yeniliği teşvik eden kurumsal yapı ve düzenlemeleri zorunlu kıldığı bilinciyle "bilgi çağı"na ayak uydurabilmek amacıyla başlattığı çalışmalarda önemli gelişmeler kaydederek kompüterize ticari bilgi sistemini kurmuş ve Dış Ticaret Veri Tabanını hizmete sunmuştur.

İGEME bünyesinde oluşturulan LAN'ın DTM ile bağlantısı kurularak, dış ticaret istatistiklerinin güncel olarak takibinde DTM veri tabanlarından yararlanılması sağlanmıştır.

Gelişen teknolojileri yakından takip etme çabasında olan Merkezimiz kullanıcılarına değişik ortamlarda hizmetler sunabilmek için Compact Disc ortamında tanıtım materyalleri hazırlanması, ticari bilgi temini ve sunumuna ilişkin altyapısını da tamamlamıştır. CD-ROM ortamındaki bilgi kaynaklarından yararlanıldığı gibi Türk İhracat Rehberi gibi tanıtım ve enformasyon amaçlı elektronik yayınlar hazırlamaktadır.

Aynı yaklaşım çerçevesinde İnternet web sitesini kurmuş olan İGEME, basılı ve manyetik ortamdaki bilgilerin çoğunluğunu İnternet üzerinde yayınlamaktadır. İnternetin globalleşme ve uluslararası pazarlamadaki giderek artan öneminin bilincinde olan İGEME elektronik ticaret konusunda ulusal ve uluslararası çalışmalar katılmaktadır.

UNCTAD öncülüğünde Ticaret Noktalarının oluşturduğu ve KOBİ'lerin uluslararası ticarete katılımını sağlamak için bilgi teknolojilerini daha fazla kullanmalarına yardımcı olmak amacıyla

kurulan global ağı İGEME bünyesinde oluşturulan Ankara Ticaret Noktası 1 Haziran 1999 tarihinde UNCTAD'dan işlevsel sertifikası alarak bu global ağda yer almış ve Ticaret Noktalarının Türkiye ayağını oluşturmuştur.

Ticaret Noktaları;

- Ticarete yardımcı olma ve kolaylaştırma
- Ticari bilgi
- Global ağ olan gtpnet-e.com'a erişim
- E-ticaret uygulama ve geliştirme merkezidir.

Bu programın amacı geliştirmekte olan ülkelerin ve özellikle KOBİ'lerin uluslararası ticarete katılım düzeylerini yükseltmek, ticaretle ilgili sorunlara çözüm bulmada modern bilgi teknolojilerini kullanma konusunda uluslararası bilinci artırma ve uluslararası ticareti engelleyici aşırı düzenleme ve bürokrasiden kaynaklanan ticari işlem maliyetlerini azaltmaktır.

Kütüphane

Bugüne kadar ticari bilgi depolanması ve dış ticaretle ilgili kişi ve kuruluşların hizmetine sunulmasında rehber, katalog, periyodikler gibi basılı yayın kaynaklarına ağırlık vermiş olan Merkezimiz bu alanda Türkiye'nin en zengin kütüphanelerinden birini oluşturmuştur. Kütüphane faaliyetleri de ticari bilgi sistemi içinde ele alınarak otomasyonu tamamlanmıştır. Türkiye dış ticaret verilerini gösteren bilgisayar terminali de bulunduran Merkez Kütüphanesi; 6200 adet kitap ve araştırma raporu, 320 adet süreli yayın ve ülke raporu, 240 adet katalog ve rehber, 232 adet istatistik ve rapor, 90 adet CD, 15 adet E-yayın, 46 adet sözlük ve 3 adet atlas, Marmara Bölge Md. kutuphanesi ise 1617 adet kitap ve rapor, 206 adet yerli ve yabancı dergi ve ülke raporu, 158 adet yurtiçi-yurtdışı katalog ve rehber, 78 adet yurtiçi fuar katalogları, 25 adet yerli ve yabancı istatistik, 79 adet compact disc, 43 adet sözlük, 2 adet atlas ile araştırmacı ve ihracatçılarımıza hizmet vermektedir.

İHRACATÇI BİRLİKLERİ

VERİLEN HİZMETLER

Bilgi Temini

Birliklerin iştirak alanına giren konular çerçevesinde üretim, ihracat, ithalat, fiyat durumu, dış piyasadaki rakiplerimiz ve mevzuat çerçevesinde oluşturulan bilgiler güncel olarak izlenmekte olup, talep edenlere verilmektedir. Hedef ülkelerle ilgili olarak ihracatçılarımızın gereksinim duyacağı her türlü bilgi derlenmekte kullanımına sunulmaktadır.

Ekonomi ve Ticaret Müşavirliklerinden Alınan Bilgiler

Yurt dışındaki Ekonomi ve Ticaret Müşavirliklerimiz tarafından periyodik olarak ulaştırılan bilgiler ve topluca alınan ithalatçı adresleri düzenli olarak ihracatçı birliklerinin üyelerine ve ilgili kuruluşlara ulaştırılmaktadır.

Ülkemize Yapılacak Ticari Geziler

İhracatçı Birlikleri yabancı heyetlerin Türk firmalarını ziyaret etmelerini sağlamak ve potansiyel alıcı ülke temsilcileri ülkemize davet edilmektedir.

Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar

Türk ürünlerinin hedef pazarlardaki ihracat potansiyellerinin değerlendirilebilmesi için sözkonusu ülkelerde incelemeler yapılmakta ve bunların sonuçları ihracatçı birlikleri tarafından üyelerine duyurulmaktadır.

Eğitim ve Bilgi Alışverişi

Birliklerin iştiğal konularına giren maddelerle ilgili olarak kongre sempozyum ve toplantı gibi etkinlikler düzenlenerek sektörün bir araya gelmesi sağlanmaktadır.

Karşılaşılan Sorunlarının Yetkililere Ulaştırılması

Birlikler, ihracat mevzuatının hazırlanması ve ülkemizin uluslararası düzeydeki ilişkilerinin düzenlenmesi hakkındaki çalışmalara katılmakta ve bu konudaki sektör görüş ve önerilerini Dış Ticaret Müsteşarlığı'na ve gerekiyorsa ilgili diğer kurum ve kuruluşlara arz etmektedir.

Fuar Organizasyonları

İhracatçı Birlikleri, ihracatçıların yurt dışı pazar paylarının artırılması, yeni pazarların bulunması ve ihracat olanakları yaratılması için hedef ülkelerde düzenlenen fuarlara doğrudan ulusal katılım organizasyonu gerçekleştirdiği gibi, firmaların ulusal katılım organizasyonu ya da bireysel olarak katılabilecekleri diğer önemli fuarları da üyelerine duyurmaktadır.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM), Bakanlar Kurulu'nun 5 Temmuz 1993 tarihinde aldığı 93/4616 sayılı kararla kurulmuştur.

Türkiye ihracatının özel sektör cephesinin en üst örgütü olan TİM;

- Özel sektör adına bütün ihracatçıları,
- Bugün faaliyette bulunan 58 İhracatçı Birliğini,
- İhracatçı Birliklerine hizmet veren 13 Genel Sekreterliği,
- İcra Komitesi, madde bazında dengeli bir ağırlığa sahip olduğundan bütün ihracat kalemlerini, temsil etmektedir.

Türkiye İhracatçıları Meclisi;

- İhracatçıların ortak sorunlarına çözüm aramayı,
- İhracatçıların sorunlarının tartışıldığı bir platform olmayı,

- Kamu ve özel sektör kuruluşları ile ihracatçılar ve karar vericiler arasında koordinasyonu sağlamayı,
- İhracatın geliştirilmesi ve sorunlarının çözülmesi yolunda politikalar oluşturmayı,
- İhracatçıları yurtiçinde ve yurtdışında üst düzeyde temsil etmeyi görev edinmiştir.

KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme Başkanlığı)

Amacı

KOSGEB; küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin teknolojik yeniliklere süratle uyumlarını sağlamak, rekabet güçlerini yükseltmek ve ekonomiye katkılarını ve etkinliklerini artırmak amacıyla 3624 sayılı Kanunla 20 Nisan 1990 tarihinde kurulmuştur.

Tanımı

KOSGEB, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile ilgili bir Kamu Kuruluşu olup, tüzel kişiliğe haiz ve bütün işlemlerinde özel hukuk hükümlerine tabidir.

Laboratuvar Hizmetleri

Bu Laboratuvarlarda bulunan donanım ile ağırlıklı olarak metal malzeme, plastik ve kauçuk ile döküm sektörüne dönük testler yapılmaktadır.

Verilen Destekler

- Ortak Kullanım Amaçlı Makine Teçhizat Desteği
- Yeni Girişimci Desteği
- Bilgisayar Yazılımı Desteği
- E-Ticarete Yönlendirme Desteği
- İş Geliştirme Merkezi Desteği
- Yerel Ekonomik Araştırma Desteği
- Genç Girişimci Geliştirme Programı
- Genel Girişimcilik Eğitim Programı
- Altyapı ve Üstyapı Uygulama Proje Desteği
- Nitelikli Eleman Desteği
- Kosgeb Danışmanlık Desteği
- Genel Test, Analiz ve Kalibrasyon Desteği
- CE İşaretlemesine ilişkin test ve analiz desteği
- Genel Eğitim Programları
- Sınai Mülkiyet Hakkı Desteği
- Özel Eğitim Desteği
- Yurtiçi Sanayi Fuarlarına Katılım Desteği
- Yurtiçi Uluslararası Sanayi İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği
- Milli Katılım Düzeyindeki Yurtdışı Fuarlara Katılım Desteği
- Milli Katılım Dışındaki Yurtdışı Fuarlara Katılım Desteği
- Tanıtım Desteği
- Markaya Yönlendirme Desteği
- KOSGEB Destekleri Hizmeti (Genel)
- Teknoloji Araştırma ve Geliştirme Desteği

TOBB (Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Borsalar Birliği)

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği temel görev hizmetlerinin yanı sıra özel sektör üyelerine yönelik aşağıda belirtilen faaliyetleri yürütmektedir.

TOBB;o TIR Karnesi ile geçiş belgesi taleplerini karşılamakta;

- ATA Karnesi düzenlenmekte;
- EAN barkod sistemini yürütmektedir.
- Menşe Şahadetnamesi ile Dolaşım Belgesinin basımını gerçekleştirmekte,
- Kapasite Raporu düzenlemekte,
- Ticaret Sicili Gazetesi'ni yayınlamakta,
- Türk ve yabancı firmalar arasında çıkan ihtilaflarda yardımcı olmakta,
- TOBB Tahkimi çalışmalarını yürütmektedir.

VERİLEN HİZMETLER

Bilgi Hizmetleri

İşletmelerin uluslararası rekabet ortamında daha bilinçli ve bilgili olarak yatırım, üretim, ticaret ve/veya işbirliği yapabilme olanaklarına kavuşabilmeleri, bunun yanında Türkiye'nin yurt dışında daha etkin tanıtımına katkıda bulunmak ve yabancı yatırımcıları da ülkemize çekmek amacıyla internet servisleri kurulmuştur.

İş İmkanları ve İşbirliği Bilgi Ağları

TOBB; KOBİ'lerin dünya ekonomisi ile entegrasyonunu, sağlamak amacıyla Avrupa Birliği Komisyonu XXIII. Genel Müdürlüğü'nün KOBİ'lerin ticari, teknik ve mali konularda sınırötesi işbirliği yapmalarına yardımcı olmak için kurduğu işbirliği ağlarından BC-NET(AB İşletmelerarası İşbirliği Ağı) ve BRE (AB İşletmelerarası İşbirliği Merkezi) adlı işbirliği ağlarına üyedir. Söz konusu müdürlük, bu işbirliği ağları ile sınırötesi işbirliği yapmak isteyen işletmelerin işbirliği tekliflerini bu işbirliği ağlarına iletmektedir.

Ayrıca, her ay çıkarılan "Ekonomik Forum" adlı derginin ekinde "İşbirliği Teklifleri ve Dış Ticaret Talepleri Bültenlerini" hazırlamaktadır. Ayrıca BC-NET'in öngördüğü tarzda bir yerel danışmanlar ağı oluşturulmuştur. ICC/IBCC-NET (Milletlerarası Ticaret Odası / Odalar Arası Bilgi Değişim Sistemi) ve ABCINFOS (Balkan Odaları Birliği Bilgi Değişim Ağı) altında çeşitli işbirliği olanakları oluşturulmuştur.

Veritabanları ve Bilgi Erişim

Talep üzerine; imalatçı firmalar, Türkiye'deki yabancı sermayeli şirketler, Türkiye'deki ihracatçı firmalar ile ilgili bilgiler verilmektedir.

Kütüphane ve Belge

Avrupa Birliği ile ilgili yayınlara ağırlık vererek, kamu ve özel sektörden gelen araştırmacıların ve işadamlarının bilgi ve kaynak ihtiyacını karşılamaktadır.

Uluslararası İlişkilerle İlgili Faaliyetleri

Türk özel sektörünün, uluslararası düzeyde ilişkilerini geliştirmek ve yeni ilişkilerini geliştirmek ve yeni ilişkiler tesis edilmesini sağlamak amacıyla;

- Yurtdışından heyet ziyaretlerini düzenlemekte ve yabancı iş adamlarının ilgili Türk işadamları ve kuruluşlarla temaslarını temin etmekte,
- Ayrıca yurtdışına heyet ziyaretleri düzenlemekte ve yabancı ülkelerde ilgi sektör temsilcileri ile temasları düzenlemekte,
- Yabancı ülkelerde muadil kuruluşlarla müşterek Odalar ve Ekonomik İşbirliği Komitelerini kurmakta ve yürütmekte,
- Türk Özel Sektörü'nü temsilen, uluslararası Ticaret Odası ICC, Avrupa Odalar Birliği ASCAME, ECO ve İslam Ticaret ve Sanayi Odaları, Balkan Odaları Birliği ABC, Karadeniz Odalar Birliği, OECD İş ve Sanayi Danışma Komitesi BİAC gibi kuruluşların çalışma ve faaliyetlerine aktif olarak iştirak etmektedir.

DEİK (Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu-İş Konseyleri)

Türk ekonomisinin dünya ekonomisine entegrasyonuna katkıda bulunabilmek için, sanayi işbirliği başta olmak üzere, dış ticaretin ve ekonomik ilişkiler ağının genişletilmesi, hizmet sektörlerinin yurtdışına açılması konularında yeni pazar olanaklarını değerlendirmektedir.

DEİK iki taraflı İş Konseyleri aracılığı ile faaliyet göstermektedir. İş Konseyleri'nin görevi, Konsey kurulan ülke ile ekonomik ve ticari ilişkileri geliştirmektir. Bu amaçla DEİK, söz konusu ülkede iş dünyasını temsil niteliğini haiz bir muhatap kuruluş ile işbirliği yapmaktadır.

DEİK tarafından periyodik olarak yayımlanan Türkçe ve İngilizce bültenlerle Türk ve yabancı iş çevrelerine bilgi sağlanmaktadır.

TÜRK EXİMBANK (Türkiye İhracat Kredi Bankası)

Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş./Türk Eximbank, 31 Mart 1987 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan 3332 sayılı Kanun'un verdiği yetkiye istinaden 21 Ağustos 1987 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan 87/11914 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile kurulmuştur.

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 güvence kazandırılması, yurt dışında yapılacak yatırımlar ile ihracat maksadına yönelik yatırım malları üretim ve satışının desteklenerek teşvik edilmesidir.

Türkiye'de ihracatın kurumsallaşmış tek asli teşvik unsuru olan Türk Eximbank, bu amaca yönelik olarak ihracatçıları, ihracata yönelik üretim yapan imalatçıları ve yurt dışında faaliyet gösteren müteahhit ve girişimcileri kısa, orta ve uzun vadeli nakdi ve gayrinakdi kredi, sigorta ve garanti programları ile desteklemektedir.

Türk Eximbank'ın, gelişmiş birçok ülkenin resmi destekli ihracat kredi kuruluşlarından farklı olarak kredi, garanti ve sigorta işlemlerini aynı çatı altında toplamış olması, ihracatçı firmalara verilen hizmetlerde bir bütünlük oluşturulmasına imkan tanımaktadır.

Türk Eximbank 2005 yılında 3,5 milyar ABD Doları tutarında nakdi kredi desteği ve 4,2 milyar ABD Doları tutarında sigorta/garanti imkanı sağlayarak ihracata toplam 7,7 milyar ABD Doları seviyesinde bir destek vermiştir. Böylece, Banka nakdi ve gayr_nakdi destekleri ile ihracatın yaklaşık % 11'ine finansman desteği sağlamıştır.

Türk Eximbank'ın İstanbul ve İzmir'de birer şubesi, Denizli, Kayseri, Gaziantep, Bursa, Adana ve Trabzon'da ise irtibat bürosu bulunmaktadır.

TOSYÖV (Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı)

VERİLEN HİZMETLER

Bilgilendirme ve Uluslararası İlişkiler

TOSYÖV kendi içinde oluşturduğu birim ve profesyonel danışmanlarla KOBİ'lere yönelik olarak bilgi akışını sağlamaktadır. TOSYÖV üyesi bulunduğu uluslararası kuruluşlarla KOBİ'lerin dünya pazarlarına girebilmesi için yardımcı olmaktadır.

Eğitim ve Yayın

"KOBİ Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri Koordinasyon Projesi" KOBİ'lere ulusal ve uluslararası eğitim seminerleri düzenleyerek bilgilendirmektedir. TOSYÖV yerli ve yabancı uzmanlarıyla KOBİ'lere hizmet vermektedir. Ayrıca hukuk ve mali müşavirlerimiz konularıyla ilgili olarak KOBİ'lerin problemlerini çözmelerine yardımcı olmaktadır. TOSYÖV, KOBİ'lere yönelik olarak "Girişim" adlı ihtisas dergisi hazırlamaktadır. Bu dergide yapmış olduğu çalışmaların sonuçlarını da okuyucularına iletmektedir. Ayrıca TOSYÖV'ün kütüphanesinde kendi yayınlarının yanı sıra, diğer ülkelerden gelen çeşitli yayınlar yer almaktadır.

TİKA (Başbakanlık -Türk İşbirliği ve Kalkınma Ajansı)

VERİLEN HİZMETLER

Yayımlar

Ülkelerin ekonomik yapılarının incelenmesi ve sektörel önceliklerin belirlenmesi amacıyla her ülkenin profilleri hazırlanmakta ve sektör araştırmaları yapılmaktadır.

Eğitim Kültür ve Sosyal İşbirliği

Türk dilinin konuşulduğu Cumhuriyetler ve Türkiye'ye komşu ülkeler olmak üzere gelişme yolundaki ülkelerle eğitim, kültür ve diğer sosyal konulardaki alanlarda işbirliği kurulması ve geliştirilmesi çalışmalarında faaliyetleri bulunmaktadır.

Ekonomik Ticari ve Teknik İşbirliği

Gelişme yolundaki ülkelerin serbest piyasa ekonomisine geçiş süreci içinde ihtiyaç duyacakları programların hazırlanması bankacılık, finansman faaliyetleri, sigorta, dış ticaret, istatistik, bütçe ve vergi sistemi konularında yardımcı olunması, ekonomik, ticari ve teknik alanlarda bu ülkelerin kalkınma hedef ve ihtiyaçlarına uygun işbirliği program ve projelerinin hazırlanması veya uygulamasının koordinasyonunun sağlanmasıdır.

İKV (İktisadi Kalkınma Vakfı)

VERİLEN HİZMETLER

Bilgi Temini

Gümrük Birliği'nin işleyişiyle ilgili olarak firmaların sorularını yanıtlamakta ve sorunlarına çözüm üretmektedir. Türk firmalarının AB ülkelerine yaptıkları ihracatta karşılaştıkları spesifik sorunların tespit etmekte ve bu sorunların "Türkiye-AB Gümrük Birliği Ortak Komitesi" toplantılarında görüşülmesini sağlamaktadır.

İşbirliği Programları

AB'nin KOBİ'lere yönelik işbirliği programı olan Europartenariat'ın Türkiye'deki organizyonu ile aynı sistem çerçevesinde Medpartenariat programının Türkiye organizasyonunu yürütmektedir.

Eğitim

AB, Tek Pazar ve Gümrük Birliği alanlarında firmalara düzenli bilgi akışını sağlayan birimlerin ilgili konularda eğitimini gerçekleştiren "Bilgi Ağı Projesi"nde, küçük ve orta ölçekli firmalara bilgi ulaştıracak dağıtım birimlerindeki personelin yurt içi ve yurt dışı eğitim programları aracılığı ile AB ve Gümrük Birliği alanındaki eğitimi gerçekleştirilmektedir.

KAYNAKLAR

İGEME Web Sayfası, Yararlı Linkler Bölümü, e-mail: igeme@igeme.gov.tr,
internet: <http://www.igeme.gov.tr>

49. İhracatçı İhraç Ürününün GTİP (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu) Numarasını Nasıl Belirler?

14 Haziran 1983 yılında Brüksel’de hazırlanan "Armonize Mal Tanımlanması ve Kodlama Sistemi Uluslararası Sözleşmesi"ne göre akit taraf ülkelerin ithalat ve ihracat istatistiklerini Armonize Sistemin sayısal kod düzenine uygun olarak yayınlanması gerekmektedir.

Armonize sistemin sayısal kod düzeninde, ürünler sektörlere göre 2’li bazda fasıllara ayrılmıştır. Her bir fasıl içinde de ürünlerin 12’li baza kadar detayları yer almaktadır.

İhracatçılar, beyanlarından önce, eşyanın tarifiedeki pozisyonunu öğrenmek için Gümrükler Genel Müdürlüğü’ne müracaat edebilirler. Ayrıca kişilerin yazılı talebi üzerine Gümrükler Genel Müdürlüğü tarafından bağlayıcı tarife bilgileri verilir. Bu konudaki müracaatlar yalnızca bir kalem eşya için yapılır. (Gümrük Giriş Tarife Cetveli’nde aynı tarife pozisyonu veya alt pozisyonunda toplanan ve aynı gümrük vergisi oranına tabi olan eşya bir kalem sayılır) Bağlayıcı tarife bilgisi verilmiş tarihinden itibaren altı yıl için geçerlidir.

Armonize sistem 5019 ayrı kategorideki eşyayı altı rakamlı bir kodlamayla sınıflandıran bir sistemdir. Bu altı rakamlı koda "Armonize Sistem Kodu" denir. Bu Sıralamada;

- | | |
|--------------------|---------------------------------|
| • İlk iki rakam | Fasıl Numarasını, |
| • İkinci iki rakam | Pozisyon Numarasını, |
| • Üçüncü iki rakam | Alt Pozisyon Numarasını, |
| • Dördüncü “ ” | Kombine Nomanklatör Numarasını, |
| • Beşinci “ ” | Milli Alt Açılım Numarasını, |
| • Altıncı “ ” | İstatistik Numarasını |

ifade etmektedir.

Söz Konusu Sıralamanın Taşıdığı Diğer Anlamlar

- İlk Dört Rakam Eşyanın Pozisyon Numarasını,
- İlk Altı Rakam Armonize Sistem Kodunu,
- İlk Sekiz Rakam Kombine Nomanklatör Kodunu,
- On iki Rakam ise Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonunu

oluşturmaktadır.

KAYNAKLAR

Gümrük Kontrolleri Derneği, Anafartalar Cad., No: 6 Kat:1 Ulus-Ankara Tel: 312 306 80 10,
Faks: 312 306 80 15 e-mail: hyagan@gumruk.gov.tr, csenol@gumruk.gov.tr,
internet: www.gumrukkontrolor.org.tr,

50. Serbest Bölgelerin Dış Ticarete İhracatçıya Sağladığı Yararlar Nelerdir ?

Ülkenin siyasi sınırları içinde olmakla beraber gümrük hattı dışında sayılan, ülkede geçerli ticari, mali ve iktisadi alanlara ilişkin hukuki ve idari düzenlemelerin uygulanmadığı veya kısmen uygulandığı, sınai ve ticari faaliyetler için daha geniş teşviklerin tanındığı ve fiziki olarak ülkenin diğer kısımlarından ayrılan yerler olarak tanımlanabilir.

Serbest Bölgelerde Sağlanan Teşvikler ve Avantajlar

- Üretim konulu faaliyet ruhsatı kapsamında faaliyet gösteren serbest bölge kullanıcılarının imal ettikleri ürünlerin satışından elde ettikleri kazançları, Avrupa Birliği üyeliğinin gerçekleşeceği yılın vergileme dönemi sonuna kadar gelir veya Kurumlar Vergisinden istisnadır.
- Hazır işyeri kiralamak suretiyle üretim konusunda faaliyet gösterecek kiracı-kullanıcı firmalar için 15 yıl, diğer konularda 10 yıl, kendi işyerini inşa etmek suretiyle üretim konusunda faaliyet gösterecek yatırımcı-kullanıcı firmalar için 30 yıl, diğer konularda ise 20 yıl süreli faaliyet ruhsatı verilmektedir.
- Serbest bölgedeki faaliyetlerle ilgili her türlü ödemeler dövizle yapılır.
- Serbest bölge faaliyetlerinden elde edilen kazanç ve gelirler kambiyo rejimine ve herhangi bir izne tabi olmaksızın, yurt dışına veya Türkiye'ye transfer edilebilir.
- Fiyat, kalite ve standartlarla ilgili olarak kamu kurum ve kuruluşlarına verilen yetkiler serbest bölgelerde uygulanmaz.
- Serbest bölgeler gümrük bölgesi dışında sayıldığından, serbest bölgeler ile Türkiye arasında yapılan ticarete dış ticaret rejimi hükümleri uygulanır. Serbest bölge kullanıcıları Türkiye'den KDV'siz mal ve hizmet satın alabilirler. Serbest bölge ile diğer ülkeler ve serbest bölgeler arasında dış ticaret rejimi hükümleri uygulanmaz.
- Mallar serbest bölgede süre sınırlaması olmaksızın kalabilir.
- Sağlanan teşvik ve avantajlardan yerli ve yabancı firmalar eşit yararlanır.
- Serbest bölgeler "Türkiye-AB Gümrük Bölgesi"nin parçası sayıldığından, serbest bölgelerden Türkiye veya AB menşeli ürünler ile Türkiye'de serbest dolaşım durumunda bulunan gümrük birliği kapsamındaki ürünler A.TR Belgesi düzenlenerek AB'ye gönderilebilir. Üçüncü ülke menşeli ürünler ise ortak gümrük tarifesi ile uyumlaştırılmış Türk Gümrük Tarife Cetveli'nde belirtilen oran üzerinden serbest bölge gümrük müdürlüğüne gümrük vergisi ödenerek serbest dolaşıma geçirildikten sonra A.TR Belgesi düzenlenerek AB'ye gönderilebilir.

KAYNAKLAR

Dış Ticaret Müsteşarlığı Web Sayfası, Genel Müdürlükler Bölümü, e-mail: dtm@dtm.gov.tr, internet: <http://www.dtm.gov.tr>

BÖLÜM IX

İHRACATTA DEVLET DESTEKLERİ

51. İhracatçıya Ne Çeşit Devlet Yardımları Sağlanmaktadır?

İhracata Yönelik Devlet Yardımları 10 adet destek programından oluşmakta olup, yardımların uygulanmasında nihai onay mercii Dış Ticaret Müsteşarlığı'dır. Söz konusu devlet yardımları;

1. Araştırma-Geliştirme Yardımları
2. Uluslararası Nitelikteki Yurtiçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi
3. Yurtdışında Milli veya Bireysel Düzeyde Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi
4. Pazar Araştırması Desteği
5. Eğitim Yardımı
6. Yurtdışında Ofis-Mağaza Açma, İşletme ve Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi
7. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi
8. Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması ve Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve Turquality İmajının Yerleştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Desteklenmesi
9. İstihdam Yardımı
10. Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımları

1. ARAŞTIRMA-GELİŞTİRME (AR-GE) YARDIMLARI

A. AR-GE Faaliyetlerinin Proje Bazında Desteklenmesi

Amaç: Katma Değer yaratan kuruluşların AR-Ge projelerini teşvik etmek ve bu yolla Türk sanayinin AR-GE yeteneğinin yükseltilmesine katkıda bulunmak için proje giderlerinin belirli bir oranının karşılanmasıdır.

Kimler Yararlanabilir: Sanayi sicil belgesi olan kuruluşlar, yazılım geliştirmeye yönelik üretken hizmet alanında faaliyet gösteren kuruluşlar ile sektör ve büyüklüğüne bakılmaksızın firma düzeyinde katma değer yaratan bütün kuruluşlar.

Destek Şartı: AR-GE faaliyetlerinin desteklenebilmesi için söz konusu harcamaların ölçülebilir ve faturalandırılmış olmasıdır.

Desteklenecek Harcamalar

1. Personel giderleri
2. Araştırma faaliyeti için kullanılan alet, teçhizat ve yazılım giderleri
3. Araştırma için kullanılan danışmanlık hizmeti ve eşdeğer hizmet alım giderleri
4. Ülke içindeki AR-GE kurum ve kuruluşlarına yaptırılan AR-GE hizmet giderleri
5. Patent Başvuru giderleri
6. Doğrudan AR-GE faaliyetleri ile ilgili malzeme alımı vb. giderleri

Sağlanan Destek: Temel destek oranı en fazla % 50, ilave desteklerle beraber en fazla % 60'a kadardır.

Destek Süresi: 3 yıldır.

Uygulamacı Kuruluş: TÜBİTAK - Teknoloji İzleme ve Değerlendirme Başkanlığı

B. Projelere Sermaye Desteği Sağlanması

Destek Şartı: TTGV ile proje sahibi kuruluş arasında sözleşme imzalanır. Sermaye desteği iki şekilde sağlanmaktadır.

Sağlanan Destek: % 50

I. Ürün Geliştirme Projelerine Sermaye Desteği

Amaç: Ticari değeri olan yeni ürün oluşturulması veya mevcut ürünlerin rekabet gücünün yükseltilmesine ya da bu amaçla üretim yöntemi, sistemi ve tekniklerinin araştırılması ve geliştirilmesine yönelik AR-GE projelerine destek sağlanmasıdır.

Destek Tutarı: 1 milyon ABD Dolarıdır.

Destek Süresi: Azami destek süresi 2 yıldır.

II. Stratejik Odak Konuları Projelerine Sermaye Desteği

Amaç: Ülkemizde mevcut sanayi yapısı, teknoloji ve insan gücü birikimi ve uluslararası karşılaştırmalı üstünlüklerin dinamiği esas alınarak, alınması gereken tedbirleri tespit eden projelerin desteklenmesidir.

Destek Süresi: Azami destek süresi 1 yıldır.

Destek Tutarı: 100.000 ABD Dolarıdır.

Uygulamacı Kuruluş: TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı)

2. ULUSLARARASI NİTELİKTEKİ YURTIÇİ İHTİSAS FUARLARININ DESTEKLENMESİ

Amaç: Uluslararası nitelikteki yurtiçi ihtisas fuarlarının dış tanıtımının yapılması, uluslararası düzeyde katılımın artırılmasıdır.

Kimler Yararlanabilir: Fuar organize eden firmalar

Desteklenecek Fuarlar: Tekstil-konfeksiyon-halı, Deri (ayakkabı dahil), Taşıt araçları ve yan sanayii, Gıda ve gıda teknolojisi, Elektrik/elektronik sanayii, Madeni eşya sanayii, Toprak sanayii, İnşaat malzemeleri, Mobilya sanayi.

Desteklenecek Harcamalar

		Destek Oranı	Azami Destek
a)	Fuar öncesi yapılan yurtdışı tanıtım faaliyetleri	% 50	25.000 \$
b)	Fuara davet edilen önemli yabancı alıcıların (2 kişi/ülke) ulaşım giderleri	% 50	15.000 \$
c)	Fuar süresince düzenlenecek seminer, konferans, panel ve ödüllü yarışmalara ilişkin giderler	% 50	5.000 \$

Uygulamacı Kuruluş: İhracatçı Birlikleri

3. YURTDIŞINDA MİLLİ VEYA BİREYSEL DÜZEYDE GERÇEKLEŞTİRİLEN FUAR KATILIMLARININ DESTEKLENMESİ

Amaç: KOBİ, SDŞ'ler ve diğer firmaların yurtdışında düzenlenecek fuar ve sergilere katılımının artırılması ve böylece üretim ve ihracat artışının sağlanmasıdır.

Kimler Yararlanabilir: Üretici firmalar, pazarlamacı firmalar, organizatör firmalar, SDŞ'ler.

Desteklenen Faaliyetler: Milli düzeyde gerçekleştirilen fuar katılımları, Organizatörün desteklenmesi, Bireysel düzeyde gerçekleştirilen fuar katılımları.

Başvuru Süresi: Fuar bitimini takiben 3 (üç) ay içinde yapılmalıdır.

Sağlanan Destekler

A) Milli Katılımların Desteklenmesi

Organizatöre ödenecek fuar katılım bedeline destek verilmektedir.

	2006
Firma ve Kurumlar	% 50
SDŞ'ler	% 75

Genel nitelikli fuarlarda azami destek miktarı 10,000 Doları, sektörel nitelikli fuarlarda 15,000 Doları geçemez.

Katılımcının üretici/imalatçı organizasyonu olması halinde en fazla 36 m2'lik stand için destek verilmektedir. Sektörü simgeleyen ürün numuneleri sergileyebilirler.

B) Organizatörlerin Desteklenmesi

Müşteriler tarafından görevlendirilen organizatörün, fuarı tanıtım amacıyla yurtdışında gerçekleştirdiği defile, fuar alanında düzenlenecek basın toplantısı ve kokteyl, reklam panoları, afiş, katalog, broşür/kitapçık, elektronik ortamda tanıtım/videowall, multivizyon gösterileri, yazılı ve görsel kitle iletişim araçlarında yayınlanacak reklamlar, 20 m2'lik info stand harcaması desteklenmektedir.

➤ Genel nitelikli fuarlarda	% 75	80.000 \$
➤ Sektörel nitelikli fuarlarda	% 75	120.000 \$

Sektörel nitelikli fuarlarda yukarıdaki destek miktarına ilave olarak; DTM'na sunulacak tanıtım projesine ön uygunluk alındıktan sonra harcamaların % 75'ni geçmemek üzere 80,000 Dolar kadar ek destek alınabilmektedir.

C) Bireysel Katılımların Desteklenmesi

Sektörel nitelikli fuarlara bireysel katılım gerçekleşmesi halinde azami destek miktarı 15,000 Dolar, firma ve kurumlar için boş stand kirasına ilişkin destek oranı % 50'dir.

	Boş stand kirası	Nakliye Har.
Firma ve Kurumlar	% 50	% 50
SDŞ'ler	% 100	% 75

İhracatçı Birliklerince belirlenen, TİM İCRA Komitesi'nin görüşü alındıktan sonra DTM'ce uygun görülen sektörel nitelikli uluslararası fuarlar listesinde yer alan fuarlar desteklenmektedir.

Sektörel nitelikli fuarlara katılan firmaların ekstra nakliye gideri oluşması durumunda, aşağıda belirtilen sektörlerde katılım bedeline ilave olarak % 50 oranında nakliye desteği verilmektedir.

Nakliye Desteği Verilen Sektörler	Destek Oranı	Azami Destek Miktarı
Komple tesis imalatı	% 50	10,000 \$
Makine ana sanayi	% 50	10,000 \$
Otomotiv ana sanayi	% 50	10,000 \$
Doğal taş	% 50	6,000 \$
Seramik	% 50	6,000 \$
Mobilya	% 50	6,000 \$

Uygulamacı Kuruluş: İhracatçı Birlikleri

4. PAZAR ARAŞTIRMASI VE PAZARLAMA DESTEĞİ

Bu teşvik ile Türkiye’de sınıî ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler ile yazılım sektöründe işgal eden şirketlerin potansiyel pazarlar hakkında sistematik ve objektif bilgi sağlanması, yeni ihraç pazarları yaratılması ve geleneksel pazarlarda pazar payımızın artırılmasına yönelik olarak gerçekleştirecekleri faaliyetlere ilişkin giderlerinin belirli bir bölümünün karşılanması amaçlanmıştır. Teşvik dört başlıkta uygulanmaktadır:

A- Pazar Araştırması Projelerinin Desteklenmesi

Amaç: Şirketler ile SDŞ’ler tarafından; ürünleri ve/veya sektörleriyle ilgili olarak gerçekleştirilen pazar araştırması projelerine ilişkin giderlerin bir kısmının karşılanması söz konusudur.

Kimler Yararlanabilir: Türkiye’de sınıî ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler, yazılım şirketleri ve SDŞ’ler.

Limit: Şirketler için: Proje Başına en çok 10.000 \$ (Harcamaların % 70’i, Müsteşarlığın belirlediği hedef ülkeler için ise % 80’i ödenir. – Her firma yılda en çok 5 proje gerçekleştirebilir.)
SDŞ için: Proje Başına 10.000 \$ (Harcamaların % 80’i, Müsteşarlığı belirlediği hedef ülkeler için ise % 90’ı ödenir. – Her SDŞ yılda en çok 10 proje gerçekleştirebilir.)

Başvuru Süresi: Firmalar proje kapsamında yapılan ilk harcamaya ait belge tarihi itibarıyla **en geç 6 içerisinde** ilgili kuruma başvuruyu yapmış olmalı.

Araştırmacı sayısı: En fazla 2’dir.

Destek Kapsamında:

a) Ulaşım: - Ülkeler arası ve şehirlerarası ekonomi sınıfı uçak, otobüs, tren, gemi bileti ücretleri,
- Günlük 50 \$’ı toplamda 500 \$’ı aşmayan araba kiralama ücreti

b) Konaklama: Araştırmacı başına günlük maksimum 200 \$ (oda + kahvaltı)

c) Satın Alınan Doküman ve Hizmetler :

- Günlük 75 \$’ı toplamda 750 \$’ı aşmayan tercümanlık hizmeti gideri
- Proje başına 750 \$’ı aşmayan basılı doküman ve yayın gideri

Ülke sayısı ve süresi: En fazla birbirine komşu **5 ülkede** yapılabilir
Bir pazarda yol hariç **en az 3, en fazla 10 gün** kalınabilir.

Uygulamacı Kuruluş: İGEME-İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi veya üyesi bulunulan İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

B- Pazar Araştırması Raporları ve İstatistik Satın Alınması ile Üyelik Giderlerinin Desteklenmesi:

Amaç: Yurt dışına yönelik pazarlama stratejileri ve eylem planlarının oluşturulabilmesi amacıyla Müsteşarlıkça uygun görülen pazar araştırması hizmeti veren kurum ve/veya kuruluşlardan satın alınacak **pazar araştırması raporları, istatistikler vb.**'ne ilişkin giderler ile bu kurum ve/veya kuruluşlara üyelik giderlerinin karşılanmasıdır.

Yararlananlar: Türkiye'de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler, yazılım şirketleri ve SDŞ'ler.

Destek Kapsamında Karşılanan Harcamalar:

Uygun görülen:

- a) Pazar araştırması hizmeti veren kurum ve/veya kuruluşlardan satın alınacak pazar araştırması raporları ve istatistikler vb.'ne ilişkin giderleri ile
- b) Bu kurum ve/veya kuruluşlara üyelik giderleri,

Destek Miktarı: Yıllık en fazla 30.000 \$'a kadar şirketler için % 50'si, SDŞ'ler için % 60'ı oranında ödeme yapılır .

Süre: Bir firma en fazla 3 yıl yararlanabilir.

Satın alınacak **raporların güncel olması** (en fazla 2 yıllık) gerekmektedir.

Tüm ödemeler **bankacılık kanalıyla** yapılmalıdır.

Uygulamacı Kuruluş: İGEME-İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi; destekten yararlanmak için önce İGEME'ye müracaat edilerek **ön onay** alınması gerekmektedir.

C- Sektörel Nitelikli Ticaret Heyeti Programlarının Desteklenmesi:

Amaç: Müsteşarlık tarafından koordine edilen ve **bir sektör bazında** gerçekleştirilen sektörel nitelikli ticaret heyeti programlarına iştirake katılım giderlerinin karşılanmasıdır.

Yararlananlar: Türkiye'de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler, yazılım şirketleri ve SDŞ'ler.

Sağlanan Destek ve Limitler: En fazla **iki kişi** olmak ve program başına 10.000 ABD Dolarını geçmemek kaydıyla (ulaşım giderleri dahil) **katılım giderlerinin** şirketler için %50 ve SDŞ'ler için %60 oranında karşılanması söz konusudur.

Şirketlerin yıllık en fazla 5 ve SDŞ'lerin 10 adet sektörel nitelikli ticaret heyeti programına katılımı desteklenir.

Hedef pazarlara yönelik ticaret heyeti programlarına katılım halinde destek oranı 10 puan artırılarak uygulanır.

Uygulamacı Kuruluş: İlgili İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Ç- Elektronik Ticaret (e-ticaret) Sitelerine Üyelik Giderlerinin Desteklenmesi

Amaç: Ürünlerin yurt dışına yönelik olarak elektronik ortamda pazarlanabilmesi amacıyla Müsteşarlıkça uygun görülen ve nihai tüketiciye yönelik olmayan **e-ticaret sitelerine üyelik** giderlerinin karşılanmasıdır.

Yararlananlar: Türkiye'de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler, yazılım şirketleri ve SDŞ'ler

Sağlanan Destek, Limitler ve Süreler: Müsteşarlıkça uygun görülen ve nihai tüketiciye yönelik olmayan e-ticaret sitelerine üyelik giderleri, şirketler için %50, SDŞ'ler için %60 oranında ve yıllık en fazla 20.000 ABD Dolarına kadar desteklenir.

Firmalar destekten en fazla **üç yıl** süresince yararlanır. Destek süresinin başlangıcı olarak; ilk destek ödemesine esas teşkil eden fatura, banka dekontu, çek vb. ödeme belgesinin tarihi esas alınır.

Uygulamacı Kuruluş: İGEME-İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi; destekten yararlanmak için önce İGEME'ye müracaat edilerek **ön onay** alınması gerekmektedir.

5. EĞİTİM YARDIMI

Amaç: KOBİ ve SDŞ'lerin uluslararası ticarete yönelmeleri için elemanlarının uluslararası pazarlama ve ihracat işlemleri ile ihracatta pazar bulma konusundaki niteliklerinin artırılması ve Dünya pazarlarına açılmalarını sağlamak için dış ticaret konulu yurtiçi ve yurtdışı eğitim faaliyetlerine ilişkin harcamalarının desteklenmesidir.

Kimler Yararlanabilir: KOBİ, SDŞ ve SDŞ'lerin ortağı bulunan şirketler

Eğitim Konuları

1. Dış Ticaret, Gümrük ve Kambiyo Mevzuatı,
2. İhracat için pazar ve müşteri bulma, pazar analizi, pazar araştırması, alıcıyla müzakere ve yazışma teknikleri ve fiyat verme,
3. İhracata ulusal ve uluslararası finansman sağlama teknikleri,
4. Rekabet hukuku ve koşulları ile Avrupa Birliği ve Dünya Ticaret Örgütü mevzuatı, uluslararası pazarlama teknikleri,
5. Moda - Marka tasarımı ve benzeri alanlar.

Sağlanan Destek

Yurtdışı Eğitimde Desteklenecek Tutar

Eğitim programı başına 7500 ABD Dolarını aşmamak ve süresi üç ayı geçmemek üzere yurtdışı eğitim harcamalarının;

- KOBİ'ler için % 50,
- SDŞ'ler için % 75,

Yurtiçi Eğitimde Desteklenecek Tutar

Eğitim programı başına KOBİ'ler için 5000, SDŞ'ler için 15 000 ABD Dolarını aşmamak ve süresi üç ayı geçmemek üzere yurtiçi eğitim harcamalarının;

- KOBİ'ler için % 50,
- SDŞ'ler için % 75,

Yurtiçi programlar için 3, yurtdışı programlar için 3 olmak üzere 6 eğitim programı desteklenmektedir.

Eğitim programı başlamadan firmaların 20, SDŞ'lerin ise 5 gün önce başvurması gerekmektedir.

Uygulamacı Kuruluş: İGEME - İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi

6. YURTDIŞINDA OFİS-MAĞAZA AÇMA, İŞLETME VE MARKA TANITIM FAALİYETLERİNİN DESTEKLENMESİ

Amaç: Türkiye’de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketlerin ve SDŞ’lerin yurtdışı pazar paylarını artırmaları ve ürün tanıtımı yapmak için yurtdışında şirket kurma, depo-mağaza açma ve işletmelerinden doğacak giderlerin karşılanmasıdır.

Kimler Yararlanabilir: Türkiye’de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan veya yazılım sektöründe iştigal eden şirketler, SDTŞ’leri ve SDŞ’ler.

Sağlanan Destekler:

- Mağazaların Desteklenmesi,
- Ofis ve Showroomların Desteklenmesi,
- Depoların Desteklenmesi,
- Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi,
- Yurtdışı Marka Tescil Faaliyetlerinin Desteklenmesi.

Mağazalar	Demirbaş ve dekorasyon giderleri	Kira giderleri
Sınai/ticari veya yazılım şti ile DTSS’ler*	% 50 azami 40.000 \$ % 50	% 50 azami 80.000 \$
Ticari Şirketler*	% 50 azami 30.000 \$	% 50 azami 60.000 \$
SDŞ’ler*	% 60 azami 60.000 \$	% 60 azami 120.000 \$
Ofis ve Showroom	Demirbaş ve dekorasyon giderleri	Kira giderleri
Sınai/ticari veya yazılım şti ile DTSS’ler *	% 50 azami 25.000 \$	% 50 azami 50.000 \$
Ticari Şirketler *	% 50 azami 20.000 \$	% 50 azami 40.000 \$
SDŞ’ler *	% 60 azami 30.000 \$	% 60 azami 60.000 \$
Depolar	Demirbaş ve dekorasyon giderleri	Kira giderleri
Sınai/ticari veya yazılım şti ile DTSS’ler *	% 50 azami 25.000 \$	% 50 azami 50.000 \$
Ticari Şirketler *	% 50 azami 20.000 \$	% 50 azami 40.000 \$
SDŞ’ler *	% 60 azami 30.000 \$	% 60 azami 60.000 \$

*ve/veya bu şirketlerin yurt dışında faaliyet gösteren şirket/şubeleri

Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Yurtdışı Birimi Bulunan;

- a) DTSS ve SDŞ'lerin ürünleriyle ilgili olarak yurtdışında gerçekleştireceği reklam, tanıtım ve pazarlama giderleri, %50 ve yıllık en fazla 300.000\$
- b) Yurtdışı tescil belgesine sahip şirketlerin Türk ürünleriyle ilgili olarak yurtdışında gerçekleştireceği reklam, tanıtım ve pazarlama giderleri, %50 ve yıllık en fazla 150.000 \$
- c) Yurtdışı tescil belgesi bulunmayan şirketlerin Türk ürünleriyle ilgili olarak gerçekleştireceği reklam, tanıtım ve pazarlama giderleri %50 ve yıllık azami 75.000\$

Yurtdışı Birimi Bulunmayan;

Yurtiçi ve tanıtım yapacağı ülkede marka tescil belgesine sahip DTSS, SDŞ ve şirketlerin ürünleriyle ilgili olarak yurtdışında gerçekleştireceği reklam, tanıtım ve pazarlama giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 \$ desteklenir.

Yurtdışı Marka Tescil Faaliyetlerinin Desteklenmesi

DTSS, SDŞ ve şirketlerin yurtiçi marka tescil belgesine sahip oldukları markalarının yurtdışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri %50 oranında yıllık en fazla 20.000 \$ desteklenir.

Destek Süresi ve Limitler:

- Kira ve/veya hizmet giderleri desteğinden en fazla 3 yıl süresince
- Demirbaş ve dekorasyon harcamaları bir kereye mahsus
- İlk destek ödemesine esas teşkil eden reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetine ilişkin giderler fatura tarihinden itibaren en fazla 3 yıl süresince
- İlk destek ödemesine esas teşkil eden marka tescili ve korunmasına ilişkin giderler fatura tarihinden itibaren en fazla 3 yıl süresince
- Şirketler en fazla 7, DTSS ve SDŞ'ler en fazla 15 adet yurtdışı birimi için yararlandırılır.

Uygulamacı Kuruluşlar: İhracatçı Birlikleri ve Dış Ticaret Müsteşarlığı

7. ÇEVRE MALİYETLERİNİN DESTEKLENMESİ

Amaç: Çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum sağlanabilmesini teminen alınacak kalite, çevre belgeleri ile insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretlere ilişkin harcamaların desteklenmesi.

Kimler Yararlanabilir: Ticari ve sınai faaliyette bulunan veya yazılım sektöründe iştigal eden şirketler.

Destek Kapsamı: ISO 9000 serisi, ISO 14000 serisi, CE işareti gibi Uluslararası nitelikteki, diğer kalite, çevre ve iş güvenliği belgelerini kapsamaktadır.

Destek Şartı: Harcamaların belgelendirilmiş olması ve Türk Standartları Enstitüsü veya Akredite edilmiş kuruluşlardan alınmasıdır.

Başvuru Süresi: Belgeyi aldıktan sonra 6 aydır.

Sağlanan Destek: Söz konusu belgelerin alınması için yapılmış harcamaların en fazla % 50'si ve 50.000 dolara kadar.

Uygulamacı Kuruluş: İhracatçı Birlikleri

8. İSTİHDAM YARDIMI

Amaç: SDŞ statüsünü haiz şirketlerin münhasıran dış ticarete ilişkin işlemlerini yürütmek üzere, konusunda tecrübeli ve yüksek öğrenimli yönetici ve eleman istihdamının sağlanmasıdır.

Kimler Yararlanabilir: SDŞ statüsünü haiz şirketler

Desteklenen Harcamalar: Bir SDŞ'ye istihdam edeceği en fazla bir yönetici ile iki elemanın ücretleri için ve bir defa destek sağlanmasıdır.

Sağlanan Destek: SDŞ'lerin ilk defa istihdam edecekleri, konusunda tecrübeli ve yüksek öğrenimli;

- Yöneticinin toplam azami 18.000 ABD Doları karşılığı Türk Lirasını aşmamak üzere yıllık brüt maaşlarının % 75'i
- Elemanların toplam azami 9.000 ABD Doları karşılığı Türk Lirasını aşmamak üzere yıllık brüt maaşlarının % 75'i

Uygulamacı Kuruluş: Dış Ticaret Müsteşarlığı (İhracat Genel Müdürlüğü)

9. Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması ve Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve Turquality İmajının Yerleştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Desteklenmesi

Amaç: Yurtdışı pazarlarda Türk ürünlerinin markalaşması amacıyla gerçekleştirilecek faaliyetlere ilişkin giderler ile İhracatçı Birliklerinin TURQUALITY® Programı kapsamında firmalara yurt içinde ve yurt dışında markalaşma sürecinde vereceği desteklerin karşılanması.

Kimler Yararlanabilir: İhracatçı Birlikleri, Üretici Dernekleri, Üretici Birlikleri, Türkiye de ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan şirketler, Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ve SDŞ'ler.

Destek Başvurusu: Firmalar/kurumlar markalaşma faaliyetlerini içeren bir proje ile doğrudan Dış Ticaret Müsteşarlığına müracaat edeceklerdir.

TURQUALITY® destek programı kapsamına alınacak firmaların belirlenmesinde Turquality Komitesi yetkilidir.

Sağlanan Destekler: İhracatçı Birliklerinin, Üretici Dernekleri ve Üretici Birliklerinin, Şirketlerin (marka ve TURQUALITY destek programları kapsamında) ürünlerin yurtdışı ve yurtiçi pazarlarda markalaşması amacıyla gerçekleştirilecek (görsel ve yazılı tanıtım, show, defile, ülke imaj kampanyası, pazar araştırması, sponsorluk, marka-promosyon ajansı, showroomdaki ürün tanıtımı, zincir marketlerin raflarına girebilmek için bir defaya mahsus ödenen listeleme bedeli, periyodik mağaza dergilerinde yer alma, stratejik danışmanlık giderleri, yurtdışı birimlere yönelik kira, demirbaş, hizmet harcamaları ile anılan birimlerin kiralanmasına yönelik hukuki danışmanlık giderleri vb) faaliyetlerine ilişkin harcamalarına destek sağlanmaktadır.

Tebliğ kapsamında dört tür destek öngörülmüştür.

- İhracatçı birlikleri, üretici dernekleri/birliklerinin,
- Marka destek programı kapsamına alınan **şirketlerin**,
- TURQUALITY® destek programı kapsamına alınan **şirketlerin**,
- TURQUALITY® Programının Desteklenmesi.

İhracatçı birlikleri, üretici dernekleri/birliklerinin desteklenmesi:

- Birliklerin, iştirak sahasına giren ürünlerinin yurtdışı pazarlarda markalaşması amacıyla gerçekleştirecekleri faaliyetlerine ilişkin harcamaları, **%80** oranında ve yıllık en fazla **250.000 ABD Doları**,
- Üretici Dernekleri ve Üretici Birliklerinin, ürünlerinin yurtdışı pazarlarda markalaşması amacıyla gerçekleştirecekleri tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamaları, **%50** oranında ve yıllık en fazla **100.000 ABD Doları**, desteklenir.
- "TURQUALITY® Programının Desteklenmesi"; Birliklerin TURQUALITY® Programının yürütülmesi konusunda ki denetim, danışmanlık giderleri, eğitim, seminer, rehberlik, faaliyetleri (PR), pazar istihbaratı, TURQUALITY® Programın kurumsallaştırılması ve TURQUALITY® Sekreteryasına yönelik giderleri gibi hususlar yıllık en fazla **35 milyon ABD Doları** ve **%100** oranında desteklenir.

Şirketlerin:

- Marka destek programı kapsamında;
Markalarının tescili ve korunması, **%50** oranında ve yıllık en fazla **50.000 \$**,
Tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetlerine **%50** oranında ve yıllık en fazla **300.000 \$**,
Yurtdışı birimlere ilişkin kira, demirbaş, hizmet harcamaları ile anılan birimlerin kiralanmasına yönelik hukuki danışmanlık giderleri, **%50** oranında ve yıllık en fazla **300.000\$**; açılacak mağazaların konsept mimari çalışmaları ve dekorasyon giderleri **%50** oranında ve yıllık en fazla **200.000\$**,
Reyon/gondol/satış alanlarına (floor display) ilişkin kira, komisyon, hizmet harcamaları, **%50** oranında ve yıllık en fazla **200.000 \$**,
Açtıkları ve/veya açacakları showroamlar ve/veya farklı markaların satıldığı showroamlarda yeralan ürünlerine ilişkin ödeyecekleri dekorasyon, kira ve/veya komisyon harcamaları, **%50** oranında ve yıllık en fazla **200.000 \$**,
Belgelendirme kuruluşlarından alacağı çevre ve kalite belgeleri ile insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretlere ilişkin harcamaları, **%50** oranında ve yıllık en fazla **50.000 \$**,
Franchising sistemi ile yurt dışında açılacak ve faaliyete geçirilecek yıllık en fazla **10** mağazaya ilişkin dekorasyon harcamaları, mağaza başına **%50** oranında ve en fazla **50.000 \$**,
Modelizm (kalıp ebat setleri), moda ve trendler ile ürün ve ambalaj tasarımı konularında satın alacakları danışmanlık giderleri, **%50** oranında ve yıllık en fazla **100.000 \$**.

• TURQUALITY® destek programı kapsamında;

Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile TURQUALITY® Sertifikasını haiz markalarının yurtdışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri, Çevre ve kalite belgeleri ile insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretlere ilişkin sertifikasyon giderleri,

TURQUALITY® Sertifikasını haiz markalı ürünleriyle ilgili olarak istihdam edilen moda/endüstriyel ürün tasarımcısı giderleri,

Reklam, tanıtım, basın-halkla ilişkiler, sponsorluk, web sitesi tasarımı, pazar araştırması, zincir marketlerin raflarına girebilmek için bir defaya mahsus ödenen listeleme bedeli, periyodik mağaza dergilerinde yer alma, doğrudan pazarlama (direct mailing) gibi alternatif pazarlama faaliyetleri ile çağrı merkezi (call center) hizmeti satın alınmasına yönelik giderleri,

Yurtdışı mağazalara ilişkin uygun mahal araştırmasına yönelik danışmanlık, konsept mimari çalışmaları, dekorasyon, demirbaş, kira harcamaları ile mağazanın kiralanmasıyla ilgili hukuki danışmanlık ve belediye giderleri,

Ofis, depo, showroom, satış sonrası servis vb. yurtdışı birimlerine ilişkin kira, dekorasyon, demirbaş, komisyon giderleri ile farklı markaların satıldığı showroom/büyük mağaza (department store), hipermarketlerde kiraladıkları reyon/showroom/gondol/satış alanlarına (floor display) ilişkin kira, dekorasyon, hizmet ve/veya komisyon harcamaları, franchising sistemi ile yurt dışında açılacak ve faaliyete geçirilecek mağazalara ilişkin dekorasyon giderleri,

Kurumsal kimlik oluşturulması, stratejik şirket yapılandırılması, kalite kontrol sistemi oluşturulması, numune tesis yapılandırılması, moda ve trendler, ürün ve ambalaj tasarımı, modelizm (kalıp ebat setleri) satın alma ve tedarik, stratejik pazarlama, perakende operasyonlar, şirket kuruluşu, mağaza açılması ve işletilmesi, uluslararası ihracat ve hukuk, maliyet muhasebesi, risk yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), bilgi-işlem gibi uluslararası pazarlarda rekabet avantajını artırıcı diğer her türlü iş yönetimi kapsamında satın alacakları danışmanlık giderleri, % 50 oranında desteklenir.

***Turquality Nedir?** Katma değer sahibi ürünleri iç ve dış rekabetten ayırıştırarak, dünya markası olma yolunda maddi ve yönetsel katkı sağlayan bir destek programı olma özelliği taşımaktadır. Turquality ile ürünün tasarımından mağaza rafındaki satışına kadar tüm süreçlerde özenli ve sistematik kalite yöntemini belgeleyen garantör bir üst kimliğin oluşturulması amaçlanmaktadır.*

***TURQUALITY® Programı :** TURQUALITY®nin ülkemizin rekabet avantajını elinde bulundurduğu markalaşma potansiyeli olan ürün gruplarının üretiminden pazarlamasına, satışından satış sonrası verilen hizmetlere kadar bütün süreçleri kapsayan bir destek sistemi haline getirilmesi ve böylece Program kapsamındaki şirket markalarının konumlandırılması, konumlarının güçlendirilmesi ve bu markaların uluslararası pazarlara çıkışlarının hızlandırılması ile uluslararası pazarlarda Türk malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesini amaçlayan programı ifade eder.*

Destek Süresi: En çok 5 yıldır.

Başvuru Süresi: Teşviğin türüne göre 6 ve 18 aylık sürelerdir.

Uygulamacı Kuruluş: DTM, İhracatçı Birlikleri

10. TARIMSAL ÜRÜNLERDE İHRACAT İADESİ YARDIMLARI

Amaç: Bazı tarım ürünlerinin ihracatının desteklenmesidir.

Kimler Yararlanabilir: Tarım ürünleri ihracatçıları

Desteklenen Tarım Ürünleri (*)

1. Buket yapmaya elverişli veya süs amacına uygun cinsten çiçekler ve tomurcuklar
2. Sebzeler
3. Kurutulmuş sebzeler
4. Meyvalar ve sert çekirdekli meyvalar
5. Dondurulmuş meyva ve sebze ile meyva ve sebze işleme sanayiine dayalı gıda maddeleri
6. Bal
7. Reçel, jöle, marmelat, meyve veya sert kabuklu meyve püreleri veya pastları
8. Meyve suları
9. Zeytinyağı
10. Hazırlanmış, konserve edilmiş balıklar
11. Kümes hayvanlarının etleri
12. Yumurta
13. Kümes hayvanları etinden, sakatatından yapılmış sosisler ve benzeri ürünler ile kümes hayvanları etinden hazırlanmış veya konserve edilmiş ürünler
14. Çikolata ve kakao içeren gıda müstahzarları
15. Bisküviler, gofretler
16. Makarnalar

Sağlanan Destek: İhraç edilen ürünlerin ihracat miktar ve değerleri gözönüne alınarak hesaplanan tutarların, ihracatçıların kamu kuruluşlarına yapmış oldukları vergi, SSK primi, haberleşme ve enerji giderleri ödemelerden mahsup edilmesidir.

Uygulamacı Kuruluş: İhracatçı Birlikleri

(*) Yalnızca GTİP numaraları ile tanımlanan ürün çeşitleri için geçerlidir.

KAYNAKLAR

Dış Ticaret ve Yatırım Mevzuatı, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara, Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, İGEME KOBİ Danışma Hattı, Tel: (312) 4180917 Faks: 312 425 71 76, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>

İhracata Yönelik Finansman Araçları: Türkiye’de Mevcut Uygulamalar, 2001, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara, Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>

Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model : Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, 1997, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara, Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>

52. Dahilde İşleme Rejimi Nedir? Nasıl Uygulanır? İhracatçıya, İhracat Yapacağı Ürünün Girdisini Yurtdışından Temininde Sağlanan Avantajlar Nelerdir?

İhracatçılarımıza, ihraç mamullerinde kullanılmak kaydıyla dünya piyasa fiyatlarından hammadde temini amaçlanmaktadır. Serbest dolaşımda olmayan eşyanın üretimde kullanılmak amacıyla getirilmesi, işlem görmüş eşya olarak yeniden ihraç edilmesini düzenler.

- Dahilde işleme amacıyla getirilen eşyanın vergileri teminat altına alınmakla ve ticaret politikası önlemlerine tabi tutulmamaktadır.
- İşlem görmüş eşyanın Türkiye Gümrük Bölgesinden çıkarılmasından sonra teminat olarak alınan vergiler iade edilmektedir.
- Dahilde İşleme Rejimi kapsamında gümrük muafiyetli ithalatın yanı sıra vergi, resim ve harç istisnası da uygulanmaktadır.
- Dahilde İşleme Rejiminden yararlanmak isteyen elektronik imza sertifikası sahibi kullanıcılar, Türkiye Gümrük Bölgesinde (serbest bölgeler hariç) yerleşik imalatçı-ihracatçı veya ihracatçılar adına, Dahilde İşleme Rejimine ilişkin işlemleri bilgisayar veri işleme tekniği yoluyla gerçekleştirebilmek için web sayfası vasıtasıyla elektronik ortamda Dış Ticaret Müsteşarlığı'na müracaat etmeleri gerekmektedir.
- Dahilde işleme izinlerinin süresi en fazla 12 aydır.
- Dahilde işlenen ürünler, izin hak sahipleri tarafından ihraç edilebileceği gibi izin almadan başka bir ihracatçı eliyle de yapılabilmektedir.
- Dahilde işleme kapsamındaki eşya temsilci aracılığı ile ithal edilebilmektedir.
- İhracatın Avrupa Topluluğuna, serbest ticaret anlaşması imzalamış veya Pan-Avrupa Menşe Kümülyasyonuna taraf ülkelere yapılması halinde telafi edici vergi tahsil edilmektedir. İşlenmiş ürünün üretiminde dahilde işleme rejimine göre ithal edilmiş üçüncü ülke menşeli ithal ürünlerinin kullanılmış olması halinde telafi edici vergi tahsil edilmeden bu ülkelere ihracat yapılamamaktadır.
- Dahilde işleme kaydıyla ithal edilen ve süresi içerisinde ihracı gerçekleşmeyen eşyanın vergileri alınmakta ve vergilerinin iki katı para cezası tahsil edilmektedir.

KAYNAKLAR

Dış Ticaret ve Yatırım Mevzuatı, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, İGEME KOBİ Danışma Hattı, Tel: (312) 4180917
Faks: 312 425 71 76, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, Internet: <http://www.igeme.gov.tr>

53. Yurtiçinde İhracat Sayılabilecek Satışlar Var Mıdır?

İhracat Sayılan Satış ve Teslimler çerçevesinde firmalar; vergi, resim ve harç istisnasından yararlandırılır ve ithalatta gümrük muafiyetinden yararlandırılmaktadır. Bu kapsamdaki faaliyetler için firmaların Tebliğ hükümleri çerçevesinde DTM İhracat Genel Müdürlüğü’den Dahilde İşleme İzin Belgesi (DİİB) almaları gerekmektedir.

İhracat sayılan satış ve teslimlerin bazıları; Bazı makina ve teçhizatlar, savunma sanayi projelerini üstlenmiş firmaların satışları, ambalaj malzemesi satış teslimleri, kamu kurum ve kuruluşlarınca uluslararası ihaleye açılan yatırım malı ve sınai mamullerin teslimi, yatırım teşvik belgesi kapsamındaki malların teslimleri oluşturmaktadır.

İhracat sayılan satış ve teslimler çerçevesinde firmalar; belge kapsamında yapılan işlemler ve kullanılan kredilerle ilgili vergi, resim ve harç istisnasından ve belge kapsamında yapılan ithalatta ise; gümrük muafiyetinden yararlandırılır.

Sözkonusu Tebliğ’de belirtilen ihracat sayılan satış ve teslimler çerçevesinde gümrük muafiyetli ithalattan yararlanmak isteyen firmaların Dış Ticaret Müsteşarlığı’na müracaat ederek belge almaları zorunludur. Bu şekilde düzenlenen belgelerle iç piyasada satış ihracat sayılan makina, teçhizat ve ara malının üretimi için gerekli hammadde, yardımcı madde ve ambalaj malzemelerinin gümrük vergilerinden muaf olarak (KDV) ithali mümkündür.

KAYNAKLAR

İhracat Mevzuatı, 2006, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr,
Internet: <http://www.igeme.gov.tr>

T.C. Başbakanlık, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara-Eskişehir Karayolu, İnönü Bulvarı, Emek
Mevkii Ankara Tel: (312) 2128800 (24 hat) Fax: (312) 2121622 e-mail: [www@foreigntrade.gov.tr](http://www.foreigntrade.gov.tr)
Internet: <http://www.foreigntrade.gov.tr>,

54. Katma Değer Vergisinde İhracat İstisnası Uygulaması Nasıl Yapılmaktadır?

3065 Sayılı Katma Değer Vergisi (KDV) Kanunu'nun 11 inci maddesinde ihracat teslimleri ve bu teslimlere ilişkin hizmetler ile yurtdışındaki müşteriler için yapılan hizmetler KDV'den istisna edilmiştir.

Bununla birlikte ihraç edilen mal ve hizmetin meydana getirilmesi ile ilgili her türlü mal ve hizmet alımları nedeniyle yüklenilen vergilerin indirilememesi halinde indirilemeyen verginin mükelleflere iade edileceği hususu da aynı Kanun'un 32 nci maddesinde belirlenmiştir.

Katma Değer Vergisi Kanunu'nda yer alan ihracat istisnasını mal ve hizmet ihracı olarak iki bölümde incelemek gerekmektedir.

1.Mal İhracı

- a) Doğrudan İhracat; İhracatçılar bütün mal ve hizmet alımlarında KDV ödeyecekler, ihraç malları için KDV hesaplamayacaklardır. Ödenen KDV'den indirimle giderilmeyen kısmı ise iade olarak talep edeceklerdir.
- b) Tecil-Terkin Uygulaması; İhracatçıların ihraç ettiği malları KDV ödemedi almalarını ifade etmektedir. İhracat istisnası ihracatçıda değil ihracatçıya mal teslim eden mükellefler üzerinde uygulamaktadır.

2.Hizmet İhracı;

Hizmet ihracatından KDV istisnası uygulanabilmesi için aşağıdaki 4 şartın birlikte gerçekleşmiş olması zorunludur.

1. Hizmet Türkiye'de yurtdışındaki bir müşteri için yapılmış olmalıdır.
2. Fatura veya benzeri nitelikteki belge yurtdışındaki müşteri adına düzenlenmelidir.
3. Hizmet Bedeli, döviz olarak Türkiye'ye getirilmelidir.
4. Hizmetten yurtdışında yararlanılmalıdır.

KAYNAKLAR

Maliye Bakanlığı – Gelirler Genel Müdürlüğü, Ulus, Ankara
Tel: 312- 415 29 00 Faks: 312- 415 28 21,
e-mail: gelirler@gelirler.gov.tr/, Internet: <http://www.gelirler.gov.tr>

BÖLÜM X

FİNANSMAN VE ÖDEME

55. Mal Mukabili Ödeme Nedir? Özellikleri Nelerdir?

İhraç edilen malın bedelinin, bu malın ithalatçı tarafından teslim alınmasından sonra ödenmesi şeklinde yapılan bir ödeme türüdür.

İthalatçının gelen malı devralmasıyla bu malın mülkiyeti değil, ancak zilyedliği kendisine geçer. Malların mülkiyetinin devri ise ancak bu malların devir ve teslimine ilişkin belgelerin ithalatçıya teslim edilmesi ile mümkündür.

Mal Mukabili Ödemenin Özellikleri:

- Taraflar birbirlerini iyi tanır ve karşılıklı güvenleri vardır.
- İhracatçı için en riskli ödeme şeklidir. Çünkü mal bedelinin ödenmesi ile ilgili hiçbir güvence yoktur. Bir başka ifade ile ihracatçı gönderdiği malın parasını alamama ya da kesintiyle alma gibi risklerle karşı karşıya kalabilir.
- İthalatçı için ideal bir ödeme yöntemidir.
- Alıcı ve satıcının uzun zamanlardan beri birbirleriyle iş yaptıkları ve birbirlerine tam güven duydukları durumlarda uygulanabilen bir yöntemdir.
- Belirli bir ödeme tarihi taşımaması yönünden esnek bir uygulamadır.

KAYNAKLAR

İhracatta Ödeme Şekilleri, 2006, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr,
İnternet: <http://www.igeme.gov.tr>

56. Vesaik Mukabili Ödeme Nedir? Özellikleri Nelerdir?

Bir malın ihraç ülkesinden yola çıkarılmış olduğunu gösteren belgesinin ihracat bedelini ödeyerek bankadan alınması yoluyla yapılan ödeme şeklidir. Bir başka ifade ile bankanın, ihraç bedelini tahsil ettikten ya da gelecekte bir tarihte tahsil edilmek üzere vadeli bir poliçe düzenlendikten sonra malların çekilmesini sağlayacak belgeleri (vesaikleri) ithalatçıya teslim ettiği ödeme türüdür.

Uluslararası ticarete yaygın olarak kullanılan bir ödeme aracıdır.

Vesaik Mukabili Ödeme İşleminin Özellikleri

- İhracatçı için risk taşıyan bir ödeme şeklidir.
- Vesaik mukabili ödemede ithal konusu malın ülkeye gelmiş olması şart değildir.
- Bu tür ödemede ihracatçı sevk ettiği mallar karşılığı bu malların sevk edildiğini gösteren belgeler (vesaik) karşılığında bir kredi kullanmaktadır.
- Gerek ithalatçının ülkesindeki bankanın ve gerekse ihracatçının ülkesindeki bankanın hiçbir ödeme taahhüdü bulunmamaktadır.
- Vesaik Mukabili Ödeme yönteminde bankaların aval veya garanti vermemişlerse satış işleminin aksamadan gelişmesini garanti edecek herhangi bir yükümlülükleri söz konusu değildir.
- Bankalar, sadece ihracatçının kendilerine verdiği vesaikin ithalatçının ülkesindeki muhabirlerine gönderilmesini ve tahsil emrindeki direktifler uyarınca alıcıya teslimi sorumluluğunu taşımaktadır.
- Uluslararası ticarete vesaik mukabili yanında, "mal mukabili ödemeler" de yapılabilmektedir. Bu uygulama da ise, ihracatçı, herhangi bir ödeme yapılmadan veya bir poliçe tanzim etmeden, malları ithalatçıya gönderir.
- Mal bedeli sözleşmede belirlenen ilerdeki bir tarihte veya mallar satıldıktan sonra ödenmektedir. Açıkça görüldüğü gibi, böyle bir uygulama ihracatçı için oldukça risklidir.
- Vesaik mukabili ödeme şeklinde kullanılan belgelerden biri konişmentodur. Konişmento ithalatçının bankası adına kesilmektedir. Bir başka ifade ile konişmentoda gönderilen (consignee) bölümünde ithalatçının bankasının isim, unvan ve adresi yazılır. Bildirim yapılacak kişi (notify) bölümünde ise alıcı firmanın isim, unvan ve adresi yazılır. İthalatçının bankası (tahsil bankası) mal bedelini tahsil edince konişmentoyu ithalatçıya ciro eder. İthalatçı, bankanın kendisine konişmentoyu ciro etmesi üzerine malların alıcısı sıfatını kazanmaktadır.

- Vesaik mukabili ödemenin birinci türü görüldüğünde ödemeli poliçe (sight bill of exchange), sevk belgeleri ithalatçıya ancak ödemeyi yaptığı takdirde teslim edilir. Vesaik mukabili ödemenin ikinci türü "ticari kabul" (commercial acceptance) olup, belgeler alıcıya, adına çekilen poliçedeki bedeli ödeyeceği dair "kabul" alındıktan sonra teslim edilir. İhracatçının bankası kabul edilmiş poliçeyi saklar ve süresi geldiğinde tahsil eder.
- Kabul edilmiş bir poliçe güvenli midir? Kabul edilmiş poliçe "bir borcun hukuki delili" sayılır. En azından alıcı, senetlerini ödemeyen birisi olarak ilan edilecek ve uluslararası piyasada ciddi bir itibar kaybı olacaktır. Fakat, satıcılar, ödememe riskine karşı genellikle ibraz bankasının veya birinci sınıf bir diğer bankanın "aval" veya "garanti" vermesini istemelidir.
- Kabul edilmiş poliçenin ihracatçıya bir finansman imkanı sağlama özelliği de vardır. İhracatçı bu poliçeyi bankasına cari faiz haddinden "iskonto" ettirebilir.
- Vesaik mukabili ödeme ihracatçı için mal mukabili ödemeye göre daha güvenli bir ödeme yöntemi iken akreditifle karşılaştırıldığında daha az güven verici olduğu görülmektedir.

KAYNAKLAR

İhracatta Ödeme Şekilleri, 2006, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr,
İnternet: <http://www.igeme.gov.tr>

57. Akreditif Nedir? Özellikleri Nelerdir? Nasıl Kullanılır? Akreditif Ödeme Garantisini Ne Şekilde Sağlar?

İhraç edilen malın bedelinin ödenmesi konusunda belirli koşulların yerine getirilmesinden sonra ödemenin yapılacağına ilişkin bir çeşit teminattır.

Şartlı bir ödeme taahhüdü olarak tanımlanabilir. İthalatçı (amir) bankasından (amir banka) ihracatçı (lehdar) lehine bir akreditif açmasını ve ihracatçının ülkesindeki bir muhabir banka aracılığıyla haberdar edilmesini istemektedir. İhracatçı gerekli belgeleri doğru, eksiksiz, kurallara uygun ve kredinin geçerlilik süresinde bankasına sunması durumunda ödeme yapılmaktadır.

Akreditif İşleminin Özellikleri:

- Uluslararası ticarete en sık kullanılan ödeme şeklidir.
- Akreditif hem ihracatçıyı, hem de ithalatçıyı koruyan bir işlemdir.
- Akreditif, ithalatçının verdiği talimat doğrultusunda, ithalatçının çalıştığı bankanın belirli bir meblağa kadar ve belirli bir vade için istenilen koşulların yerine getirilmesi ve ihracatçı tarafından ihraç edilen malların ihracına ilişkin belgelerin ibrazı karşılığında ihracatçıya ödeme yapılacağını taahhüt etmesidir.
- İthalatçı firma, kendi bankasına verdiği emirle ithal edeceği malın karşılığını ihracatçı firmanın bankasına, mal ihraç edildiği takdirde ödemeyi taahhüt ettiğini bir kredi mektubu ile bildirir. Bu kredi mektubu akreditiftir.
- Diğer ödeme yöntemlerine göre daha pahalı olmasına rağmen, en güvenilir olanıdır. Hem satıcıya hem de alıcıya çeşitli faydaları vardır.
- Akreditife bankalar ve belgeler üzerinden işlem yaparlar. Çünkü akreditif işlemleri mallarla ilgili olmayıp yapılacak hizmet ve işlemlerle ilgilidir.
- Akreditifler dayandırıldıkları satış veya diğer sözleşmelerden ayrı işlemlerdir.
- Aksi bir hüküm bulunmaması durumunda akreditifde belirlenen koşulların yerine getirilmesinden itibaren bir hafta (7 gün) içerisinde ödeme yükümlülüğü içermektedir.
- Rezerv (Discrepancy): İhracatçının ibraz edeceği belgeler ile akreditifde belirtilen şartların uyuşmaması durumunda bankanın ödeme sorumluluğu kabul etmemesidir. Ancak rezerv konularının alıcı tarafından kabul edilmesi durumunda ödeme yapılabilir.
- Söz konusu ödeme şeklinde bankalar ihraç edilen mal ile ilgili hiçbir kontrol yapmamaktadır. Ödeme, ancak belgeler akreditif metnine uygunsa gerçekleşmektedir.

Akreditif (Kredi Mektubu)

- Kredi mektubu (L/C), bir bankanın önceden belirlenmiş belgelerin sunulması üzerine belli koşullar ve vadelerle, müşterileri (ithalatçı veya başvuran) adına kullanıcıya veya ihracatçıya ödeme yapmasını garantileyen bir düzenlemedir.
- Finansal işlem daha garantili yapılmak istenirse bir başka bankanın müdahalesi ve ihracatçıyı kredi mektubu konusunda bilgilendirilmesi, kendi onayını eklemesi suretiyle bu yapılabilir. Mektubu veren bankanın ödemeyi aksatması durumunda bu banka garanti vermiş olmaktadır.
- Kredi mektubu, genelde uluslararası formda hazırlanan kesin bir belgedir. Bu mektup, ürünlerin kısa bir açıklamasını, ödeme için gereken bilgilerin listesini, yükleme tarihini, artık ödemenin yapılamayacağı son tarihi belirtmek durumundadır.
- İhracatçının ancak belli koşulları yerine getirmesi, ardından ödemeyi alabileceği garantiye bağlanmıştır. Kredi mektubundaki tüm koşulların tamamlanmasından sonra ihracatçı, bankasına ödeme için gerekli bilgileri sunabilecektir.
- Kredi mektubuna göre ödeme elde edebilmek için ticari fatura, yükleme konşimentosu veya ürünlerin taşımaya sağladığını gösterir bir başka belge. Bazen navlunun önceden ödendiğini gösteren belge de gerekir.
- Sigorta belgesi, menşe şahadetnamesi, kalite, miktar, paketlenme uygunluğunu gösteren müfettiş belgesi, paket listesi ve benzeri belgelerin sunulması gerekecektir.
- İhracatçı ve alıcı arasında eskiye dayalı bir ilişki olmadıkça ihracatçının çıkarlarını korumanın ve ödeme yaptırmanın en kolay yolu, kredi mektubudur. Kredi mektubunun en yaygın formlar aşağıda ele alınmıştır.
- Geri döndürülemez belgeli kredi mektubu: Tüm tarafların onayı olmaksızın iptal veya değişiklik mümkün değildir. İhracatçı, gerekli belgeleri gösterip tüm koşulları da yerine getirdiyse ödemesi banka tarafından garantiye alınmıştır.
- Geri döndürülebilir belgeli kredi mektubu: İlkine göre daha esnektir. Karşı tarafa bilgi vermeksizin iptal ve değiştirme mümkündür.
- Aktarılabilir kredi mektubu: Genelde aynı koşullar altında olmak üzere aynı müşteriye dönük olarak eldeki fonların tekrarlanan ticaret işlemlerinde kullanılmasını mümkün kılar.

Akreditifte Ödeme Garantisi

- Kredi mektubu, özellikle de belgeli geri döndürülemez nitelikli kredi mektubu, uluslararası ticaret ödemelerinde kullanılan en güvenli metotlar arasında değerlendirilir. Ancak, yine de ihracatçı dikkatli olmalıdır. Zira, yabancı ithalatçı, teslim edilen belgelerle teslim edilmesi gereken belgeler arasında uyumsuzluk olduğunu ileri sürerek ödeme yükümlülüğünü yerine getirmekten kaçınabilir.

- Yukarıdaki durumun engellenmesi için, ihracatçı aşağıdakileri yapmalıdır.
- Kredi mektubunu hazırlamadan önce, sunulması gereken belgelerin tam ve açık bir listesini oluşturmak üzere karşıdaki alıcı ile tüm koşullar karşılıklı gözden geçirilmelidir,
- Kredi mektubundaki her bir kelimenin karşılaştırılan belgelerle ilişkili olmasına dikkat edilmeli ve kelimelerle belgeler karşılıklı kontrol edilmeli,
- Belgelerin birbiriyle uyumlu olup olamadığı kontrol edilmeli ve ayrıca bunların ICC koşullarıyla uyumluluk içinde olmasına dikkat edilmeli.
- Karşı taraf kötü niyet taşıyorsa, ihracatçı yargı yoluna başvurabilir ve tüm kredi koşullarını karşıladığını gösterebilir. Ancak yabancı ülkedeki bir tarafa karşı yasal tedbir almanın zor, zaman alıcı ve pahalı olduğu hatırlanmalıdır. İhracatçının bankası, iskonto edilmiş bir kredi mektubuna karşılık avans olarak çıkarılmış kaynakların geri ödemesini talep edebilir.
- Bu tür problemlerden kaçınmak üzere ihracatçılar yabancı alıcının güvenilirliğini dikkatle değerlendirmelidirler.
- İhracatçılar, kredi mektubu açan bankanın hatasına karşılık kendilerini korumak üzere kendi ülkelerindeki bir bankanın bu kredi mektubuna onay vermesini isteyebilirler. Bu sağlandığında onaylanan banka, tıpkı ilk banka gibi garanti vermiş olur. Bu durumda, ihracatçı ikili bir güvenceye sahip olacaktır. Banka, ancak kredi mektubu geri döndürülemez ve serbestçe kararlaştırılabilir nitelikte ise kendi onayını kredi mektubuna eklemeye istekli olacaktır.

KAYNAKLAR

İhracatta Ödeme Şekilleri, 2006, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr,
Internet: <http://www.igeme.gov.tr>

T.C. Merkez Bankası, İstiklal Caddesi 10 Ulus, 06100 Ankara
Tel: 312-310 3646 Faks: 312-310 74 34, e-mail: iletisimbilgi@tcmb.gov.tr,
Internet: <http://www.tcmb.gov.tr/>

58. Peşin Ödeme Nedir? Özellikleri Nelerdir?

İhracat bedellerinin malın fiili ihracından önce ödenmesi anlamını taşımaktadır. Alıcının, sipariş edilen malların sevkiyatından önce, satıcıya ödeme yapmasıdır. İthalatçı tarafından malın teslim alınmasından önce, gerek bankalar yolu ile ve gerekse alıcının kendisi veya vekili ya da onun adına hareket eden üçüncü bir kişi tarafından satıcıya peşin olarak ödenmesidir.

Peşin Ödemenin Özellikleri

- Peşin ödeme genellikle birbirlerini çok iyi tanıyan alıcı ve satıcı arasında yapılmaktadır. Tam anlamıyla güvene dayanan bu ödeme şekli, ihracatçı açısından en elverişli ödeme yöntemi olmasına rağmen, uygulamada en az rastlanılanıdır. Burada bütün risk alıcı üzerindedir. Çünkü mallar gönderilmeden parasını ödemektedir.
- Malların sevki, satıcı, firmadan yahut ülkenin şartlarından kaynaklanan nedenlerle aksayabilir ve gecikebilir. Bu durumda alıcı firma en azından paranın kendisinde beklemesi ile kazanabileceği faiz gelirinden mahrum olmaktadır. Diğer taraftan peşin ödeme şekli, ihracatçı açısından bir ön finansman niteliğini taşımakta, bunun kaynağı ise alıcı (ithalatçı) olmaktadır.
- Uluslararası piyasalarda genellikle satıcı tekeli olan mallarda ve bazen de alıcı bakımından peşin ödeme iskontalarının yüksekliği nedeniyle bu tür ödemeler cazip olabilmektedir.
- Peşin bedellerin üçüncü kişilere devri mümkün değildir.
- Uluslararası piyasalarda yoğun rekabet ortamı ve kısıtlı pazar olanakları dolayısıyla pek sık kullanılan bir ödeme şekli olmamakla birlikte nadiren de olsa kullanılan bir ödeme şeklidir.
- Uygulamada daha çok mal bedellerine ilişkin avans olarak kullanılmaktadır.
- Bu ödeme şekli, piyasada fazla talep gören malların satışında kullanılmaktadır. İhracatçı, mallarına yoğun talep olduğu için müşteri bulamamak gibi bir riski yoktur.
- Alıcı firma prefinansmanı ihracata konu olan ürünün üretiminin finansmanında kullanılmak üzere ithalatçıdan bedelin kısmen veya tamamen sağlanmasıdır.
- Gümrük İdareleri, peşin ödemeye istinaden ihracat yapılırken döviz alım belgesinin arkasına gümrük beyannamesinin tarih ve numarası ile meblağını kaydetmektedir.

KAYNAKLAR

İhracatta Ödeme Şekilleri, 2006, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr,
Internet: <http://www.igeme.gov.tr>

59. Kabul Kredili Ödeme Nedir? Özellikleri Nelerdir?

Mal bedelinin belli bir vadede ödenmesini taahhüt eden ve bu ödemeye bir Poliçenin araç olduğu ödeme şeklidir. Bir başka ifade ile kabul kredisi satılan malın bedelinin bir poliçeye bağlandığı vadede satıcıya ödendiği bir ödeme şeklidir.

Bu kredi vesaik ile birlikte ibraz edilen poliçenin ithalatçı veya buna ilaveten ithalatçının bankası tarafından kabul edilmek suretiyle kullanılır.

Kabul kredili ödemede taraflara bankalar aracılık ederler ve bunun için komisyon alırlar. Satıcının düzenlediği poliçe sadece alıcı tarafından kabul edilmiş ise "trade acceptance" vardır. Poliçenin bir banka tarafından kabul edilmesi öngörülebilir. Bu durumda banka poliçeyi kabul eder veya ithalatçının kabulüne aval verebilir. Buna "banker's acceptance" denilmektedir.

Bu ödeme şeklinde vadeli alım yapmak isteyen ithalatçıya karşı ihracatçı, poliçeye bankanın kabul veya aval vermesiyle kendini garanti altına almış olmaktadır.

Kabul Kredili Ödemenin Çeşitleri:

Kabul Kredili Vesaik Mukabili

Bu ödeme şeklinde malların alıcıya gönderilmesinden sonra bankanın mal bedelini tahsil etmesi yerine poliçeyi alıcıya kabul ettirdikten veya bu kabule kendisinin de avalini verdikten sonra vesaiki alıcıya teslim edip daha sonra poliçe vadesinde mal bedelinin ihracatçıya ödendiği ödeme şeklidir.

Kabul Kredili Mal Mukabili

Mal mukabili işlemlerde ithalatçı önce malı çeker sonra mevzuatta belirlenen sürede mal bedelini öder. Bu işlemde ise ödeme yapması gereken süre içerisinde poliçe kabul edilecek poliçe vadesinde ise ödeme yapılacaktır. Böylece süre açısından ithalatçıya ikinci bir finansman kolaylığı yaratılmaktadır.

Kabul Kredili Akreditif

İhracatçının kuşat mektubuna uygun vesaiki bankaya ibraz ettiğinde mal bedelini tahsil etmeyip banka tarafından kabul edilmiş poliçenin vadesinde ödeneceğini taahhüt altına alan bir ödeme şeklidir. Burada poliçe vesaik ekinde ilave olarak, teyitli akreditifte teyit bankası adına, teyitsiz akreditifte ise genellikle amir banka adına tanzim edilir. Kabul edilen bu poliçe ile ihracatçı tarafından kendi bankası ya da başka bir bankaya kırıdırılabilir.

KAYNAKLAR

İhracatta Ödeme Şekilleri, 2006, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr,
İnternet: <http://www.igeme.gov.tr>

60. Yabancı Alıcının Güvenirliliği Nasıl Değerlendirilir?

Yeni bir müşteri için ihraç talebini uygulamaya koymadan önce ihracatçı, potansiyel alıcının güvenirliliği ve nasıl tanındığını araştırmalıdır. Esasen, alıcı yeterli düzeyde tanınmışlık kaydına ve ödeme yapabilme gücüne sahip olmalıdır. Bunu sağlamak üzere alıcıdan şu belgeleri sağlaması istenmelidir: finansal duruma dair yakın zamanlı ve denetlenmiş belgeler, muhasebe kayıtları (kar-zarar hesapları da dahil), ödemeler dengesi, önceki 3 yıl için nakit akış belgesi, gelecek altı aya yönelik finansal tahmin.

Yabancı alıcılar bu belgeleri sağlamaya hazır olmalıdırlar, zira aynı miktar parayı bankalarından borç almak isteseler benzer belgeleri göstermeleri gerekecektir. Belgelerin gerekliliğinin ve muhasebecilerin güvenirliliğinin araştırılması önemlidir. Bazen sahte belgeler sunulabilmektedir.

İhracatçı, ayrıca bankasından alıcının bankası veya diğer aracı yerel banka ile ilişki kurup firma hakkında bilgileri ilgili finansal ve pazar bilgilerini almasını isteyebilir. Bazı bankalar bunu özel araştırma kurumlarına havale ederler. Bu kurumlar dünyanın her yerinden firmalar hakkında finansal ve pazar hakkında bilgileri sağlarlar. Dun&Bradstreet, Extel and Reuters, gibi firmalar bu türdendir.

Yukarıda sözü edilen bilgi ve görüşler ihracatçının, yabancı alıcıların güvenirliliği konusunda emin olmasına yardım eder ancak onların yükümlülüklerini yerine getireceklerini garanti etmez. İhracatçı alıcının bankasından ödeme garantisine dönük bir provizyon isteyerek bankayı sürece dahil etmeyi deneyebilir. Alıcının bankası böyle bir garantiyi verdiğinde elbette bu, ihracatçının yükümlülüklerini yerine getirmesi şartına bağlı olacaktır. Örneğin, ihracatçı ancak sözleşmedeki koşullar tamamlandığında alıcının bankasınca ödeme yapılacağından emin olacaktır.

KAYNAKLAR

International Trade Centre UNCTAD/WTO, Palais des Nations, 1211 Geneva 10, Switzerland.
Tel: (41-22) 730 01 11, Fax: (41-22) 733 44 39, e-mail: itcreg@intracen.org,
Internet: <http://www.intracen.org>

61. Kredilendirilmiş İhracat Alacakları Zamanından Önce Nasıl Nakite Dönüştürülebilir?

Yabancı alıcıya kredi tanınması ihracatçının rekabet gücü açısından yararlıdır, ancak likidite açısından negatif etki yapar. İhracatçılar, çalışan sermayenin kısa sürede girmesini sağlayacak bir düzenleme yapamadıkları takdirde üretim süreçleri bozulabilir. İhracatçının kredi tanıyabileceği ve yine de bir likidite düşüşü ile karşılaşmayacağı bazı metotlar aşağıda açıklanmıştır.

Alacakların İskontosu

Kambiyo senedi, fatura veya akreditif türünde olabilecek alacaklar için ihracatçı alacaklarının iskonto edilmesi mümkündür. Faiz ve ücretler çıktıktan sonra alacak değerinde para banka tarafından hemen ihracatçıya ödenir. Benzer bir uygulama başka bir taahhüt altına girmeden veya tersine gerçekleştirilebilir (note: right of recourse). Burada, çabukluk söz konusudur ve ihracatçılara alacaklarını iskonto etmeleri ve ne zaman bunu yapabilecekleri noktasında esneklik sağlar. İşlemler basittir ve ihracatçı bankaya özel legal dökümanlar ve garanti sunmak üzerinde değildir.

Factoring

Alacaklarla ilgili hesapların iskonto ile günlük haftalık veya aylık bazda bir factoring bürosuna satılması işlemine factoring denir. Bu satış genelde bir bankaya yapılmaktadır. Benzer factoring büroları müşterilerinin ticari borçlarını satın almakta ve onları kendi adlarına toplamaktadır.

Forfaiting

İhracatçı, ithalatçıya iletilen ürünler için ödeme hakkını devreder ve bunun karşılığında forfaiting yapan kuruluştan hemen nakit sağlar. Alacaklar, ihracatçının sağladığı kambiyo senetleri veya ithalatçının sağladığı taahhüt içeren kağıtlar olabilir. Ürünler teslim edildikten ve böylece sözleşme tamamlandıktan sonra ihracatçı bu alacakları bir forfaiting kuruluşuna satar ve bu kuruluş tüm riskleri üstlenmiş olur, bu arada ücretlerini kestikten sonra ihracatçıya nakit ödeme yapar. Sermaye ürünlerinin yanında diğer ürünlerin de tüm ihracatında orta – uzun vade kredi ihtiyacı bu yolla finanse edebilir.

Forfaiting, ihracatçıya finansman sağlamanın bir yoludur. Bir kuruluş yabancı müşteriden kambiyo senedi kabul eder. İskonto ile bunu satın alır ve zamanı gelince müşteriden ödemeyi talep eder.

KAYNAKLAR

İhracatta Ödeme Şekilleri, 2006, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr,
Internet: <http://www.igeme.gov.tr>

62. Eximbank İhracat Kredi Sigortası Nedir, Nasıl Faydalanılabilir Ve Sağladığı Yararlar Nelerdir?

İhracat kredi Sigortası; ihracatçıların mal ve hizmet ihracından doğan alacaklarını, ticari ve politik risklere karşılık teminat altına alan bir sigorta türüdür. Vadeli ihracatlarını sigorta kapsamına aldırarak ihracatçıları, sigorta poliçesinden doğan alacaklarını ticari bankalara temlik sureti ile daha kolay ve ucuz finansman sağlamaktadır. Eximbank tarafından Uygulanan İhracat Kredi Sigortası iki çeşittir.

Kısa Vadeli ihracat Kredi Sigortası

Kısa Vadeli ihracat Kredi Sigortası programı çerçevesinde, bir yıl içinde yapılacak, 360 güne kadar vadeli gayrikabili rücu akreditif vesaik ve mal mukabili ödeme koşulları ile yapılan tüm sevkiyatlar kapsamaktadır. Bir yıl içinde yapılan tüm ihracatın sigortalanması ile, risk dağılımı sağlanmakta ve prim oranları asgari düzeyde tutulmaktadır. Program kapsamında 170'den fazla ülkeye yönelik sevkiyat, sigorta teminatı altına alınabilmektedir. Tazminat oranı doğacak zararın % 90'ıdır.

Spesifik İhracat Kredi Sigortası

İhracatçıların tek bir satış sözleşmesine bağlı olarak beş yıla kadar vadeli ödeme koşuluyla yapacakları sermaye malı ihracından doğan alacaklarını ticari ve politik risklere karşı teminat altına alan Spesifik İhracat Kredi Sigortası ile bu güvencenin yanı sıra ihracatçıların ticari bankalardan finansman teminine de olanak sağlamaktadır. Spesifik İhracat Kredi Sigortası kapsamında sigortalanacak 2 yıl ve daha uzun vadeli ihracat işlemlerinde sözleşme bedelinin en az % 15'inin malın teslimine kadar ihracatçıya ödenmiş olması gerekmektedir. Prim oranı, alıcının türüne, alıcının bulunduğu ülkenin risk derecesine, malın teslim süresi ve ödeme vadesine göre belirlenir. Doğacak zarar, sözleşme bedelinin % 85'inin azami % 90'ına kadar tazmin edilmektedir.

İhracat Kredi Sigortası Programına Müracaat

Firma, Teklifname ve ekleri ile birlikte Türk Eximbank'a müracaat eder. Başvuru sahibinin Teklifname'de verdiği bilgiler düzenlenecek olan poliçeye esas teşkil etmektedir. Teklifname ve ekleri Türk Eximbank yetkililerince incelenerek düzenlenecek olan poliçeye ilişkin özel şartlar saptanır. Söz konusu özel şartları içeren Kabul Formu iki nüsha halinde düzenlenerek, Ülke Şartları ve Prim Oranları Listesi ile birlikte ihracatçıya gönderilir. Firmanın Kabul Formunu imzalayarak bir nüshasını göndermesi halinde sigorta sözleşmesi yürürlüğe girer.

KAYNAKLAR

Türk Eximbank, Millimüdafaa Cad. No:20 Bakanlıklar 06100/Ankara
Tel: (312) 417 13 00 Fax: (312) 425 78 96, e-mail: ankara@eximbank.gov.tr,
İnternet: <http://www.eximbank.gov.tr>

63. Eximbank İhracat Kredi Sigortası Programında Sigorta Kapsamına Alınan Riskler ve Özellikleri Nelerdir?

Kısa Vadeli İhracat Kredi Sigortası ile Spesifik İhracat Kredi Sigortası farklılıklar içermektedir.

Kısa Vadeli İhracat Kredi Sigortası Kapsamına Alınan Riskler

Ticari Riskler	İflas, konkordato, tasfiye, mal bedelinin ödenmemesi, malın ihracatçıdan kaynaklanamayan nedenlerle kabul edilmemesidir.
Politik Riskler	Savaş hali, ihtilal, iç savaş, isyan, ayaklanma, alıcının ithal izninin iptali, alıcı bir devlet veya devlet garantisine haiz bir kuruluş ise ödeme yükümlülüğünü yerine getirmemesidir.

İhracatçıların kendi kusurlarından kaynaklanan zararlar sigorta kapsamı dışında tutulmakta olup, sigorta prim oranları % 0.095 - % 3 arasında değişmektedir.

Türk Eximbank ticari ve politik risklerden kaynaklanan zararları % 90'ı oranında tazmin etmektedir. Bu Sigorta Programı çerçevesinde 153 ülkeye yapılan ihracat sigortalanmaktadır.

Spesifik İhracat Kredi Sigortası Kapsamına Alınan Riskler

Ticari Riskler	Alıcının iflas etmesi, alıcının imalat ve satış sözleşmesinde belirlenen mal bedeline ilişkin taksitleri vadesinde ödememesi veya ödeyememesi, alıcının kendine teslim edilen malları kabul etmemesi veya edememesi gibi alıcının kusurundan kaynaklanan risklerdir.
Politik Riskler	İmalat ve satış sözleşmesinde öngörülen şartların yerine getirilmesi olanaklarını ortadan kaldıran alıcı ve ihracatçının iradeleri dışında ortaya çıkabilecek; İhraç ve ithal müsaadelerinin iptali, savaş, iç savaş, isyan, transfer güçlerine dayalı risklerdir.

İmalat ve satış sözleşmesi dışında, ihracatçı ile alıcı arasında yapılan diğer anlaşmalardan, imalat ve satış sözleşmesindeki hatalardan veya ihracatçının kusurlu davranışlarından kaynaklanan zararlar sigorta kapsamı dışındadır.

Sigorta Prim oranları alıcının türü, alıcının bulunduğu ülkenin risk kategorisi, sevk öncesi ve sevk sonrası koşullar dikkate alınarak belirlenir. Sigorta kapsamında ticari ve politik risklerden kaynaklanan zararların % 80 – % 95'i kapsanmaktadır.

KAYNAKLAR

Türk Eximbank, Millimüdafaa Cad. No:20 Bakanlıklar 06100/Ankara
Tel: (312) 417 13 00 Fax: (312) 425 78 96 e-mail: ankara@eximbank.gov.tr,
İnternet: <http://www.eximbank.gov.tr>

64. Uluslararası Gözetim Şirketlerinin İhracatçıya Sağladığı Yararlar Nelerdir?

Uluslararası gözetim şirketleri, uluslararası ticarete konu olan malların alıcıya teslimi sırasında arzulanan özelliklere uygunluğu konusunda alıcı ile satıcı arasında hakem görevini üstlenen uluslararası şirketlerdir.

Gözetim şirketlerinin amacı, dış ticaret işlemlerinde tarafların birbirlerine taahhüt ettikleri koşulların tam olarak sağlanıp sağlanmadığını; her iki taraf adına bağımsız ve bilimsel olarak denetlemektir.

Uluslararası gözetim şirketleri yerine getirdikleri gözetim faaliyetiyle ihracatçı ve ithalatçılara önemli kolaylıklar sağlayabilmektedir.

Gözetimin Faydaları

Alıcının istediği malın sevkiyat öncesi ve/veya sonrasında, sözkonusu malın, ithalatçı ve/veya ihracatçısı tarafından sözleşmede ve/veya standardında öngörülen koşullara ne ölçüde uygun olduğunun belirlenmesi, taraflar arasında ileri de doğabilecek anlaşmazlıkların ve bunun sonucu olarak ortaya çıkabilecek zararın önlenmesi, gerektiğinde yeni düzenlemelere gidilebilmesi açısından, ihracatçı ve ithalatçılara avantajlar sağlamaktadır.

KAYNAKLAR

Dış Ticarete Güvenli Bir Kontrol Aracı: Uluslararası Gözetim Şirketleri, 1999, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara, Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, İnternet: <http://www.igeme.gov.tr>

Dış Ticaret Müsteşarlığı Web Sayfası, Genel Müdürlükler Bölümü, e-mail: dtm@dtm.gov.tr, internet: <http://www.dtm.gov.tr>

65. Eximbank İhracat Kredileri Programları Hangileridir?

Türk Eximbank, ihracatçıları, ihracata yönelik üretim yapan imalatçıları ve yurt dışında faaliyet gösteren girişimcileri kısa, orta-uzun vadeli nakdi ve gayrinakdi kredi programları ile desteklemektedir.

Ayrıca, vadeli satış işlemlerini teşvik etmek ve bu yolla ihracat hacmini artırmak, yeni ve hedef pazarlara girilmesini kolaylaştırmak amacıyla vadeli ihracat alacaklarını iskonto etmektedir.

A. Kısa Vadeli İhracat Kredileri

Türk Eximbank ihracatçı ve ihracat bağlantılı mal üreten imalatçı firmalara, özellikle ihracata hazırlık döneminde finansman gereksinimlerinin karşılanması amacıyla, kısa vadeli ihracat kredileri tahsis etmektedir.

Bu krediler TL ve döviz cinsinden, bankalar aracılığıyla veya doğrudan Türk Eximbank tarafından firmalara kullanılmaktadır.

1. Sevk Öncesi İhracat Kredileri: İhracatçıların tümüne ulaşabilmek amacıyla ticari bankalar aracılığıyla kullanılan Sevk Öncesi İhracat Kredileri, bütün sektörleri kapsayan ve ihracatçıların imalat aşamasından başlanarak desteklenmesi amacıyla kullanılan kısa vadeli kredilerdir.

Söz konusu kredilerde, firma ve ihracat riski aracı banka tarafından üstlenilmektedir.

i) Sevk Öncesi Türk Lirası İhracat Kredisi: İhracata yönelik mal üreten sanayilerin imalat aşamasından başlanarak desteklenmesi amacıyla ticari bankalar aracılığıyla kullanılan kısa vadeli bir kredidir.

ii) Sevk Öncesi Türk Lirası Kalkınmada Öncelikli Yörelere İhracat Kredisi: Kanuni veya iş merkezlerinin yanı sıra, ekonomik ve ticari faaliyetlerini de Kalkınmada Öncelikli Yörelere (Gaziantep ili dahil) icra eden imalatçı, imalatçı-ihracatçı ve ihracatçı firmalara kullanılan bir kredi programıdır.

iii) Sevk Öncesi Döviz İhracat Kredisi: Malların serbest dövizle kesin olarak ihracı taahhüdü karşılığında kullanılan bir kredi programıdır.

2. Dış Ticaret Şirketleri (DTŞ) İhracat Kredileri: İhracatçılara Türk Eximbank'tan direkt olarak kredi kullanmalarına imkan sağlayan Dış Ticaret Şirketleri Kısa Vadeli İhracat Kredisi ile Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTŞ) ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ)'nin ihracata hazırlık dönemi finansman ihtiyaçlarının uygun vade ve maliyet ile karşılanması, böylece ihracat performanslarının artışının teşvik edilmesi amaçlanmaktadır. Kredi, Türk Lirası ve döviz cinsinden doğrudan kullanılmaktadır.

3. İhracata Hazırlık Kredileri: İhracatçılarımızın Türk Eximbank'tan direkt olarak kredi kullanmalarına imkan sağlayan İhracata Hazırlık Kredileri ile ihracata yönelik mal üreten imalatçı ve ihracatçıların uluslararası piyasalarda rekabet güçlerinin artırılması ve ihracat projelerinin ihracata hazırlık aşamasında desteklenmesi amaçlanmaktadır. Kredi, Türk Lirası ve döviz cinsinden, Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTS) dışındaki firmalara aracı banka olmaksızın doğrudan kullandırılmaktadır. İhracata hazırlık kredisi Türk Lirası ve Döviz Kredisi olarak kullandırılmaktadır.

4. KOBİ İhracata Hazırlık Kredileri: İmalat sanayi alanında faaliyette bulunan ve 1 ila 200 arasında işçi istihdam ettiğini SSK kayıtları ile belgeleyen (SSK son 4 aylık bildirme ile), arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı, son takvim yılı bilanço net değeri itibarıyla 2 milyon ABD Doları karşılığı TL'yi aşmayan Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ), ihracat taahhüdü karşılığında ve malların serbest dövizle ihraç edilmesi koşulu ile kredilendirilmektedir. Limiti 100.000.-Dolar, vadesi 360 gün olan bu kredi için teminat olarak, anapara ve faizin % 50'si oranında banka teminat mektubu ile anapara tutarında teminat senedi alınmaktadır. KOBİ İhracata Hazırlık Kredileri Türk Lirası ve Döviz Kredisi olarak kullandırılmaktadır.

5. Sevk Öncesi Reeskont Kredisi: Sevk Öncesi Reeskont Kredisi kapsamında imalatçı, ihracatçı ve imalatçı-ihracatçı firmaların, borçlu olarak düzenleyecekleri, Bankamız nezdinde kısa vadeli teminat mektubu limiti olan bankalardan birinin avalini taşıyan bonolar iskonto edilir. Söz konusu bonoların Bankamızca Kabul Finansmanı Programı çerçevesinde T.C. Merkez Bankası (TCMB) reeskontuna götürülmesi suretiyle iskonto edilmesi esastır. Ancak TCMB Kabul Finansmanı Programı kapsamında kredilendirilemeyen işlemlerden işbu Uygulama Esasları çerçevesinde Bankamızca uygun bulunanlar Bankamız kaynaklarından iskonto edilebilecektir.

6. Kısa Vadeli İhracat Alacakları İskonto Programı: Kısa Vadeli İhracat Alacakları İskonto Programı ile imalatçı, ihracatçı ve imalatçı-ihracatçılara ülke riskinden arındırılmış olarak yeni ve hedef pazarlara yönelmeleri ve bu pazarlarda vadeli satış imkanları ile rekabet şanslarının artırılması amacıyla yönelik olarak kısa vadeli ve sevk sonrası finansman desteği sağlanmaktadır.

B. Özellikli Krediler

Türk Eximbank, ihracatçıları ve yurt dışında yatırım yapan müteşebbisleri özellikli kredi programları ile de desteklemektedir. Söz konusu kredi programları, standart kredi ve garanti programlarının dışında kalan, ancak bunları tamamlayıcı nitelikteki programlardır.

1. Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi: İhracatta kalıcı pazarlar edinilmesi ve net döviz girdisinin artırılmasını teminen, Türk firmalarının değişik pazarlarda Türk menşeli her türlü tüketim malı niteliğindeki ürünleri doğrudan pazarlaması amacıyla, herhangi bir ülkede değişik ürünlerin sergilendiği çeşitli bölümleri içeren satış mağazaları ile bir ya da birden fazla firmanın bir araya gelerek kuracakları alışveriş merkezleri oluşturulmasına yönelik yatırım harcamaları finanse edilmektedir.

2. Özellikli İhracat Kredisi: Özellikli İhracat Kredisi programı ile döviz kazandırıcı yurt dışı projelere ihracata hazırlık aşamasında orta vadeli finansman desteği sağlanarak imalatçı/ihracatçı firmaların uluslararası piyasalardaki rekabet güçlerinin artırılması ve yeni ürünlerle yeni pazarlara girilmesinin teşvik edilmesi amaçlanmaktadır.

3. Gemi İnşa ve İhracına Yönelik Teminat Mektubu Programı: Gemi inşa/ihraç edecek Türk firmaları lehine düzenlenecek teminat mektupları ile alıcı firma avans ödemelerinin gerçekleştirilmesine imkan sağlanması, firmaların gemi inşa aşamasındaki finansman ihtiyaçlarının karşılanması, rekabet güçlerinin desteklenmesi, yurtdışındaki müşterileri ve kreditor kuruluşlar nezdindeki kredibilitelerinin artırılması hedeflenmektedir.

4. Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetlerine Yönelik Teminat Mektubu Programı: Müteahhitlik sektöründe faaliyet gösteren firmaların mevcut pazarlarda kalıcılığının sağlanmasının yanı sıra, yeni pazarlara açılmalarını teminen yurt dışında üstlenilen projelerin teminat mektubu ile desteklenmesi amaçlanmaktadır.

5. "Çevre" üzerinde yaratılacak olumsuz etkilerin en aza indirilmesi amacıyla yönelik "Çevre ve Resmi Destekli İhracat Kredileri Üzerine Ortak Yaklaşımlar Tavsiye Kararı" uyarınca hazırlanmış ve Türk Eximbank tarafından uygulamaya konulmuştur.

C. Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kapsamındaki Krediler

1. Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredisi

Karayolu	Uluslararası karayolu nakliyat firmalarının finansman ihtiyaçlarının karşılanarak rekabet güçlerinin artırılması ve bu yolla ülkenin döviz kaynaklarının zenginleştirilmesidir.
Denizyolu	Uluslararası denizyolu nakliyat firmalarının finansman ihtiyaçlarının karşılanarak rekabet güçlerinin artırılması ve bu yolla ülkenin döviz kaynaklarının zenginleştirilmesidir.

2. Turizm Pazarlama Kredisi: İhracat ve yurt dışı müteahhitlik hizmetlerini kredi, garanti ve sigorta programları ile destekleyerek ülkemizin döviz girdisinin artmasına önemli katkılarda bulunan Türk Eximbank, bu doğrultudaki çalışmalarını çeşitlendirerek sürdürmek amacıyla Turizm Pazarlama Kredisi programını uygulamaya koymuştur. Kredi TL ve döviz cinsinden kullanılmaktadır.

3. Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kredisi: Türkiye’de yerleşik firmaların yurtdışında gerçekleştirecekleri döviz kazandırıcı hizmetler ile yurtdışına ihraç edilecek proje niteliğindeki yazılım, projelendirme ve danışmanlık gibi hizmetlerin finansmanı amaçlanmaktadır.

D. İslam Kalkınma Bankası (İKB) Kaynaklı Krediler

İslam Kalkınma Bankası (İKB) ile işbirliği içerisinde sevk sonrası ihracat finansmanı ve ithalat

finansmanı programlarına Türkiye Milli Acentası konumunda aracılık yapmaktadır. Söz konusu programlar, İslam ülkeleri arasındaki ticaret hacmini geliştirmek üzere yürürlüğe konulmuş olup, alıcı kredisi niteliğindedir.

1. İhracat Finansmanı Programı: İslam Kalkınma Bankası (İKB) ile Türk Eximbank arasında 1988 yılında imzalanmış olan anlaşma uyarınca, İKB bünyesindeki finansman programlarından İhracat Finansmanı Programı'na Türk Eximbank aracılık etmektedir. Söz konusu program, alıcı kredisi niteliğinde olup, İKB tarafından yapılan son düzenlemelerle İslam Konferansı Teşkilatı (İKT) üyesi ülkelere gerçekleştirilecek ihracatların yanısıra İslam ülkesi olmayan diğer ülkelere yapılacak ihracatların da program kapsamında finansmanı olanaklı hale getirilmiştir.

2. İhracata Yönelik İthalat Finansman Kredisi: İKB bünyesinde yürütülmekte olan bu program kapsamında ihracatçılarımızın İslam Konferansı Teşkilatı'na üye olan veya üye olmayan diğer ülkelerden yapacakları ithalatın finansmanı amaçlanmaktadır. Bu program kapsamında; ihraç konusu malın üretiminde girdi olarak kullanılan ara malları ve hammaddelelerin ve ihracata yönelik üretimin gerçekleştirilmesinde kullanılacak yatırım mallarının ithalatına finansman desteği sağlanmaktadır.

KAYNAKLAR

Türk Eximbank, Millimüdafaa Cad. No:20 Bakanlıklar 06100/Ankara
Tel: (312) 4171300 Fax: (312) 4257896, e-mail: ankara@eximbank.gov.tr,
İnternet: <http://www.eximbank.gov.tr>

BÖLÜM XI

İTHALATTA YAPILAN İŞLEMLER

66. Nasıl İthalatçı Olunur ?

Vergi numarasına sahip her gerçek ve tüzel kişi ile tüzel kişilik statüsüne sahip olmamakla birlikte yürürlükteki mevzuat hükümlerine istinaden hukuki tasarruf yapma yetkisi tanınan kişiler ortaklıkları ithalat işlemlerini yürütebilir.

Ancak,- Özel anlaşmalara dayanan ithalatı,
- Kitap ve diğer yayınların ithalatında,
- Ülkemizde açılan uluslararası fuar ve sergilerde Dış Ticaret Müsteşarlığı perakende satışına izin verilen malların ithalatında,

vergisi numarasına sahip olma şartı aranmaz.

Tacir olmayan gerçek kişiler, özelliği ve niteliği itibarıyla, özel, şahsi ve ailevi kullanıma mahsus olduğu anlaşılan veya hediye amaçlı olarak getirildiği açıkça belli olan maddeleri ithal edebilirler. Buna ilişkin usul ve esaslar Başbakanlık Gümrük Müsteşarlığınca belirlenir.

Kamu ahlakı, kamu düzeni veya kamu güvenliği; insan, hayvan ve bitki sağlığının korunması veya sınai ve ticari mülkiyetin korunması amaçlarıyla ilgili mevzuat hükümleri çerçevesinde alınan önlemlerin kapsamı dışındaki malların ithali serbesttir.

İthalatı kanunlarla belirli kurum ve kuruluşlara bırakılmış maddelerin ithali ancak, bu kurum ve kuruluşlar tarafından yapılabilir.

İthalat yapmak isteyen kişiler, ilgili mevzuat hükümleri çerçevesinde almaları gereken belgelerle birlikte doğrudan gümrük idarelerine başvururlar (Kambiyo mevzuatı hükümleri saklı kalmak kaydıyla).

Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından aksine bir talimat verilmediği sürece, İthalat Yönetmelik eki İthalat Tebliği hükümleri çerçevesinde yetkili kuruluşlardan alınan belgeler, ilgili kuruluşlarca belirlenen süreler içerisinde kullanılmaları kaydıyla, düzenlendiği takvim yılı içerisinde geçerlidir.

İthal edilecek malların bedellerinin ödenmesine ilişkin olarak bankalarca veya özel finans kurumlarınca yapılacak işlemler kambiyo mevzuatı hükümlerine tabidir.

İthal edilecek malların gümrüklere gelmesini müteakip, İthalat Rejimi Kararına Ekli Listelerde belirtilen oranlarda varsa Gümrük Vergisi ve Toplu Konut Fonu ödenmesi gerekir.

KAYNAKLAR

Dış Ticaret ve Yatırım Mevzuatı, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, İGEME KOBİ Danışma Hattı, Tel: (312) 4180917
Faks: 312 425 71 76, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>

67. Kesin İthal Başvurularında İstenilen Belgeler Hangileridir ?

Mali mükellefiyetleri teminata bağlanmak suretiyle geçici olarak yurda giren mallardan (ATA Karnesi kapsamında gelenler dahil); Kesin ithalinin talep edildiği tarihte yeni ve kullanılmamış malların bedelleri ödenmek suretiyle kesin ithali (kısıtlayıcı hükümler saklı kalmak kaydıyla), gümrük idarelerince sonuçlandırılır.

Bunun dışındaki tüm kesin ithal başvuruları ;

- Biri asıl iki nüsha proforma fatura,
- Malların yurda giriş şeklini de belirtir ilgili Gümrük İdaresinden alınacak gümrük beyannamesi,
- Harçlar Kanunu uyarınca gerekli harcın yatırıldığını gösterir makbuz aslı,
- Kiralama yoluyla geçici olarak ithal edilen mallara ilişkin başvurularda, kiralama sözleşmesi,
- Kullanılmış mallara ait kesin ithal taleplerinde malların ekonomik ömrünü tevsik eden Ticaret ve Sanayi Odaları veya Yüksek Öğretim Kurumlarından alınacak ekspertiz raporu,

ile birlikte Dış Ticaret Müsteşarlığı'na yapılır.

Müsteşarlık uygun gördüğü başvuruları, ilgili kuruluşlara ve gümrük idaresine bildirir. Ayrıca Türk müteahhitlik firmalarının yurtdışı müteahhitlik hizmetlerinde kullandığı makina ve teçhizatların kesin ithal talepleri, Dış Ticaret Müsteşarlığı Anlaşmalar Genel Müdürlüğü'ne yapılır.

KAYNAKLAR

Dış Ticaret ve Yatırım Mevzuatı, Ankara, İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara,
Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, İGEME KOBİ Danışma Hattı, Tel: (312) 4180917
Faks: 312 425 71 76, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>

68. Bedelsiz İthalat Nedir? Bedelsiz İthalat Hakkından Kimler Yararlanabilir?

Bedelsiz ithalat; bedeli için döviz transferi yapılmadan yurt dışında elde edilen ve yurda getirilmesi mecburi olmayan dış kazanç ve tasarruflarla satın alınan bazı şahsi ve ticari mahiyette eşyanın yurda ithalidir. Bu ithalatta ödenmesi gereken bazı vergiler bulunmaktadır. Bu vergiler ithal anında gümrük idarelerince tahsil edilir.

Bedelsiz İthalat Hakkından Kimler Yararlanabilir

- a) Yurtta bir takvim yılında 6 aydan fazla kalmamış olmaları kaydıyla Türkiye gümrük bölgesi dışında en az 24 ay (Türkiye’de bir takvim yılında 45 güne kadar kalışlar yurt dışındaki ikamet süresinden sayılır) ikamet ettikten sonra kanuni ikametgahlarını kesin olarak Türkiye’ye nakledenler,
- b) Kararname ile yurt dışındaki milli veya milletlerarası kadrolara atanıp da bu görevlerinden dönen kamu görevlileri (Bunlar için Türkiye gümrük bölgesi dışında en az 24 ay ikamet şartı aranmaz),

İkametgahlarını naklettikleri son giriş tarihinden en az 6 ay öncesinden beri yurt dışında bulundukları ülkede adlarına kayıtlı ve adlarına kaydının yapıldığı yıl itibariyle (kayıt ve model yılı dahil) 3 yıldan eski olmayan kullanılmış motorlu veya motorsuz özel kara nakil vasıtaları gümrük vergilerinden muaf olarak ithal edebilirler.

- c) **Türk vatandaşlığına geçmek suretiyle ikametgahlarını Türkiye'ye nakleden kişiler:** Türk vatandaşlığına geçmek suretiyle kanuni ikametgahını yabancı bir ülkeden Türkiye gümrük bölgesine kesin olarak nakleden kişilerin (evlilik suretiyle Türk vatandaşlığına geçenler hariç) ikametgahlarının naklinden önceki Türkiye’ye son giriş tarihinden en az 6 ay öncesinden beri yurt dışında bulundukları ülkede adlarına kayıtlı ve adlarına kaydının yapıldığı yıl itibariyle (kayıt ve model yılı dahil) 3 yıldan eski olmayan kullanılmış motorlu veya motorsuz özel kara nakil vasıtalarının ithalinde gümrük vergileri aranmaz. Bunların Türkiye gümrük bölgesi dışında 24 ay ikamet etmeleri şart değildir.
- d) **Veraset yoluyla ithalat:** Türkiye gümrük bölgesi dışında yerleşik kişilerin ölümü ile Türkiye’de ikamet eden veya Türkiye’ye kesin olarak dönen Türk uyruklu mirasçılarının intikal eden kullanılmış bir adet motorlu veya motorsuz özel kara nakil vasıtası ithalinde gümrük vergileri aranmaz.

Muafiyet, mücbir sebepler saklı kalmak kaydıyla, ölene aidiyetinin ve namlarına gelenlere intikalinin kanaat verici resmi belgelerle ispatı şartıyla, veraset ilamı tarihinden itibaren 12 ay içinde getirilen motorlu veya motorsuz özel kara nakil vasıtası için tanınır.

Muafin araç ithaline ilişkin diğer bilgiler;

- Muafin ithal edilmiş olan motorlu veya motorsuz özel kara nakil vasıtaları, serbest dolaşıma girdiği tarihten itibaren 12 ay geçmedikçe, gümrük idaresine bildirilmeden belli bir para karşılığı veya karşılıksız olarak ödünç verilemez, teminat olarak gösterilemez, kiralanamaz, devredilemez veya satılamaz.

- Muafien ithalinden itibaren geçmesi gereken 12 aylık sürenin bitiminden önce ödünç verilen, teminat olarak gösterilen, kiralanen, devredilen veya satılan motorlu veya motorsuz özel kara nakil vasıtalarına ait gümrük vergileri, 4458 sayılı Gümrük Kanunu’nun 181 ila 194 üncü maddelerindeki esaslara göre tahsil olunur. Bu durumda yükümlüler hakkında ayrıca cezai takibat yapılır.
- İthal işleminin tamamlanan motorlu veya motorsuz özel kara nakil vasıtaları için gümrük idaresince düzenlenecek trafik şahadetnamesine "Bu aracın para karşılığı veya karşılıksız olarak ödünç verilmesi, teminat olarak gösterilmesi, kiralanması, devri ve satışı yasaktır" şeklinde şerh konularak ilgili trafik idaresine gönderilir.
- Yapım türü ve malzemeleri itibariyle bedeli mukabili yahut bedelsiz olarak eşya veya sürücüsüyle birlikte 10 ya da daha fazla kişi taşıyacak şekilde imal edilmiş, römorklu veya römorksuz çekici de dahil olmak üzere, her çeşit motorlu kara yolu aracı ve esas olarak insan veya insan taşımaktan başka basit amaçlara yönelik olan her türlü vasıtanın yukarıdakiler kapsamında muafien ithali mümkün değildir.
- Motorlu veya motorsuz özel kara nakil vasıtası ithali aile ünitesine tanınır. Verilen hak şahsın taşınması gereken şartlara bağlı olduğundan, otomobil ithal başvurusu hak sahibi tarafından bizzat yapılır ve eşlerden biri, diğeri adına kayıtlı aracı ithal edemez.

e) Türkiye gümrük bölgesi dışında sürdürülen ekonomik bir faaliyetin Türkiye gümrük bölgesine nakli

Türkiye gümrük bölgesi dışında sürdürülen ekonomik bir faaliyetin Türkiye gümrük bölgesine nakli dolayısıyla ithal edilen sermaye malı ve diğeri malzeme gümrük vergilerinden muaftır.

Faaliyet deyimi, madencilik, tarım, serbest meslek faaliyeti ve benzeri faaliyetler de dahil olmak üzere üreticilerin, tüccarların veya hizmet sunan kişilerin her türlü ekonomik faaliyeti anlamına gelir.

- Teşebbüs, bağımsız ekonomik birim demektir. Bu birim, bir kurumun tümünü ya da bu tür bağımsız işleyen bir kurumun bir bölümünü kapsar.
- Sermaye malları ve diğeri malzemeler deyimi, teşebbüsün faaliyetini devam ettirmesi için gerekli teknik malzemeler ile büro ve dükkan malzemeleri anlamına gelir. Tarımsal bir teşebbüsün söz konusu olması halinde, canlı hayvanlar söz konusu mal ve malzeme kapsamına dahil edilir.

muafiyet;

- 1) Mücbir sebep halleri saklı kalmak kaydıyla, Türkiye gümrük bölgesine nakletmek üzere yabancı ülkedeki faaliyetini sona erdirmeden önce en az 12 ay süre ile teşebbüsçe fiilen kullanılmakta olan,
 - 2) Nakilden sonra da aynı amaçla kullanılacak olan,
 - 3) Söz konusu teşebbüsün niteliği ile büyüklüğüne uygun bulunan,
- eşya ve malzeme ile sınırlıdır.

Muafiyet hakkı sadece, Türkiye gümrük bölgesinde de benzer bir faaliyeti yürütmek amacıyla, ayrıldıkları ülkedeki faaliyetlerini kesin olarak sona erdiren müteşebbislere tanınır. Türkiye gümrük bölgesinde yerleşik bulunan bir müteşebbisle herhangi bir bağlantı kurma amaçlarına yönelik teşebbüsler için muafiyet uygulanmaz. Muafiyet hakkı sadece ayrıldıkları ülkede en az 3 yıl süre ile aynı işte çalışan kişilere tanınır.

Aşağıda sayılan eşya muafiyet kapsamı dışındadır:

- a. Üretim veya hizmet endüstrisi makinası olmayan, taşınabilir laboratuvar veya dış yayın yapma birimleri gibi ulaşım araçları,
- b. İnsanların tüketimine mahsus erzak veya hayvan yemleri,
- c. Ham, yarı mamul veya mamul madde stokları ile akaryakıtlar,
- d. Satıcıların mülkiyetinde bulunan küçük veya büyükbaş hayvanlar.

Bu madde hükümlerine göre motorlu nakil vasıtalarının ithali mümkün değildir.

KAYNAKLAR

Gümrük Müsteşarlığı, Anafartalar T.C.Başbakanlık Gümrük Müsteşarlığı Hükümet Meydanı
06100 Ulus / ANKARA, internet: gumruk.gov.tr, e-mail: ggm@gumruk.gov.tr

BÖLÜM XII

NAKLİYE VE BELGELER

69. "Nakliye Aracısı" Kimdir ve İhracatçı Tarafından Nasıl Seçilmelidir?

Nakliye Aracısı(forwarder), malların kara, deniz ve hava yolu ile nakliyesini düzenleyen acentadır. Nakliyecisi adına liman ve gümrükteki bütün prosedür ve evrak formalitelerini tamamlar. Malların yola çıkmadan önceki depo işlerini de düzenler. İhracatçı, ithalatçı ve taşıyıcılar arasında bir aracı görevi yapan "forwarder"lar belirlenen prensipler çerçevesinde belgelerle belirtildiği üzere ön taşımayı veya gemiye yüklemeyi düzenlerler.

Bazı nakliye araçları, geliştirdikleri sağlam ilişkiler sayesinde, gemi veya havayolu ile taşımada özel indirimler de sağlayabilirler. Nakliye aracısının ihracatçıya sağladığı hizmetler şunlardır:

- En ekonomik (ucuz) nakliye rotasını belirlemek,
- Gönderilecek malların ambalaj ve kolilerin üzerine yazılacak bilgileri düzenlemek,
- Nakliye için hazırlık yapmak ve belgeleri düzenlemek,
- Nakliye için gerekli evrakları toplamak,
- Sigorta ve hak talebini düzenlemek,
- Nakliye için yer ayırttırmak,
- Hava ve denizyolu ile nakliye karşılaştırmalı maliyet hesabı yaparak öneride bulunmak.

İhracatın gerçekleştiği aşamada pek çok etken ortaya çıktığından yeni ihracatçılar da, deneyimli ihracatçılar da nakliye acentasına bağlı çalışmayı tercih eder. Aslında nakliye aracısı, nakliye acentası gibi çalışır ve yabancı ülkelerin ithalat mevzuatı ve yönetmelikleri, nakliye yöntemleri, ihracata ilişkin hükümet düzenlemeleri, uluslararası belgeler konusunda bilgi sahibidir.

Nakliye Aracısı, nakliye maliyeti, konsolosluk ücreti, liman ödentisi, özel belgelerin maliyeti, sigorta maliyeti gibi fiyatlandırmada maliyet unsuru olarak etkili olacak konuların bilinmesinde ihracatçıya yardımcı olur. Malların nakliyesinde en iyi korunacak şekilde ambalajlanması, liman veya konteynere yerleştirilmesinin ne şekilde olacağı konusunda önerilerde bulunur. Hizmet bedeli olarak müşteriden istenen miktar makul olmalıdır.

Nakliye Aracısı, sipariş için gerekli olan ticarî fatura, akreditif mektubu, koli listesi, gibi belgeleri bir daha gözden geçirmelidir. Nakliye aracında gerekli yeri ayarlamalıdır. Şayet kargo ihracatın yapılacağı limana gerekli dokümanlar tamamlanmadan gelmişse gümrük komisyoncusu ile işlemleri tamamlamaya çalışabilir. Buna ilaveten, mallar ancak yükleme zamanına yetişmiş olabilir. Bu durumda konşimento ve diğer gerekli özel belgeler hazırlanabilir. Malların gönderilmesinden sonra bütün evraklar doğrudan müşteriye veya ödemeyi yapacak bankaya gönderilir.

Nakliye Aracısı'nı seçmeden önce aşağıdaki üç konu akılda tutulmalıdır:

Forwarder (Nakliyecisi) ile bir bağlantı kurulabilir mi?

Nakliye Aracısı'nın ölçü, sistem ve uzmanlığı girişimcinin ihtiyaçlarını karşılayabiliyor mu?

Nakliye Aracısı'nın ilgili güzergahta tecrübesi var mı?

Bilhassa karayolu nakillerinde güzergaha uygun bir Nakliye Aracısı bulmak için; UND-Uluslararası Nakliyeciler Derneği, Ticaret ve Sanayi Odasından yardım alınabilir. Bu kuruluşlar çeşitli acentalar hakkında bilgiye sahiptir. Nakliye Aracısının sunduğu hizmetler: özel bir ürün ve ülke konusundaki deneyimi, yurt dışındaki depolama faaliyetleri ve uyguladığı oran, değerlendirilmede önemlidir.

KAYNAKLAR

-ÇALIŞ Asım, İhracatta Teslim Şekilleri, INCOTERMS Açıklamaları ve Nakliyat, İGEME Yayını, Ankara, 2006, www.igeme.gov.tr

-UND-Uluslararası Nakliyeciler Derneği Büyükdere Cad. Sivritaş Sokak Elbir Han 18/4 Mecidiyeköy- İSTANBUL Tel : 212. 274 8875 Faks: 212. 267 28 03

-Nakliye El Kitabı, SAGÜN Sektörel Yayınlar Dizisi:1, Bebek Cad. Ali Pertek Sk. No:2, 80830 Rumelihisarı-İstanbul, Tel & Fax: (212) 2575576 e-mail: sagun@performans.net.tr

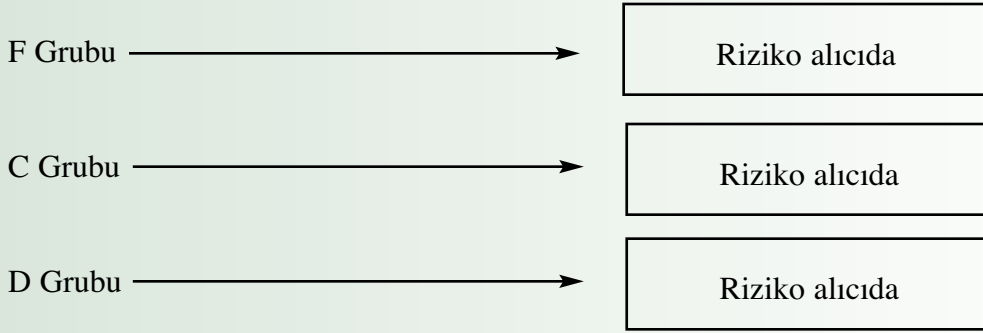
70. İhracat Mallarının Nakliye İçin Sigorta Edilmesi Gerekli Midir? Fors Majör (Mücbir Sebep) Durumunda, Hasar ve Kayıplardan Kim Sorumludur?

Sigorta konusu sadece taşımacılık faaliyeti çerçevesinde değil aynı zamanda incoterms klozları içerisinde de çok önemli bir yer tutan ve ne yazık ki düşülen bazı yanlış anlamalar çerçevesinde ihracatçılarımızın ve ithalatçılarımızın mağduriyetle karşılaşmaları bir konudur.

Bu tür olumsuzluklar daha ziyade ICC'nin resmi incoterms metninin yanlış yorumlanmasından kaynaklanmaktadır.

Toplam 13 adet terim içerisinde sadece "CIF" ve "CIP" klozlarında sigorta ifadesi geçmekte diğerlerinde geçmemektedir. Bunun dışındaki terimlere ilişkin olarak resmi metne bakıldığında "no obligation" ifadesi kullanılmıştır. Bu ifade " tarafların birbirlerine karşı yükümlülüğünün bulunmadığı" anlamını taşır ve süreç içerisindeki risklerin aynen devam ettiği malumdur. O nedenle, mağduriyete mahal vermemek için ;

*_ kural olarak riski kim yükleniyorsa sigortayı o yaptırmalıdır
_ya da taraflar bu husula ilgili olarak sözleşmeye hüküm koymalıdır*



Sigorta konusuna ilişkin ICC tarafından düzenlenmiş diğer hususlar ;

- İhracatçı, sigorta yükümlülüğünü de üstlendiği ilgili incoterms klozlarında, masrafları kendisine ait olmak üzere bir sigorta poliçesini temin etmeli ve poliçenin bir nüshasını veya bunu kanıtlayan başka bir dokümanı alıcıya iletmelidir,
- Ticarî teamüller en dar kapsamlı sigorta yaptırmayı öngörür (sadece yangın/çalınma/hasar gibi); ancak ekstra prim farkı ithalatçıya (alıcıya) ait olmak üzere daha geniş kapsamlı sigorta poliçeleri de tanzim edilebilir (savaş/grev/kitlesel hareketler gibi)
- Sigorta sürelerinin kapsamı, ilgili incoterms klozlarının ifade ettiği sürelerle sınırlı olacaktır.

_ Sigorta bedeli, satış sözleşmesi (ya da fatura ve/veya gümrük beyannamesinde) deklare edilen mal bedelinin %10 fazlası olmak durumundadır.

Bütün iyi niyete rağmen, ihracatçı ve ithalatçının kontratta yazan koşulları yerine getirmesi mümkün olmayabilir. Fors majör, (haklı mazerete sahip olma) kontratta üzerinde anlaşılmış, her iki taraf için olma ihtimali taşıyan olaylardır. Hangi tür olay ve koşulların fors majör sayılacağı

ihracatçı ve ithalatçı tarafından karar verilerek listelenir. Uluslararası sözleşmelerde yer alan tipik fors majör olaylar şunlardır: Savaş, ayaklanma, isyan, sabotaj, grev ve işçi olayları, yangın, patlama ve diğer kaçınılmaz kazalar, sel, fırtına, deprem ve doğal afetler.

Sözleşmede yer alan teslim şekli, taşımadan kaynaklanan riski hangi tarafın üstlendiğini belirleyecektir. CIF olması durumunda risk limandan itibaren başlar ve kayıp ve hasar durumunda (örneğin gemi yolculuğu esnasında olursa) fors majör olaylar için ödeme alıcıya (ithalatçı) düşer. CIF durumunda gemi sigortası ve deniz yolu ile taşıma bedelini satıcı (ihracatçı) öder.

Nakil işleminin değişik aşamalarında çeşitli araçlar devreye girer: Acentalar, taşıyıcılar, liman ve gümrük idaresi gibi. Araçlar o anda malın mülkiyetini ellerinde bulundurlar ve herhangi bir zarar veya kayıp durumunda kargo sahibine zararını ödeyebilirler.

Bununla birlikte, aracı doğal afet, savaş veya grev durumundaki hasardan sorumlu değildir. Aynı zamanda, nakliye sırasında mallar iyi korunmamışsa, yani ambalaj hatasından kaynaklı zararlar da kargo sahibine aittir.

KAYNAKLAR

-ÇALIŞ Asım, İhracatta Teslim Şekilleri, INCOTERMS Açıklamaları ve Nakliyat, İGEME Yayını, Ankara, 2006, www.igeme.gov.tr

-Mücbir Sebep ve Beklenmeyen Hal, ICC (International Chamber of Commerce). Yayın no:421. Temin edilebileceği adres:

Milletlerarası Ticaret Odası (MTO) Türkiye Temsilciliği, Atatürk Bulvarı No:149 Bakanlıklar 06640 Ankara Tel: (312) 4178733 fax: (312) 4171483

İnternet: <http://www.tobb.org.tr/icc/icc.htm> e-mail: icc-tr@info.tobb.org.tr

71. Mevcut Nakliye Alternatifleri İçinde En İyi Yol Hangisidir?

Her ulaşım yolunun avantaj ve dezavantajları vardır. Hangi yolun seçileceği: Ürüne, ihracatçının ihtiyaçlarına, ithalatçının bulunduğu ülkenin güzergahına bağlıdır. Fiyat, son teslim tarihi, ürüne ilişkin özel koşullar, taşımaya ilişkin akılda tutulması gereken hususlardır.

Başlıca nakliye şekilleri şunlardır:

Hava Yolu ile İhracat: Hacim olarak küçük, değer olarak büyük malların özellikle uzak mesafelerde hızlı taşınması için oldukça güvenilir bir yoldur. Çabuk bozulan veya ivedilikle gönderilmesi gereken ürünler için hava yolu tercih edilir. En pahalı taşıma yöntemidir. IATA-Uluslararası Hava Taşımacıları Birliği'nin yayımladığı tarifelere bakarak taşıma süresi belirlenir.

Deniz Yolu ile İhracat: Malların gönderilmesinde en yavaş nakliye yöntemi olmakla birlikte, büyük hacimli malların taşınması için uygundur. Sözleşmede belirtilen tarihte malların teslim edilebilmesini sağlayacak şekilde rezervasyon yaptırılması gereklidir. Genellikle 6-8 hafta önce rezervasyon yapılmış olmalıdır. Gemi ile kargoda üç tip taşımacılık söz konusudur: 1-) Genel Kargo; değişik mallar birarada taşınır 2-) Full Kargo; benzer ürünler birarada taşınır, kakao, pamuk gibi 3-) Bulk Kargo; demir, kömür gibi istiflenebilen mallar taşınır. Geminin bir gün içinde yol alacağı mesafe "söz konusu bölge koşullarında münasip görülen müddet olarak" belirtilmektedir.

Karayolu ile İhracat: Karayolu ile taşımacılık, ihracatçının malları ithalatçıya doğrudan ve en esnek şekilde ulaştırmasını sağlayan yoldur. Küçük veya büyük kargolar için idealdir. Taşıma maliyeti ise ihracatçının kendi olanakları ile taşıtıp taşımadığına veya ürününü iyi koruyacak şekilde ambalaj yapılıp yapılmadığına göre değişir. Bir kamyonun bir günde katedebileceği ortalama yol CMR Konvansiyonunda 450 km. olarak belirtilmiştir.

Demiryolu Taşımacılığı: Denizyolu taşımacılığında kullanılan konşimentonun yerini, demiryolu taşımacılığında CIV ve CIM belgeleri almaktadır. Bu belgelerin ciro edilmesi olanaklı değildir. CIM sözleşmesine göre vagonun bir günde alacağı ortalama mesafe 300 km'dir.

Alıcının Adresinin Yazılması

- Kolinin üstünde İhracatçının adı ve adresi açıkça gözükmelidir.
- Yağmurda çıkmayacak şekilde mürekkeple yazılmalıdır
- İhracatçının adresi koliye yapıştırılmalıdır
- Taahhütlü ibaresi olmalıdır
- Hava yolu ile yapılan parsiyel taşımada "Par Avion-By Air Mail" ibaresi adres köşesinin üstünde görülmelidir.

Maden, banknot, işlenmemiş taş ve mücevher için sigorta zorunludur. Belirli ülkeler için de sigorta gerekebilir.

Malların Çoklu Nakliye Şekilleri ile Taşınması

Malların iki veya daha çok nakliye şekli (demiryolu, karayolu, denizaltı veya deniz yolu) ile yurt

dışına gönderilmesidir. Taşıma tek bir kontrat ve tek bir operatörce yapılır.

Avantajları:

- Taşımaya ve ödemeye ilişkin her tür şikayette konsinyatörün (ihracatçı) muhatab olacağı tek bir kişi veya kuruluş sözkonusudur.
- Malların hasar ve kayıp riski ile zaman kaybının azalması sözkonusudur.
- Malların çoklu nakliye ile taşınması uzaklığın yol açtığı dezavantajın azalmasını sağlar.
- Nakliyeden kaynaklanan doküman ve formalitelerin azalmasını sağlar.
- Kargo sigortası, nakliye ücreti gibi maliyeti artıran unsurların azalması nedeniyle alıcı ile yapılacak pazarlıkta fiyat konusunda avantaj sağlanır.
- Çoklu nakliye dokümanı ihracatçının parasını daha erken almasını sağlar.

KAYNAKLAR

T.C. Ulaştırma Bakanlığı

Emek 4. Cad. No.5 Ankara Tel: (312) 212 67 30 Faks: (312) 212 49 00

Internet: <http://www.ubak.gov.tr>

-T.C. Başbakanlık Denizcilik Müsteşarlığı

GMK Bulvarı No.128 Maltepe- Ankara Tel: (312) 232 38 49 Fax:: 312. 231 33 06

<http://www.denizcilik.gov.tr>

-TCDD Genel Müdürlüğü

Talatpaşa Bulvarı Gar- Ankara Tel: (312) 309 05 15 Fax: (312) 312 32 15 <http://www.tcdd.gov.tr>

-Deniz Ticaret Odası

Meclisi Mebusan Cad. No.22 80154 Salıpazarı- İstanbul Tel: (212) 252 01 30

Fax : (212) 293 79 35 <http://www.chamber-of-shipping.org.tr>

72. Nakliyecinin Yükümlülükleri Nelerdir?

Taşıma Belgesi-Konşimento (The Carrier's Declaration/ Consignment note): Taşıma Belgesi veya konşimento; ihracatçı ile malları belli bir noktadan diğerine taşıyacak olan taşıyıcı arasında yapılan sözleşmedir. Bu belge ile yük üzerine taşıma hizmetinden doğan edim ve sorumluluklar taşıyana geçer. Genellikle standart formatlara sahip olan taşıma belgesi taşıyıcı veya nakliye aracı tarafından ihracatçıya gerekli detaylar sorularak hazırlanır. İhracatçıya hangi tür nakliye ile mallarını taşımak istediği, malların değeri, ağırlığı, hacmi ve evraklar için gerekli diğer detaylar ve herhangi bir aksaklık durumunda ödemeyi kimin yapacağı gibi hususlarda bilgi istenir.

Taşıma belgesi, nakliye türüne ve nakliyeciden nakliyeciyeye değişebilir. Nakliyeye konu olan malları taşıyan ile taşıtan arasında yapılan bir taşıma sözleşmesi, malların taşıyan tarafından teslim alındığını gösteren bir makbuz olup, bazı şartlar altında kıymetli evrak niteliğindedir. Taşıma belgelerinin tümü makbuz özelliğinde olmakla beraber, bu belgelerin bazıları sözleşme veya kıymetli evrak niteliği taşımayabilirler.

Konşimentolar teslim şekillerine göre: a-) Nama yazılı konşimento, b-) Emre yazılı konşimento, c) Hamiline yazılı konşimento, d-) Tesellüm konşimentosu, e-) Yükleme konşimentosu olabilir.

Ayrıca; 1-) Deniz konşimentosu 2-) Özellikli konşimentolar 3-) Diğer taşıma belgeleri olarak üç sınıfta gruplandırılmaktadır.

Özellikli konşimento türleri: Tek konşimento (trough B/L), kombine nakliyat konşimentosu (combined transport B/L), konteyner konşimentosu, düzgün hat konşimentosu, kısa konşimento, tanker konşimentosu, ciro edilemez konşimento, navlun sözleşmesine dayalı konşimento, kaptan makbuzudur.

Denizyolu Taşımacılığında Kullanılan Belgeler:

Doğru Konşimento: Malın alıcıya teslim edilene kadar sayıca birden çok taşıyanla taşıma hizmetine tabi tutulmasıdır.

Kirli Konşimento: Şerh düşülmüş konşimentodur. Malın "görünürde iyi" durumda teslim alınmaması halinde söz konusu olur. Yükleten (taşıtan) kirli konşimentoyu yeğlemez. Çünkü böylesi bir konşimentoyla ne yükün diğer kişilere devri olanaklıdır, ne yükleten parasını bankadan alabilir ne de yükü kolayca sigorta ettirebilir.

Sundurma (Tesellüm) Konşimentosu: Bu konşimento, yükün taşıyanın gümrük antreposunda ya da tesellümünde olduğunu gösterir. Yük gemiye yüklenmemiştir. Bu konşimentoda genellikle "in apparent good order and condition" deyiimi bulunur. Gemiye yüklenmiş olduğunu belirten bir deyim konşimentoda yer almaz. Mal gemiye yüklendiğinde ise kesilen konşimentoya "shipped in apparent good order and condition" deyiimi düşülür.

Aktarma Konşimentosu: Taşıyanın bir limana doğrudan servisi olmaması durumunda yakın ya da dolaydaki bir limana yükün aktarılacak başka bir gemiyle varış limanına götürüleceğini belirten konşimentodur.

Yükleme Ordinosu (Mate's Receipt): Yükün gemiye yüklenmek üzere teslim alındığını belirleyen makbuzdur. Yükleme öncesinde yükleyiciye verilir. Yük, gemiye yüklendikten sonra konşimentoyla değiştirilir. Bir tür güvence belgesidir.

Delivery Order: Tek konşimentoyla taşınan parsiyel (birden çok alıcısı olan) yüklerde alıcıları belirlemek için düzenlenir. Kıymetli evrak niteliği yoktur.

Manifesto: Geminin varış limanlarına göre, gemideki yükün tüm özelliklerinin yazıldığı bir dökümandır. Yükleme limanındaki acente tarafından, konşimento içeriğine göre hazırlanır.

Navlun Mukavelesi (Charter Party=C/P): Bir malın iki liman arasında taşınması için hazırlanmış sözleşmedir. Yük, bu anlaşma esaslarına göre taşınır. C/P’de bir tarafta kiracı, diğer tarafta armatör yer alır. Navlun mukavelesi, taşıma ile ilgili tüm koşulları içerir.

Karayolu Taşımacılığında Kullanılan Belgeler:

Karayolu taşımacılığında kullanılan belgelerin birçoğu ihracat işlemleri için gerekli belgeler ile benzerlik göstermekte olup "İhracatta Yapılan İşlemler" ve "İhracatta Kullanılan Belgeler Nelerdir?" bölümlerinde açıklanmıştır. Söz konusu belgelere ek olarak karayolu nakliyatında kullanılan belgeler şunlardır:

Karayolu Taşıma Senedi; Kamyonla yapılan taşımalarda uluslararası CMR (Convention Merchandises Routier) Anlaşması gereğince düzenlenen bir taşıma senedir.

Tır Karnesi; TOBB tarafından verilmektedir. C2 yetki belgesine sahip şirketin C2 belgesini ibraz edip ortakları hakkında bilgi ve banka referanslarını sunarak uygun görüldüğü takdirde bu belge alınır.

Hamule Senedi (Taşıma Senedi); Karayolları taşımasında konşimento olarak tanımlanmaktadır. Hukukî bir belge niteliğini taşıyan bu akit alıcı tarafından tasdik edildikten sonra satıcıya ibraz edilir.

Karayolu Manifestosu (Bill of Lading); TIR Karnesi, Hamule Senedi Karayolu ve Demiryolu ile yapılacak nakliyalarda bu manifesto düzenlenmektedir. Taşımanın şeklini ve özelliklerini gösteren bir belgedir.

Demiryolu Taşımacılığında Kullanılan Belgeler:

CIV ve CIM Belgeleri; Denizyolu taşımacılığında kullanılan konşimentonun yerini, demiryolu taşımacılığında CIV ve CIM belgeleri almaktadır. Bu belgenin ciro edilmesi olanaklı değildir.

Hava Taşımacılığında Kullanılan Belgeler:

Havayolu Faturası (AWB); Deniz taşımacılığında konşimento ne ise havayolu taşımacılığında kullanılan bu fatura bir farkla konşimentonun aynısıdır. Havayolu faturası devredilemez ve ciro edilemez.

İhracatçının malları göndermeden önce dikkat etmesi gereken hususlar şunlardır:

- Malları ihraç etmek için gerekli lisans (izin) alınmış olmalıdır.
- Sözleşmede belirtildiyse malların kalite kontrolünü yapacak olan bir gözetim şirketi ile bir anlaşma yapılmış olmalıdır.
- Uygun bir ticarî fatura ve diğer ihracat dokümanları hazırlanmış olmalıdır. İthalatçı ülke makamlarının da kolayca anlayabileceği açık ve basit belgeler hazırlanmalıdır,
- Bütün belgeler aynı imzayı taşımalı, aynı koşulları, miktarları ve fiyatları belirtmelidir. Farklı beyanlar yerli ve yabancı makamlar nezdinde ve bankalarla sorunlara yol açabilir.

BÖLÜM XIII

AMBALAJLAMA VE ETİKETLEME

73. Ürün İçin İhtiyaç Duyulan Ambalaj Nasıl Olmalıdır?

Ambalaj, bir ürünün üreticiden tüketiciye kadar uzanan dağıtım zincirinde güvenli ulaşımının sağlanabilmesi için kullanılan koruyucu araçların tümüdür. Ambalaj, ürünün tüm yaşam süresi boyunca ekonomik ve çevreye duyarlı olarak, korunmasını, barınmasını, sunumunu ve tanıtımını sağlamalıdır. Ürün ambalajlanırken, ürüne has özellikler ve ihtiyaçlar unutulmamalıdır. Gıda, kimyasal ve akıcı maddeler, zararlı maddeler vb. farklı uygulamaları gerektirmektedir. Örneğin, gıdalar basınca karşı korunmaya ihtiyaç duyarken, eczacılık ürünlerinin ısıya karşı korunması gerekmektedir.

En uygun ambalaja karar verirken dikkat edilmesi gereken, ürüne ait, özellikler şunlardır:

- Kırılabilirlik,
- Dayanıklılık,
- Yüzeysel aşınmalara dayanma gücü,
- Parasal değer,
- Neme karşı hassasiyet,
- Sıcaklık değişimlerinden etkilenme oranı ,
- Oksidasyon ve korozyon gibi kimyasal reaksiyonlara tepki,
- Raf ömrü.

Kullanılacak taşıma şekli ambalajın seçimini belirlemektedir. Örneğin hava taşımacılığı, deniz taşımacılığına göre daha hafif ambalajları gerektirmektedir. Hem deniz hem de hava taşımacılığında, nakliye şirketleri ambalaj konusunda geniş bilgi verebilirler.

Ürünlerin yabancı limanlarda, kötü niyetli kişilerce yer değiştirmesini (çalınmasını) önlemek amacıyla, içeriğini açıkça belirten marka ve logoların yer almadığı sade dış ambalajların kullanılması iyi bir yöntem olarak önerilebilir. Dış ambalajın mümkün olduğunca sade (baskısız) olmasında büyük yarar vardır.

İhracatçı ambalajlama ihtiyaçlarını belirlerken, mutlaka müşterisinin taleplerine, uluslararası ambalaj standartlarına ve ilgili pazardaki yasal düzenlemelere uymalıdır. Uluslararası ve ulusal düzeyde ISO, AFNOR (Fransa), DIN (Almanya), BS (İngiltere) ve ASTM ve ANSI (ABD) standartları mevcuttur.

Avrupa Birliği'nde ambalaj ile ilgili uygulamalar "Ambalaj ve Atıkları Direktifi-94/62/EC" göre yürütülmektedir. Bu direktif ambalaj atıklarını önlemek ve geri dönüşümünü, tekrar kullanımını özendirmek, böylece atık miktarını azaltmak amacıyla tasarlanmıştır.

Ülkemiz ise 30 Temmuz 2004 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan "Ambalaj ve Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği" ile daha önce yürürlükte olan Katı Atıkların Kontrollü Yönetmeliği, içerik ve kapsamı yeniden düzenlenerek yenilenmiş ve AB mevzuatı ile uyumlu hale getirilmiştir. Ayrıca 2002 yılında Türkiye'nin de taraf olduğu Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü tarafından yayınlanan Uluslararası Ticarete Ahşap Ambalaj Malzemesini Düzenleyici Normlarla ilgili olarak, ahşap ambalaj malzemeleri ile zararlı organizmaların ülkemizden yurtdışına

ve yurtdışından ülkemize girişini, taşınmasını ve yayılmasını önlemek için oluşturulacak yapının usul ve esasları ISPM 15 göre belirlenmiştir. Bu yönetmeliğe göre ahşap ambalaj malzemesi üreticilerinin bitki sağlığı güvencesi ile öngörülen şartlara uyduğunu gösteren işaretin kullanımına izni verilmektedir. Bu düzenlemeler, ambalajdaki uygulamalardan bazılarıdır.

Yanlış anlaşılmayı önlemek için, depolama, taşıma ve indirme bindirme sırasında ürünleri koruyacak ambalaj tipi satış sözleşmesi üzerinde belirtilmelidir.

Bazı istisnai ihracat sevkıyatlarında yüklemede ve ambalajlamada bir uzmanın (gözetmenin) onayının alınması tavsiye edilebilir. Sigortacıya ait bilgiler, ambalajlanan ürüne ait tanımlar, ambalajlama yeri, ürün ve ambalaja ilişkin detaylı bilgi, taşıma şekli ve yükleme-boşaltma, depolama bilgileri hep birlikte belgelendirilerek dosya haline getirilmelidir.

KAYNAKLAR

- İhracatta Ambalaj, İGEME, Mithatpaşa Cad. No. 60 Kızılay, Ankara, Tel: 312-417 22 23, Fax: 312-417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>. ihracatta ambalajlama ve etiketlemeye ilişkin detay bilgileri verilmektedir.
- Yaş Meyve ve Sebze Paketleme Rehberi, Cengiz TÜRKAY, İGEME, Mithatpaşa Cad. No. 60 Kızılay, Ankara, Tel: 312-417 22 23, Fax: 312-417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>. Ambalaj materyalleri, yöntemleri çeşitli yaş meyve ve sebze bazında incelenmiştir.
- Süs Bitkileri Paketleme Rehberi, Cengiz TÜRKAY, İGEME, Mithatpaşa Cad. No. 60 Kızılay, Ankara, Tel: 312-417 22 23, Fax: 312-417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://igeme.gov.tr>. Ambalaj materyalleri, yöntemleri çeşitli süs bitkileri bazında incelenmiştir.
- Manual on the Packaging of Food Products, International Trade Centre UNCTAD/WTO, Palais des Nations, 1211 Geneva 10, Switzerland. Tel: (41-22) 730 01 11, Fax: (41-22) 733 44 39, e-mail: itcreg@intracen.org, internet: <http://www.intracen.org>. Çeşitli gıda ürünlerinin paketlenmesi, kullanılan materyaller detaylıca incelenmiştir.
- List of Export packaging Publications, ITC (International Trade centre UNCTAD/WTO), 1986, Cenevre, isviçre, S. 114 palais ds nations, 1211 Geneva 10, Switzerland Tel:(41-22) 7300111 Fax:(41-22) 7334439, e-mail: itcreg@intracen.org, internet: <http://www.intracen.org>. İhracatta Ambalaj konusunda yayınlanan çalışmaların içerildiği kaynak kitap.

74. Ambalajlamanın Teknik Özellikleri Nelerdir?

Ambalajlamanın teknik özellikleri, ambalaj kalitesinin sürekliliğini ve firmanın ambalajlama ve bilgi becerisinin geliştirilmesini sağlayan bir araçtır.

Ambalajda Kullanılan Malzemeler:

Malzeme Tipleri	Kullanım Şekli
Kağıt ve Karton	Karton kutular Elyaf kutular ve dolgular Elyaf fiçılar Lamineyt film ve folyolar Çok katlı torbalar Sargılık kağıtlar, torba ve çantalar Tüpler, spiraller
Metal	Alüminyum folyolar, lamineytlar, etiketler Metal kutular (aerosoller dahil) Variller ve fiçılar Kapaklar Sıkmalı tüpler Kafesler Metal şerit, kolonlar ve bantlar
Cam	Şişeler, kavanozlar Şırıngalar Cam kaplar ve ampuller
Plastik (Selüloz ve Kauçuk Dahil)	Çantalar, keseler v.s. Kutular ve fiçılar Kapaklar ve kapaklar Kafesler Tampon ve dolgu malzemeleri Filmler, tabakalar ve levhalar Kalıpla yapılmış şişeler, kavanozlar ve kaplar Isıl işlemle yapılmış tepsiler, kaplar, baloncuklu filmler, dolgular Torbalar (film ve örme)
Ahşap (Kontreplak Dahil)	Kutular ve kafesler Sepetler ve diğerleri Variller ve fiçılar Paletler ve konteynerler Ağaç yünü
Tekstil	Balyalama malzemeleri Çantalar - torbalar

Fiziksel ve Kimyasal Koruma : Uzun ömürlü korunma, yüzeylere çinko fosfatlı veya paslanmaz çinko içeren boya gibi maddeler uygulanmasıyla sağlanabilir. Balmumu ve reçine gibi maddeler, ürünün ambalajı açıldığında kalktığından dolayı geçici bir koruma sağlamaktadır. Aşınmayı önleyici kağıtlar, ince filmler, koruyucu yağlar, silis jeli ve aşınmayı engelleyen uçucu maddeler korozyonunun önlenmesinde kullanılan etkili araçlardır. Su geçirmez maddeler polietilen veya teknik mensucatla desteklenebilir, su geçirmeyen alan içine dehidrant küçük poşetler konulabilir. Yoğunlaşmanın kontrolü açısından ayrıca ventilasyon yapılabilir.

Mekanik Korunma : Mekanik korunma, ürünün ambalaj içinde hareketinin önlenerek, bir bütün halinde tutulması, boşlukların bazı maddelerle doldurularak taşıma sırasında, baskı, sarsıntı, darbe vb. etkenlerden zarar görmesinin önlenmesi amacıyla yapılmaktadır. Çok hassas ürünler farklı uygulamalara ihtiyaç göstermekte olup, ambalaj duvarından uzakta tutulmalıdır (vibrasyonu en aza indirmek için şok tutucular vb.).

Çalınmaya Karşı Korunma : Hırsızlığa karşı etkin bir korunma bir dizi önlemi gerektirmektedir. Metal bir çemberle veya plastik şeritlerle bağlamak ürünlerin alınmasını önleyecektir. Ambalajın muhteviyatı dış yüzünde belirtilmemelidir. Mallar mümkün olduğunca en kısa yoldan doğrudan gönderilmeli, en az sayıda yükleme-boşaltma yapılmalıdır.

İşaretleme : Ambalajda olduğu gibi, işaretleme de ihracatçının sorumluluğunda olup masraflar da kendisine aittir. İşaretlemenin doğru yapılmadığı durumlarda, taşıyıcı ve sigortacıların sorumluluk almadıklarını hatırlamak gerekir. İşaretleme maliyeti, verilen fiyatın içine dahil edilmelidir. İhracatçıların işaretleme konusunda ISO tavsiyelerinden yararlanması mümkündür.

Çeki/Koli Listesi : Ambalajlamanın ve işaretlemenin tamamlanmasını takiben her bir ambalaj için aşağıdaki konuların yer aldığı bir ambalajlama listesi hazırlanmaktadır. Bunları uyarılar, adet, brüt ağırlık (kg), net ağırlık (kg), genişlik x uzunluk x yükseklik sırasıyla boyutlar (cm), hacim ve muhteviyatın detaylarıdır.

Bu liste ayrıca toplam ambalaj sayısını ve bunların brüt ağırlığı ile hacmini göstermekte ve ürünün ihracatında ve ithalatında gerekli bir belge olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu belge kargo şirketleri, nakliyeciler, depolar ve müşteriler tarafından kullanılmaktadır.

Paletler : Paletler, ambalajları bir arada tutmak amacıyla kullanılmakta, böylece indirme-bindirmeyi hızlandırmakta ve de sayım işini basitleştirmektedir. Ambalajların bir arada tutulmasını sağlamak üzere, plastik filmler(stretch) kullanılabildiği gibi vakumla plastik shrinkler de kullanılmaktadır. Ağaçtan basit olarak imal edilen paletler ucuz olup, ürünle birlikte gönderilmektedir.

Konteyner : Bir yük konteyniri, ambalajların aktarılmasına gerek kalmadan bir taşıma şekline dönüşümüne geçişi kolaylaştıracak şekilde tasarlanmış olmalı, doldurma ve boşaltma işini zorlaştırmamalı, en az 1 metreküp veya daha büyük olmalıdır.

KAYNAKLAR

- Manual on Wooden Packaging: ITC (International Trade Centre UNCTAD/WTO), 1986, Cenevre, İsviçre, S.114 Palais des Nations, 1211 Geneva 10, Switzerland. Tel: (41-22) 730 01 11, Fax: (41-22) 733 44 39, e-mail:itcreg@intracen.org, internet: <http://www.intracen.org>. Ağaçtan ambalaj malzemeleri ve kullanıldığı alanlara ilişkin bilgiler verilmektedir.
- Packaging Manual: CBI (Centre For The Promotion of Imports From Developing Countries), Rotterdam, Hollanda, S. 115, Tel: (31-10) 2013434 Fax: (31-10) 4114081 e-mail:cbi@cbi.nl, internet: <http://www.cbi.nl>. Her türlü ambalaj ve malzemesi, yeniden kullanım, geri dönüşüm konusundaki ulusal/uluslararası mevzuat yer almaktadır.
- Packing and Packaging: Equipment and from France. , ADEPTA (Association for the Development of International Exchange of Food and Agricultural Products and Technologies), 1995 Paris, Fransa, s.35. Yayın İGEME kütüphanesinde mevcuttur. Ambalaj endüstrisine ilişkin Fransa'da yaşanan gelişmeler detaylıca incelenmiştir.
- İhracatta Ambalaj, İGEME, Mithatpaşa Cad. No. 60 Kızılay, Ankara, Tel: 312-417 22 23, Fax: 312-417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>. ihracatta ambalajlama ve etiketlemeye ilişkin detay bilgiler verilmektedir.
- Oluklu Mukavva Ambalajlar: OMÜD (Oluklu Mukavva Üreticileri Derneği), 1991, İzmir, S.181, Oluklu mukavva sanayi ve sanayicileri hakkında bilgiler bulunmaktadır.

75. Hedef Pazar Ürün Ambalajını Etkiler mi ?

Ürünün ihraç edildiği pazar kullanılacak ambalajın seçiminde belirleyici rol oynamaktadır. Farklı ülkelerdeki ithalatçıların nakliye ambalajı talebi farklı olmakta, tüketiciler ise tüketici ambalajının seçimini belirleyen farklı satın alma alışkanlıkları göstermektedir.

Rakip ürünlerin ambalajları da ürünün ambalaj seçimini etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır. İthalatçılar daha ziyade taşınması pratik, standardize edilmiş ürün ambalajlarını tercih etmektedir. Ancak farklılaştırılmış bir ürün ambalajı genelde o ürünün pazarlama stratejisinin bir parçası olup standardizasyon ileriki aşamalarda düşünülmelidir.

Daima ihracat yapılacak hedef pazarların, gelenek göreneklerine ve kültürel hassasiyetlerine saygılı olunmalıdır. Bu durum sadece nezaket gereği olmayıp, ticari bir takım tasarım ve etiketler farklı ülkelerde farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Örneğin:

Şekil ve Semboller : Bazı şekil ve semboller niyet edilenden farklı şekillerde algılanabilmektedir. Bu tip belirtilerin iyi bilinmesi gerekmektedir.

Sayılar : Sayılar da farklı ülkelerde olumlu veya olumsuz mesajlar verebilmektedir. Bunun da bilinmesinde büyük yarar vardır.

Renkler : Farklı renk ve bunun gölgelerinin (shading) ayrı bir önemi vardır. İhraç pazarında renge ilişkin alışkanlıkların, hangi renklere sempati veya antipati duyulduğunun öğrenilmesi tavsiye edilmektedir.

Ambalaj, ürünün satın alınmasından kullanılıncaya kadar ürünle birlikte olduğundan, inanılmaz derecede önemli bir pazarlama elemanıdır. Ambalaj ürüne güzel bir görünüm vermekte, değişik teşhir yöntemleriyle ürünün diğer rakiplerinden ayrılmasını sağlamaktadır.

Özellikle gelişmiş ülkelere yapılan ihracatta, ambalajın kusursuz olmasına ayrı bir özen gösterilmelidir. Bazı ülkelerde, ambalaj ve etiketlendirilmesi konusunda çok sıkı kuralları vardır.

İhracatçının mutlaka ürünün ithalatçısıyla, özellikle de gıda, çabuk bozulabilir ve tehlikeli ürünlerin alıcısıyla ilişki kurarak taşıma ambalajında istenilen bilgileri öğrenmesi ve tavsiyelerini alması gerekmektedir. Doğru bir tüketici ambalajının belirlenebilmesi için, ihracatçının pazar hakkında ve de pazardaki tüketici tercihleri hakkında bilgi edinmesi gerekmektedir. İhracatçılar, ambalajlama ve etiketleme kurallarını ilgili ülkedeki Ticaret Müşavirliklerimizden, Büyükelçiliklerimizden veya Konsolosluklardan öğrenebilirler.

Codex Alimentarius ve ISO Standartları gibi uluslararası düzenlemeler ile söz konusu ürün ve ambalajı etkileyen ulusal sağlık, güvenlik, çevre ve tüketiciyi koruma kural ve düzenlemeleri ambalaj ihtiyacını belirleyen/etkileyen diğer unsurlar olarak sıralanabilir.

KAYNAKLAR

- Packaging Materials/A Survey of the Netherlands and Other Major Markets in the European Union., CBI (Centre For The Promotion Of Imports From Developing Countries), Rotterdam, Hollanda, S.115, Tel: (31-10) 2013434 Fax: (31-10) 4114081 e-mail: cbi@cbi.nl, internet: <http://www.cbi.nl>. AB ve Hollanda ambalaj malzemeleri pazarına ilişkin detaylı bilgiler verilmektedir.
- Food Exports To The Federal Republic Of Germany-Requirements Concerning Quality, Packaging And Labelling., FED (Federal Ministry for Economic Co-operation Chamber of Industry and Commerce for Munich and Upper Bavaria), 1991, Münih, Almanya, S.100. Almanya'ya gıda ürünleri ihracatında ambalajlama ve etiketlemeye ilişkin aranan kuralları verilmektedir.

76. Dağıtım Zinciri Ürün İçin İhtiyaç Duyulan Ambalajı Ne Şekilde Etkiler?

Ambalajın öncelikli fonksiyonlarından biri de ürünü korumak olduğundan, ürünün dağıtım zinciri (işletmeden nihai tüketiciye kadar olan aşamalar) ürünün ambalajını belirleyen unsurlar arasındadır. Uzun bir dağıtım zinciri, taşıma sırasında hasar görme riskinin artmasına dair bir işaret olup, ihracatçının bunu karşılayacak bir ambalajı temin etmesi zorunludur. Böylece ihracatçının ambalaj ihtiyacını belirlerken dağıtım zincirini de hesaba katması gerekmektedir.

Dağıtım zinciri boyunca üründe meydana gelebilecek hasarların önceden tahmin edilmesinde yarar vardır. İhracatçı seçtiği taşıma şekline göre ve ihtiyaç duyulacak ambalaj hakkında bilgi toplamalıdır.

Ayrıca ihracatçı ürünün geçmesi planlanan dağıtım ağının her bir noktasında mevcut depolama yükleme şartları hakkında da detaylı bilgiye sahip olmalıdır. İhracatçı, ürününe uygulanabilecek uluslararası dağıtım ve kodlama /işaretleme kurallarını da bilmelidir.

Nakliye boyunca ürünün görebileceği zararlar çok dikkatlice incelenerek en uygun ambalaj tipi seçilmelidir. Yükleme sırasında oluşabilecek kırılma ve ezilmeler, diğer yiyeceklerde kontaminasyon yoluyla oluşan hasarlar, iklimden dolayı meydana gelebilecek hasarlar (nem, sıcaklık ve don) ve hırsızlık, nakliye boyunca görülebilecek hasarlar arasında sayılabilir.

Hasarları önlemenin iki yolu vardır: Birincisi iyi bir ambalaj ikincisi ise yeterli bir sigortanın yapılmasıdır.

KAYNAKLAR

- Packaging Materials/A Survey of the Netherlands and Other Major Markets in the European Union, CBI (Centre For The Promotion Of Imports From Developing Countries), Rotterdam, Hollanda, S.115, Tel: (31-10) 2013434 Fax: (31-10) 4114081 e-mail: cbi@cbi.nl, internet: <http://www.cbi.nl>. AB ve Hollanda ambalaj malzemeleri pazarına ilişkin detaylı bilgiler verilmektedir.
- Food Exports To The Federal Republic of Germany-Requirements Concerning Quality, Packaging and Labelling., FED (Federal Ministry for Economic Co-operation Chamber of Industry and Commerce for Munich and Upper Bavaria), 1991, Münih, Almanya, S.100. Almanya'ya gıda ürünleri ihracatında ambalajlama ve etiketlemeye ilişkin aranan kurallar verilmektedir.

77. Ürün İçin İhtiyaç Duyulan Etiketleme Nasıl Olmalıdır?

Etiketleme, taşıma kuralları gereklerini yerine getirmek, uygun bir yükleme-boşaltmayı sağlamak, muhteviyatı göstermek ve alıcının yüklemeyi tanımasını kolaylaştırmak amacıyla kullanılmaktadır. Etiketleme reklam amacıyla kullanılmamalıdır.

Ülkeler ve de ithalatçı ile dağıtıcılar arasındaki kurallar ve yasal düzenlemeler değişiklik gösterdiğinden, etiketleme ürünün nakliyesi ile ilgili gruplar arasında bilgi alış-verişini gerekli kılmaktadır.

Ambalaj üzerindeki bütün bilgiler açık-seçik, suya dayanıklı bir mürekkeple ve ulaştığı yerin dilinde verilmelidir. Uluslararası taşımacılıkta yaygın olarak kullanılan birçok sembol vardır. Nakliyede kullanılacak bu semboller hakkında taşıyıcı firmalardan tavsiye talep edilebilir.

Ambalajı tamamlanmış sevkiyatın işaretlenmesi, daha iyi tanınması açısından esastır.

Yapılacak işaretlemeyle aşağıdaki bilgiler verilmelidir:

- Taşıyıcı hakkında bilgi
- Akreditifte belirtildiği şekliyle ithalatçı hakkında bilgi
- Giriş yapılacak yer ve liman
- Sipariş no.
- Menşe ülke
- Gönderildiği yer ve yüklendiği liman
- Brüt-net ağırlık, dara-net ağırlık
- İç ambalaj sayısı, boyutları, ağırlığı vs.
- Uyarıcı semboller vasıtasıyla yükleme talimatları

İhracatçı herhangi bir ülkenin kendine özgü ambalaj ve etiketleme kuralları konusunda bilgi edinmelidir. Normalde, nakliye acenteleri, ithalatçı ve müşteriler herhangi bir ülkedeki etiketleme kuralları hakkında en iyi kaynak durumundadır. Diğer kaynaklar şunlardır.

- Uluslararası organizasyonlar
- Ambalaj dernekleri
- Teknik enstitüler
- Taşımacılar
- Rakipler
- Müşteriler

KAYNAKLAR

- Reference Document on International Standardization of Selected Products, Packaging And Labelling, ITC (UNCTAD/WTO) Palais des Nations, 1211 Geneva 10, Switzerland. Tel: (41-22) 730 01 11, Fax: (41-22) 733 44 39, itcreg@intracen.org, <http://intracen.org> Bazı ürünlerin paketlenmesi ve etiketlenmesi hakkında kaynak kitap.
- Export Packing Notes ITC (UNCTAD/WTO) Palais des Nations, 1211 Geneva 10, Switzerland. Tel: (41-22) 730 01 11, Fax: (41-22) 733 44 39, itcreg@intracen.org, <http://intracen.org>, Ambalajın çok çeşitli alanlarında yapılan çalışmalar bu dizi içinde yer almaktadır.
- İhracatta Ambalaj, İGEME, Mithatpaşa Cad. No. 60 Kızılay, Ankara, Tel: 312-417 22 23, Fax: 312-417 22 33, e-mail: igeme@igeme.gov.tr, internet: <http://www.igeme.gov.tr>. ihracatta ambalajlama ve etiketlemeye ilişkin detay bilgiler verilmektedir.
- İhracatımız Açısından Ambalaj Atıklarına İlişkin Türkiye-AB Düzenlenmeleri, 1997, S.48 Cengiz TÜRKAY, İGEME, Mithatpaşa Cad. No. 60 Kızılay, Ankara, Tel: 312-417 22 23, Fax: 312-417 22 33, e-mail: igeme@igeme.org.tr, internet:<http://igeme.org.tr>, Türkiye'de ve AB ülkelerindeki katı atık önleme mevzuatları ve atık yönetimine ilişkin detaylı bilgiler yer almaktadır.
- ASD-Ambalaj Sanayicileri Demeği, Koşuyolu, Katip Salih Sok. No: 13 Kadıköy 34718 İSTANBUL Tel : (0216) 545 49 48 – 545 49 51 – 545 49 52 Fax : (0216) 545 49 47 e-mail: asd@ambalaj.org.tr, internet: <http://www.ambalaj.org.tr>
- OMÜD-Ölülük Mukavva Sanayicileri Demeği, Ataşehir Bulv. 42 A K Ada Gardenya (Baytur) Plaza 3/13 Bl. K:6 D:38 Ataşehir-Kadıköy/İstanbul Tel: 0 216 456 36 31 / 456 36 32 Fax: 0216 456 36 33 e-mail : omud@omud.org.tr, internet:<http://www.omud.org.tr>

78. Etkin Bir Ambalajlama İçin Göz Önünde Bulundurulması Gereken Faktörler Nelerdir?

Çevre konusunda duyulan kaygılar ve değişen tüketici davranışları ambalaj eğilimlerini belirlemektedir. Hem ithalatçılar, hem de tüketiciler çevreyle dost ambalajları daha fazla tercih etmektedir. Tüketiciler, füzuli atık prosedürleri gerektiren ambalajları değil, taşınması ve saklanması kolay olanları tercih etmektedir. Bu eğilimleri yakalayabilmek için ihracatçının teknik yayınları, fuar/sergileri takip etmesi gerekmektedir. Ambalaj ekipmanı ve malzemesi üreticileri de bu konuda çok faydalı bilgiler sağlayabilir. İyi bir ambalajın sahip olması gereken özellikler:

-Fiziksel özellikler: Darbe, ani düşürme/çarpma ve sarsıntı ve istifleme gibi mekanik hasarlara ve sıcaklığa karşı dayanıklı olmalıdır.

-Ürün kalitesini koruması: Sıcak, soğuk, nispi nem, rutubet, kuruluk, ışık, oksitlenme, bakteri bulaşması vb. etkenlerden ürünü koruyarak, ürünün raf ömrünü, rengini, lezzetini, sağlamlığını vs korumak.

-Ürün geliştirme özellikleri: Yani ürün için oluşturulacak kalite imajını desteklemesi, fark edilebilmesi, tasarımın kalitesi, baskı görüntü değeri, canlılığı.

-Ürün bilgisi: Ambalaj ürünün tanınmasını kolaylaştırmalı ve anlaşılabilir şekilde ağırlık, içerik, raf ömrü, imalatçı, satıcı ve ithalatçının adı, menşe ülkesi, kullanma talimatları gibi bilgiler ile gerektiğinde güvenlik uyarıları hakkında bilgiler sağlanmalıdır.

-Kullanım etkinliği: Ürünün taşınması, boşaltılması, ambalajın kolay açılması, kısmi kullanıma olanak vermesi, ambalajın sağlam ve dayanıklı olması, çevre dostu ve çocuklara zarar vermeyecek şekilde tasarlanmış olması gibi hususları içermektedir.

-Mekanik özellikleri: Önce, sonra ve kullanım sırasında şeklini koruması, kolay kapak takılması, etiketlenmesi ve baskı yapılabilmesi, doldurulma hızı, yüzeyin yumuşaklığı, (üzerine bir yapıştırma ihtiyacı duyulduğunda) yapıştırıcılara uygunluğu.

-Depolama özellikleri: Paletlemeye uygunluğu, istifleme ağırlığı ve dayanıklılığı, kısa mesafeli taşımaya uygunluğu.

- **Nakliye özellikleri:** Hacim/ağırlık oranı, boyutlar, maksimum ağırlık.

-**Ticarete uygunluğu:** Ağırlığı, istifleme performansı, dayanıklılığı, ürün, marka, işaretleme, ve kodların tanımlanabilmesi, rafları etkin kullanabilmesi, kullandıktan sonra atılabilmesi, teşhir yetenekleri.

-**Geri-dönüşüm özellikleri:** Geri dönüşüme uygun ambalaj malzemesi seçilmesi ve fonksiyonu etkilemeyecek şekilde malzeme miktarının en aza indirilmesi, atık ambalaj ile ilgili şirketlerle anlaşma yapılması.

KAYNAKLAR

- Manual on the Packaging of Furniture, 1995, S.108, ITC (International Trade Centre UNCTAD/WTO), Palais des Nations, 1211 Geneva 10, Switzerland. Tel: (41-22) 7300111, Fax: (41-22) 7334439, e-mail: itcreg@intracen.org, internet: <http://intracen.org>, Mobilya ihracatında ambalajlamanın nasıl yapılması gerektiği ve ambalaj test yöntemleri hakkında bir monograf.
- Packaging Requirements: Guide For Developing Countries, CBI (Centre For The Promotion Of Imports From Developing Countries), Rotterdam, Netherlands, S.63, Tel: (31-10) 2013434 Fax: (31-10) 4114081 e-mail: cbi@cbi.nl, internet: <http://www.cbi.nl> Yayın İGEME kütüphanesinde mevcuttur. AB ve Hollanda'nın spesifik ambalaj taleplerine ilişkin detaylı bilgiler verilmektedir.
- Glossary of Packaging Terms for Developing Countries, 1997, S.137 ITC (International Trade Centre UNCTAD/WTO), Palais des Nations, 1211 Geneva 10, Switzerland. Tel: (41-22) 7300111, Fax: (41-22) 7334439, e-mail: itcreg@intracen.org, internet: <http://intracen.org>, Arapça, İngilizce ve Fransızca olarak gelişmekte olan ülkelerin ihtiyaçları dikkate alınarak hazırlanmış ambalaj sözlüğü.

79. Ambalajın Toplam Ürün Maliyeti İçindeki Payı Ne Olmalıdır?

İyi bir ambalaj sadece yükleme ve nakliye maliyetleri ile sigorta kapsamı ve maliyetini etkilemekle kalmamakta, ayrıca olumlu bir ürün imajı yaratmakta, rakip ürünlerden ürünü farklılaştırmada, perakendecinin raflarını, camlarını süslemesine de yardımcı olmaktadır. Çok basit olarak ambalaj maliyeti, ürünün rekabetini sürdürmesini sağlayacak fiyatlardan satılmasına imkan verecek, en düşük düzeylerde tutulmalıdır.

Ambalaj maliyetinin, toplam maliyet içindeki payı çok değişebilmektedir. Bu pay daha ziyade ürünün tabiatı, taşınma şekli, dağıtım zinciri, ürünün değeri ve söz konusu pazardaki tüketici tercihleri tarafından belirlenmektedir. Ağır sanayi ürünleri için ambalajın maliyeti % 1 veya daha düşük olmalıdır. Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri için bu oran % 25 düzeylerinde veya daha fazla olmaktadır. İşlenmiş gıda ürünlerinde ambalaj maliyeti toplam maliyetin % 12-25'i kadardır.

Bununla birlikte taşıma ambalajının esas görevi ürünü güvenli bir şekilde alıcı veya ithalatçıya ve de nihai tüketiciye mümkün olan en düşük fiyatla ulaştırmaktır. Bunun yanı sıra gereğinden fazla yapılan ambalaj, zayıf bir ambalajın neden olduğu gibi hem paranın ziyan olmasına neden olmakta, hem de daha çok çevre sorunları yaratmaktadır.

İhracatçılar daima birden fazla ambalaj ve malzemesi imalatçısından teklif almalı ve birbirleriyle karşılaştırmalıdır.

KAYNAKLAR

- İpackreport, DÜNYA AMBALAJ-Endüstriyel ambalaj üretim, işleme ve kullanım teknikleri, "Globulus" Dünya Basınevi, 100. Yıl Mahallesi 34440 Bağcılar-İstanbul. Tel: 212-6290808(30 Hat), Fax: 212-4313815, E-mail:ambalaj@mail.dunya-gazete.com.tr. Aylık ambalaj dergisi.
- Plastik&Ambalaj Teknolojisi, Yağmur Fuarcılık Yayıncılık Tanıtım Hizmetleri Ltd. Şti., Numunebağ Cad. Numune işhanı, No.70/26-33, Bayrampaşa İstanbul, Tel:212-5654885, Fax:212-6127589. Plastik, ambalaj makina ve kalıp sektörünün aylık teknik dergisi.
- TSE-Ambalaj Labotuvaryı, Tariş Pamuk Depoları Arkası Çiğli, İZMİR, Tel:232-3762425-3293392. Ambalaj konusunda yeterli donanımı ve bilgisi olan bir kurum. e-mail:ambalaj@izmir.tse.org.tr, internet:http://www.izmir.tse.org.tr/ambalajmenu.asp
- PAGEV-Türk Plastik Sanayicileri Araştırma-Geliştirme ve Eğitim Vakfı, Halkalı C. Tez-İş İş Merkezi No: 132/1 Kat:4 34620 Sefaköy/İSTANBUL Tel : (0212) 425 13 13 (3 Hat) 425 15 99 Fax : (0212) 624 49 26 e-mail: pagev@pagev.org.tr, info@pagev.org.tr internet: http://www.pagev.org.tr

BÖLÜM XIV

KALİTE, ÇEVRE, GÜVENLİK

80. Akreditasyon, Kalite ve Kalite Standardı Nedir?

Akreditasyon: Laboratuvarların, muayene ve belgelendirme kuruluşlarının ulusal ve uluslararası kabul görmüş teknik kriterlere göre değerlendirilmesi, yeterliliğinin onaylanması ve düzenli aralıklarla denetlenmesidir.

Türkiye’de akreditasyon konusunda en önemli gelişme, 4 Kasım 1999’da Resmi Gazete’de yayınlanan "Türk Akreditasyon Kurumu Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun" ile olmuştur. Bu kanun ile, laboratuvar, belgelendirme ve muayene hizmetlerini yürütecek yurtiçi ve yurtdışındaki kuruluşları akredite etmek, bu kuruluşların belirlenen ulusal ve uluslararası standartlara göre faaliyetlerde bulunmalarını ve bu suretle ürün/hizmet, sistem, personel ve laboratuvar belgelerinin ulusal ve uluslararası alanda kabulünü temin etmek amacıyla, merkezi Ankara’da olmak üzere Başbakanlıkla ilgili, özel hukuk hükümlerine tabi, tüzel kişiliği haiz, idari ve mali özerkliğe sahip "Türk Akreditasyon Kurumu" (TÜRKAK) kurulmuştur.

TÜRKAK’ın görev ve yetkileri şunlardır:

- Kurum faaliyetleri ile ilgili düzenlemeleri yapmak, akreditasyon ile ilgili gerekli kriter ve önlemleri belirlemek, bunları uygulamak ve gerektiğinde değiştirmek, düzeltmek ve yürürlükten kaldırmak
- Akredite edilmek üzere başvuruda bulunan; laboratuvar, ürün/hizmet, sistem, personel vb. belgelendirme konularında faaliyet gösteren özel ve/veya kamu kurum ve kuruluşlarının ilgili standartlara ve kriterlere göre değerlendirmesini yapmak ve bu değerlendirme sonucunda kuruluşun akredite edilip edilmemesine karar vermek, akredite edilen kuruluşları izlemeye almak ve gerektiğinde geçici veya devamlı olarak akreditasyon kararını durdurmak ve bu alanlarda faaliyette bulunacak tüm kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlamak
- Akredite edilmiş kuruluşlarca düzenlenen işaret ve belgelerin kullanımını özendirici düzenlemeler yapmak
- Uluslararası, bölgesel ve diğer ülkelerin akreditasyon kuruluşları ile ilişkiler kurmak, işbirliğinde bulunmak
- Akreditasyon amacıyla başvuran kuruluşların müracaatının değerlendirilmesi ve akredite edilmesi ile ilgili olarak elde edilmiş bilgilerin gizliliğini sağlamak
- Akreditasyonun önemini ve kalite bilincini artırıcı faaliyette bulunmak
- Görev alanına giren konularda eğitim ve araştırma ve yayın faaliyetlerinde bulunmak
- Faaliyet alanına giren konularda hizmet satın almak
- Hizmetlerin yürütülmesi için gerekli olan taşınır ve taşınmaz mal satın almak, yaptırmak, satmak, kiralamak, rehin ve ipotek tesis etmek
- Faaliyet alanıyla ilgili diğer görevleri yerine getirmek

Bir ürünün **kalitesi**; kullanıma uygunluğu ve ihtiyaçları karşılayan özelliklerinin toplamı olarak tanımlanabilir.

Bu yüzden, kalite yönetimi bir işletmenin müşterilerinin isteklerinin, ihtiyaçlarının belirlendiği ve karşılandığı güvencesini veren tüm faaliyetleridir. Müşterilerin ihtiyaçları zamanla değişebildiğinden, kalite ile ilgili gerekliliklerin de belli aralıklarla yeniden gözden geçirilmesi gerekebilir.

Küçük, orta ya da büyük ölçekli tüm işletmelerin rekabette kalite unsuruna verdikleri önem gittikçe artmaktadır. Bir müşteri bir ürünü satın aldığı anda o ürünün kullanımıyla, görüntüsüyle vb. ile ilgili beklentilere sahiptir. Eğer ürün müşterinin beklentilerine cevap veriyorsa, müşteri bu üründen memnun kalacak ve bu ürünü kaliteli diye tanımlayacaktır. Bu yüzden, bir ürünün kalitesi, onun müşterinin beklentilerine cevap verebilmesine bağlıdır diyebiliriz.

Bir ürünün kalitesi, satın alma kararında temel unsurdur. Alım yapan bir işletme / kuruluş siparişi vermeden önce tedarikçi tarafından sağlanacak ürünün istediği niteliklerde olup olmayacağını bilmek ister. Genellikle, alıcı firma tedarikçi firmadan ürün örnekleri ister ve bu örnekleri test ederek istenen özelliklere sahip olup olmadığını belirler.

Büyük alım firmaları ise, tedarikçi firmanın göndereceği ürünün hep aynı kalitede olabileceğinden emin olmak için, o firmaya kalite yönetim sistemlerini incelemek üzere teknik elemanlarını gönderirler. Bu durumda, bir işletmenin kalite sisteminin değerlendirilmesi hem subjektif, hem de maliyetli olduğu için evrensel olarak kabul görmüş bir kalite güvence sistemine ihtiyaç duyulmuştur.

Kalite sistemi geniş kapsamlı ve bir kuruluşun iç yönetimi ile ilgili gerekliliklere cevap verecek şekilde olmalıdır.

Uluslararası Standardizasyon Örgütü-ISO'nun kalite ile ilgili tanımlamaları aşağıda verilmektedir:

Kalite; bir ürünün belirli ihtiyaçları karşılamasıyla ilgili tüm özellikleridir.

Kalite politikası; bir kuruluşun kalite konusunda en üst yetkililerince belirlenmiş tüm eğilimleridir.

Kalite yönetimi; kalite politikasını, amaçlarını, sorumlulukları belirleyen ve bunları kalite sistemi içerisinde kalite planlaması, kalite kontrolü, kalite güvencesi ve kalitenin geliştirilmesi gibi yöntemlerle gerçekleştirmeye yönelik tüm yönetim faaliyetleridir.

Kalite güvencesi sistemi; kalite sistemi içinde yürütülen ve gerektiğinde ürünün kaliteyle ilgili tüm gereklilikleri yerine getirdiğini gösteren tüm planlı ve sistematik faaliyetlerdir.

Kalite kontrolü; kaliteyle ilgili gerekliliklerin yerine getirilmesinde kullanılan tüm teknik ve işlemlerdir.

Kalite döngüsü; ürün muayenesi, pazarlama, servis, pazar çalışmaları, ürün geliştirme, ürün mühendisliği, satın alma, üretim gibi ürün kalitesini etkileyen ve endüstriyel döngünün bir parçası olan tüm fonksiyonlar olarak tanımlanmaktadır.

Kalite Standardı Nedir?

Standart, bir fikir birliği sonucunda oluşturulmuş olan, bir ürün, hizmet ya da yönetime ilişkin gereklilikleri tanımlayan ve yetkili bir organ tarafından verilmesi mümkün olan bir dokümandır. İşletme açısından ele alındığında, standardizasyonun temel amacı işletmenin karlılığını artırmaktır. Uluslararası ticaret açısından bakıldığında, temel amaç ülkeler arasındaki ticareti geliştirmek, ticaretteki engelleri ortadan kaldırmak, sağlık, güvenlik ve çevre açısından koruma sağlamaktır. "Ürün standardı" ile "kalite sistem standardı" terimlerini birbirine karıştırmamak gerekir.

Ürün standardı; bir ürünün ilgili olduğu standartta belirtilen özelliklere ve parametrelere uygun olduğunu belirtir. Bir ürüne standart belgesi verilmesindeki temel ilke, üreticinin bu belge vasıtasıyla ürününde standartla ilgili işareti kullanmaya yetkili kılınmasıdır.

Yetkili bir belgelendirme kuruluşu tarafından belge verilmiş ürün ya da hizmetin gereklilikleri yerine getirdiği, periyodik olarak yapılacak gözetimlerle teyid edilir.

Bir kuruluşun **kalite sistemi** kurumsal yapısı, uygulanan yöntemler, kalite yönetim sistemini işletebilmek için ihtiyaç duyulan kaynaklar ile ilgilidir.

Kalite sistem standardı; bir firmanın ürünlerinin standartlara, gerekliliklere uygunluğunu sağlamak için izlediği kalite yönetimini tanımlar. Kalite sistem standardı, firmaların standartlarda belirlenmiş kalite düzeyini elde etmesi için gerekli olan kalite sistemi yönetimini izlemesine yardımcı olur. ISO 9000 gibi sözleşmeye dayalı sistemlerin uygulanması firmaların müşteri taleplerini daha net bir şekilde görmelerine yardımcı olacaktır ve farklı birimlerin çalışmaları, sözleşmedeki gerekliliklere uygun nihai ürün ya da hizmetin sağlanacağı şekilde olacaktır.

KAYNAKLAR

- Kalite Cep Kitabı - Prof. Dr. İbrahim Kavrakoglu – KALDER- Centrum İş Merkezi Aydınevler Sanayi Cad. No:3 34854 Küçükyalı, Maltepe, İstanbul. Tel: (216) 5184284 Faks: (216) 5184286 İnternet: <http://www.kalder.org> e-mail: kalder@kalder.org
- Standardizasyon Terim ve Kavramları, DTM Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürlüğü, 2006. İnönü Bulvarı No:36, 06510 Emek Ankara Tel: (312) 2047500, Faks:(312)2128768 İnternet: <http://www.dtm.gov.tr/dts/dts.htm>
- Küçük ve Orta Ölçekli Bir Firmalar İçin Kalite El Kitabı Örneği / A. Naci Uğur - KOSGEB – 1997. İnternet: <http://www.kosgeb.gov.tr>
- Toplam Kalite Kontrol – Kaoru Ishikawa – KALDER. Centrum İş Merkezi Aydınevler Sanayi Cad. No:3 34854 Küçükyalı, Maltepe, İstanbul. Tel:(216)5184284 Faks:(216)5184286 İnternet: <http://www.kalder.org>, e-mail: kalder@kalder.org
- Daha İyi Bir Kalite Sistemi İçin Kuruluş İçi Kalite Sistem Denetimi – Selçuk Aytimur
- International Organization for Standardization (ISO), P.O.Box:56, 1211 Geneva 20, Switzerland Tel: 41-22-7490111, Fax: 41-22-7333430, İnternet: <http://www.iso.ch> e-mail: central@iso.ch
- Türk Akreditasyon Kurumu (TURKAK), Esat Cad. No:41 Küçükesat 06660 ANKARA Tel: (312) 410 82 00, Faks: (312) 419 87 00 İnternet: <http://www.turkak.org.tr>

81. ISO 9000 Nedir? ISO 9000 Belgesi Nasıl Alınır?

ISO 9000 Serisi küçük, orta ya da büyük ölçekli herhangi bir işletme veya hizmet veren bir kuruluş için uygulanabilecek kalite güvence standartlarını ortaya koymakta olup, mevcut herhangi bir sistem için kullanılabilir ve işletmenin iç maliyetlerini azaltmasına, etkinliğini, verimliliğini artırmasına katkıda bulunur ve toplam kalite ve kalitenin sürekli iyileştirilmesi yönünde bir aşamadır. ISO 9000 serisi ürün standartlarını içermemektedir. ISO 9000 serisindeki her bir doküman farklı başvurular için bir kalite modelini tanımlamaktadır.

ISO 9000 Standartlarına dayalı olarak Kalite Sistemi tesis eden kuruluşlar açısından, yönetim sistemlerinin yeni bir kavram olması nedeniyle, 1987 yılından 1994 yılına kadar standartlarda revizyon yapılmamıştır. 1994 yılında yapılan revizyon, ufak tefek değişiklikleri içeren bir revizyondur ve ISO 1994'ün yayınlandığı andan itibaren uygulamada bazı şartları tam anlamıyla karşılamadığı görülmüştür. Ancak 2000 yılının Aralık ayında yapılan revizyon, kalite alanındaki gelişmelerle ISO 9000 uygulamasından edinilen tecrübelerin göz önüne alındığı köklü değişimleri içermektedir. Bu revizyon öncesi dünya çapında 1120 kurum ve kuruluşu kapsayan bir anket yapılmıştır. Yeni standartlar genel bir yapıda oluşturularak kamu ve özel sektörde küçük, orta, büyük ölçekli kuruluşlar ile sanayi, hizmet, yazılım ve diğer alanlar dahil tüm sektör kullanımlarına eşit şekilde uygulanabilir olması benimsenmiştir.

ISO 9000 standardı ISO 9000:2000, ISO 9001:2000, ISO 9004:2000 ve ISO 19011:2000 olarak birbiriyle ilişkili ve birbirini tamamlayan dört temel standarttan oluşmaktadır.

- **ISO 9000:2000:** ISO 9000, ana standartlara giriş niteliğini taşımakta olup, kalite yönetim sistem serisinin vazgeçilmez bir parçasıdır. İçerdiği temel bilgiler ve terminoloji açıklamaları sayesinde, diğer üç standardın daha iyi anlaşılıp, kullanılabilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

- **ISO 9001:2000:** ISO 9001 bir kuruluşun, müşterinin ihtiyaçlarıyla mevzuat gereklerini karşılamak yoluyla müşteri memnuniyetini artırabilmesi için kalite yönetim sisteminde ne gibi şartları sağlaması gerektiğini ortaya koymaktadır.

- **ISO 9004:2000:** ISO 9004 kalite yönetim sistemlerini mükemmelliğe ulaştırmada araç olarak kullanılabilecek genel bir dokümandır.

- **ISO 19011:2000:** Kalite ve çevre yönetim sistemleri ile ilgilidir ve tetkik kılavuzu niteliğindedir. Taslak aşamasındadır. Bu kılavuz tanımlanmış kalite amaçlarını gerçekleştirmek için sistemin gücünün doğruluğunun kanıtlanmasını sağlar. Söz konusu standart, firmanın kendi içinde kullanılabildiği gibi tedarikçilerin denetlenmesi amacıyla da kullanılabilir.

ISO 9000'e uygunluğun dış pazarlarda başarı için önemli olduğunun keşfedilmesiyle birlikte, son yıllarda ISO 9000 serisinin önemi daha da artmıştır.

Tüm dünyada, müşterilerin kalite bilinci daha da güçlenmekte ve müşteriler standartlara uygun ürünler talep etmektedirler.

ISO 9000 belgesi her ihraç edilen ürün için istenen bir belge değildir. Bu belgenin istenmesi durumunda, ihracatçı bu belgeyi edinmesinin faydalarını, maliyetini vb. belirlemeli ve bu doğrultuda belge alıp almamaya karar vermelidir.

ISO 9000 Belgelendirmesi Nedir?

"ISO 9000 Belgelendirmesi", 2000 yılındaki revizyondan önce, bir yetkili kuruluş tarafından ISO 9001, ISO 9002 ya da ISO 9003 belgelerinin verilmesini tanımlamakta idi. 2000 yılında yapılan revizyonla bu üç belge birleştirilerek ISO 9001:2000 adı altında belgelendirme yapılmaya başlanmıştır. Bir ISO 9001:2000 belgesi, bir yetkili belgelendirme kuruluşu tarafından bir işletmenin kalite yönetim sisteminin değerlendirildiği ve ilgili ISO 9000 standartlarına uygun bulunduğuna dair verilen bir güvencedir.

Bir işletme, kalite konusunda denetim ve değerlendirmede kendince bir yol izleyebilir. İşletme, müşterilerinin ihtiyaçlarına cevap verecek ürün ya da hizmeti sunabileceği konusunda müşterilerinin güvenini kazanmak üzere, onları kalite sistemini denetlemeye davet edebilir.

Bir işletme, bağımsız bir kalite sistemi belgelendirme kuruluşundan ISO 9001:2000 belgesi edinme yolunu da seçebilir. Bu belge ayrıca, potansiyel müşterilere sunulabilecek bir referans niteliği de taşıyacaktır. Özellikle, müşterinin yeni bir müşteri olması ve coğrafi olarak da uzakta olması durumunda, bu belge bir referans olacaktır.

Bir belgelendirme kuruluşundan alınan ISO 9000 belgesi, alıcılar arasında olsun, satış noktalarında olsun önemli ölçüde kabul görmektedir.

ISO 9000 standartları ülkemizde TS-EN-ISO 9000 serisi standartları olarak uygulanmaktadır. Türkiye’de TS-EN-ISO 9000 standartları çerçevesinde kalite güvencesi sistemi belgelendirmesi yapan kuruluş Türk Standartları Enstitüsü’dür. TSE, belgelendirmeye ilgili olarak inceleme, deney ve eğitim hizmetleri vermektedir.

ISO 9000 bağlamında akreditasyon ele alındığında, bir akreditasyon kuruluşu bir belgelendirme kuruluşunun ISO 9000 Kalite Yönetim Sistem Belgesi vermekle yetkili olduğunu onaylamaktadır.

Akreditasyon vasıtasıyla aynı yöntem ve ilkelere göre çalışan belgelendirme kuruluşlarının karşılıklı olarak birbirlerini tanımaları mümkün olmaktadır. Bir grup belgelendirme kuruluşu diğer belgelendirme kuruluşlarıyla belgelerinin tanınması ve eşit kabul edilmesi yönünde anlaşmalar yapmaktadırlar.

TS-EN-ISO 9001:2000 Belgesi Nasıl Alınır?

Belgelendirme; bir belgelendirme kuruluşu tarafından bir ürün, hizmet ya da yöntemin belirli gerekliliklere uygun olduğuna dair verilen yazılı bir güvencedir. Belge, yetkili kuruluş tarafından yapılacak değerlendirmenin olumlu sonuçlara sahip olması durumunda verilir. Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO) sadece uluslararası standartlar hazırlamaktadır.

Belgelendirme, bir sözleşmeye dayalı olarak yapılır ve işletmelerin kalite konusundaki taahhütlerini ortaya koymaktadır.

Belgelendirmede hazırlık aşamaları aşağıdaki şekilde olabilir:

- ISO 9000 ile ilgili kalite ilkeleri konusunda eğitim
- Kurumsal sistemin ve izlenen yöntemlerin gözden geçirilmesi

-Sistemin ve yöntemlerin tasarımı ve dokümantasyon

-İç denetleme mekanizmasıyla ilgili pilot test uygulaması

-Uygulama

-Süreç ve yöntemlerin iç ve dış denetimi

Bugün, ihracata yönelik firma sayısı daha da artmış olup, pek çok firma kalite yönetim sistemlerinin ISO 9001:2000'e uygunluğunu belgelemeye çalışmaktadır.

İşletmelerin, ISO belgesi için hazırlanırken izleyeceği yol daha detaylı bir şekilde aşağıda sıralanmaktadır:

-Kalite konusunda çekirdek grubu oluşturmak

-Kalite konusunda amaç ve hedefleri belirlemek

-Kalite konusunda tüm amaç ve hedefler konusunda iletişimde bulunmak

-Bölümlerin amaç ve hedeflerini belirlemek

-Kalite matriksini geliştirmek

-Yönetime rapor sunacak bir temsilci belirlemek

-Firmadaki herkesi ISO 9000 konusunda bilgilendirecek programlar yapmak ve yürütmek

-Kalite sisteminde yer alacak olan prosedürleri yazmak

-Bu prosedürleri ISO 9000 serisiyle karşılaştırmak

-İlave yöntemleri yazmak

-Doküman kontrolü, kayıt kontrolü, kalite denetimi, eğitim vb. konuları firmadaki herkese aktarmak

-İç denetmenler / 5S / kalibrasyon

-Kalite kılavuzunu derlemek

-Yeterlilik denetimini gerçekleştirmek ve dokümantasyonu yeniden incelemek

-Yönetimce yeniden inceleme yapılmasını sağlamak

-Ön değerlendirme amacıyla denetim

-Belgelendirme kuruluşu tarafından uygunluk denetimine tabi olmak

-Belge alınması

Türkiye’deki Uygulama

Türk Standartları Enstitüsü, 132 sayılı kuruluş yasası ile kendisine verilen standartlara uygun ve kaliteli üretimi teşvik edecek her türlü çalışmayı yapmak ve bunlarla ilgili belgeleri düzenlemek görevini yerine getirirken standardizasyonun yanı sıra kalite konusuna da eğilmiş ve bu alanda yürüttüğü çalışmalar son yıllarda özel bir önem ve yoğunluk kazanmıştır. Avrupa Kalite Teşkilatı (EQQ) üyesi olarak kalite alanındaki uluslararası gelişmeleri yakından izlemekte, küçük ve orta ölçekli işletmelerin Avrupa Kalite Ödülü’ne başvuruları için gerekli organizasyonları yapmaktadır.

AB üyesi ülkelerle ekonomik ilişkilerimizin dış ticaretimizde önemli bir yer tutması nedeniyle Tek Pazar’da ISO 9000 kalite yönetim sistem standartları serisinin uygulanacak olması, ülkemiz açısından özel bir önem taşımaktadır. Ülkemizdeki konumu ile TS-EN-ISO 9000 standartları çerçevesinde kalite yönetim sistem belgelendirmesi yapmaya yetkili tek kuruluş TSE’dir. TSE, kalite güvencesi sistem belgelendirme faaliyetine 1990 yılında başlamıştır. 04/10/2006 tarihi itibarıyla TS-EN-ISO 9000 standartları çerçevesinde belgelendirmiş 3093 firma bulunmaktadır.

Ayrıca yapılan ikili anlaşmalar çerçevesinde Almanya’dan DQS, İngiltere’den SGS Yarsley, Fransa’dan AFAQ, İtalya’dan IMQ ve CESI, Danimarka’dan DS, Avusturya’dan ÖQS, Norveç’ten NCS kuruluşları ile ortak belgelendirme tetkik faaliyetleri gerçekleştirilmektedir.

TSE Kalite Sistem Belgelendirme faaliyetleri Milli Kuruluşumuz TÜRKAK ve

yurt dışından RvA kuruluşu tarafından, TSE Çevre Yönetim Sistemi Belgelendirme Faaliyetleri TÜRKAK tarafından akredite edilmiştir.

KAYNAKLAR

- TSE (Türk Standartları Enstitüsü) Adres: Necatibey Cad. No: 112 Bakanlıklar Ankara,
Tel: (312) 417 83 30, Fax: (312) 425 43 99, İnternet: <http://www.tse.org.tr>
-Bелgelendirme El Kitabı, – KALDER, Centrum İş Merkezi Aydınevler Sanayi Cad. No:3 34854
Küçükyalı, Maltepe, İstanbul. Tel:(216)5184284 Faks:(216)5184286 İnternet:
<http://www.kalder.org>, e-mail: kalder@kalder.org
- ISO –International Organization for Standardization, İnternet: <http://www.iso.ch>
-ISO 9000’e Göre İşletme ve Kalite Yönetimi – A. Naci Uğur – KOSGEB – İnternet:
<http://www.kosgeb.gov.tr>
-TS – EN – ISO 9000 Kalite Broşürü, TSE, (Türk Standartları Enstitüsü) Necatibey Cad. No: 112
Bakanlıklar ANKARA, Tel: (312) 417 83 30, Faks: (312) 425 43 99 <http://www.tse.org.tr>
E-mail: info@tse.org.tr
-ISO 9000 Quality Management Systems: Guidelines for Enterprises in Developing Countries -
ITC-UNCTAD/WTO Palais des Nations, 1211 Geneva 10 Switzerland Tel: 41-22-7300111 Faks:
41-22-7334439 İnternet: <http://www.intracen.org> E-mail: itcreg@intracen.org
-International Organization for Standardization (ISO) 1, rue de Varembe, Case postale 56 CH-
1211 Geneva 20, Switzerland Tel: 41 22 749 01 11; Fax: 41 22 733 34 30 İnternet:
http://www.iso.ch/iso/en/iso9000-14000/understand/selection_use/iso9000family.html

82. Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi (Hazard Analysis Critical Control Points-HACCP) ve ISO 22000:2005 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Nedir?

HACCP Nedir?

1960’larda geliştirilen Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi- HACCP, ilk olarak ABD uzay programında astronotlar tarafından tüketilecek gıdaların güvenliğinin sağlanmasına yönelik olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1980’lerin sonlarına doğru ise, HACCP mikrobiyolojik alanda gıda güvenliğinin sağlanması yaygınlaşmaya başlamıştır. 1993’te Birleşmiş Milletler ve Dünya Sağlık Örgütü’nün ortaklaşa kurmuş olduğu Codex Alimentarius (Gıda Kodeksi) Komisyonu HACCP Prensiplerinden oluşan çeşitli sistemleri hayata geçirmişlerdir. HACCP, 7 bölümden oluşmaktadır:

1. Gıdalarda Olası Bozulmanın Analizi: ürünün sahip olabileceği bozuklukların saptanıp, türüne göre sınıflandırılması (biyolojik, kimyasal veya fiziksel),
2. Kritik Kontrol Noktalarının Tespiti: hammaddeden tüketiciye kadar olan aşamaların hangisinde bozulmanın oluşabileceğinin tespit edilip kritik kontrol noktaların belirlenmesi,
3. Kritik Limitlerin Belirlenmesi: zaman ve ısı birimlerinin kullanılarak üründe bozulma sınırları dışında kalacak limitlerin tespit edilmesi,
4. Kritik kontrol noktalarını gösteren uygulamalar yapılması,
5. Kritik limitlerin aşılması durumunda bunu düzeltmeye yönelik görüş alışverişinde bulunulması,
6. HACCP sisteminin gereklerinden olan dökümantasyon için etkili bir kayıt sisteminin geliştirilmesi,
7. Bu sistemin sağlıklı çalışıp çalışmadığını kontrol etmek için çeşitli prosedürlerin geliştirilmesi.

İhracatımız açısından HACCP:

İhracatımızın büyük bir bölümünün gerçekleştiği gelişmiş ülkeler, gıda kaynaklı hastalıkların önüne geçebilmek ve tüketici sağlığını korumak amacıyla, özellikle kolay bozulabilen ürünlerde HACCP kullanımını zorunlu hale getirmekte ve ithalatlarında da bu sistemi uygulayan firmaları tercih etmektedir.

Ayrıca, 852/ 2004 nolu AB Direktifinin 5. maddesi çerçevesinde, gıda üretiminde bulunan firmaların HACCP uygulaması zorunlu hale getirmektedir. Codex Alimentarius'a paralel olarak geliştirilen sistem 01.01.2006 tarihi itibarıyla küçük işletmeler dahil, tüm işletmeler için zorunlu olmuştur. Söz konusu direktif ile gıda hijyeninin sağlanması amaçlanmakta olup, bu sistemin izlenebilirlik ve risk analizi gibi konularla uyumlu olması da gerekmektedir.

DTÖ Sağlık ve Bitki Sağlığı Anlaşması nezdinde yetkili kuruluş bulunan Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü, HACCP kullanımı zorunlu olan ürünlerde gerekli kontrolleri gerçekleştirmektedir.

Ülkemizde HACCP Uygulaması:

Özellikle AB mevzuatı ile uyum çalışmaları çerçevesinde, gıda hijyeni alanında çeşitli çalışmalar devam etmekte olup, HACCP konusunda 09.06.1998 tarih ve 23367 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanmış bulunan "Gıdaların Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Yönetmelik"te HACCP sistemi uygulaması 30 beygir gücü üzerinde motor gücü bulunan veya on kişinin üzerinde işçi çalıştıran su, süt ve et ürünleri tesislerinde zorunlu hale getirilmiştir.

ISO 22000:2005 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Nedir?

2001 yılında ISO (International Organisation for Standardisation-Uluslararası Standardizasyon Örgütü) tarafından gıda güvenliği yönetim sistemi içinde HACCP’in rolünü tanımlayan

denetlenebilir bir standardın oluşturulması çalışmalarına başlanmış olup, standart 2005 yılında yayımlanmıştır.

ISO 22000:2005 Standardının amacı gıda tedarik zinciri boyunca gıda güvenliği yönetimi için gerekli olan uygulamaları uyumlaştırmaktır. Söz konusu standart, çiftçiden gıda hizmet sektörüne kadar gıda zincirindeki tüm üyeleri kapsayan gıda güvenliği yönetim uygulamalarını tanımlayan uluslararası bir standarttır.

Gıda zincirindeki üreticiler ve tedarikçiler, HACCP, üretim ve paketlenme için BRC (British Retail Consortium), IFS (International Food Standard), EurepGAP, GMP gibi sayısı giderek artan gıda güvenliği standartları ile karşı karşıya kalmıştır. Birçok firma bu tür benzer birkaç sertifikaya sahip olmak durumunda kalmakta olup, bu firmalar için gereksiz maliyet ve çaba anlamına gelmektedir. ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistem Standardının bu tür sorunlara çözüm olacağı beklenmektedir. ISO 22000:2005 Standardının en önemli avantajı gıda zincirinin tümünde uygulanabilmesidir. ISO 22000:2005 Standardının BRC ve IFS gibi diğer gıda güvenliği standartlarından farkı iyi uygulamalar için detaylı bir listesinin olmamasıdır. Gerçekten de her durum ve kurum için bütün kuralları kapsayacak bir listenin oluşturulması da oldukça zor bir işlem olmakla beraber ISO 22000:2005 standardı, her kurumun kendine uygun uygulamaları benimseyerek uygulamasını kabul etmektedir. Ayrıca, söz konusu standart Codex Alimentarius'un ilgili standartlarını referans göstermektedir.

Bu uluslararası kuralların amacı HACCP sisteminin sertifikasyonu ile ilgili kuralları standartlaştırmaktır. Bu sistemin geliştirilme nedeni, HACCP sertifikasyonu için kullanılan ulusal standartların iyileştirilmesidir. ISO 22000:2005 standardında da en önemli unsur ön gereksinim programları, operasyonel ön gereksinim programları ve kritik kontrol noktalarının belirlenmesi, uygulanması ve dokümantasyondur.

Söz konusu standardın amacı;

- Codex'in HACCP prensipleri ile uyumlu olunması,
- Gönüllü uluslararası standartların uyumlaştırılması,
- İç denetmenler, firmanın kendisi tarafından yapılan veya bağımsız kuruluşlara yaptırılan sertifikasyon işleminde denetlenebilir bir standart sağlanması,
- Yapısının ISO 9001:2000 ve ISO 14001:1996 Standartları ile aynı paralelde olmasını sağlamak,
- Uluslararası HACCP kavramının oluşturulmasını sağlamaktır.

KAYNAKLAR

- Stephanie Krieger, Gerard Schiefer, Analysis of the Information and Communication Level Different Quality Management System in the Agri-Food Sector, Macaristan, 2003, s. 618
- http://www.bsi-global.com/Training/Food/index.xalter?print_only=1
- <http://www.lrq.com>
- John G. Suark, HACCP and ISO Development of a Food Safety Management -Standard, İnternet: <http://www.safepak.com/iso22000.htm>
- Guidance Document Implementation of Procedures Based on the HACCP Principles, and Facilitation of the Implementation of the HACCP Principles in Certain Food Businesses, EU DG 24 Health and Consumer Protection Directorate General, 2005
- Food And Agriculture Organization Of The United Nations- FAO, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü, İnternet: http://www.fao.org/es/esn/food/foodquality_haccp_en.stm
- U. S. Department of Health and Human Services, U.S. Food and Drug Administration, Center for Food Safety & Applied Nutrition, İnternet: <http://www.cfsan.fda.gov/%7Elrd/haccp.html>

83. İzlenebilirlik Nedir?

İzlenebilirlik, bir ürünün tanımlanarak, paketlenmesi, depolanması, nakliyesi ve nihai satış noktasına ulaşması ile ilgili tüm bilgilerin kolay ulaşılabilir şekilde kayıt altına alınması, böylece geriye dönük takibinin yapılabilmesi sürecidir.

"Takip - Tracking" ürünün bulunduğu yer ile ilgili iken, "İzlenebilirlik - Treacing" ürünün nereden geldiği ile ilgilidir.

İzlenebilirlik sistemleri, ürünün doğru ve zamansal olarak tanımlanmasını, menşei, tedarik zincirindeki yeri ve sağlıklı bir şekilde geri çağırılması için kullanılmaktadır. Aynı zamanda, bu sistemler gıda güvenliği sorununun tanımlanmasına ve tüketilen ürünlerin güvenliği ve kalitesi ile ilgili tüketici taleplerinin ve yasal zorunlulukların yerine getirilmesine yardımcı olmaktadır.

Yüksek kaliteli ürün üretmek için sağlıklı bilgi akışı gerekli bir koşuldur. Tedarik zincirindeki şeffaflık ve bilgi akışının simetrik olması yakın gelecek için önemli konulardır.

Ayrıca, 1 Ocak 2005 tarihinde yürürlüğe giren 178/2002 sayılı yeni AB Gıda Kanunu Düzenlemesi (New Food Law Regulation)'nin temel prensiplerinden biri de izlenebilirliktir.

KAYNAKLAR

- L. İleriş Öney, Cihat Alagöz, TOBB-MMNM EANUCC İzlenebilirlik Projesi, İnternet: <http://www.tobb.org.tr/ean/dosyalar/izlenebilirlik20072004.ppt>
- Fresh Produce Traceability Guidelines, The Key to Supply Chain Management, EAN International
- Stephanie Krieger, Bernhard Schiefer, Analysis of the Information and Communication Level in Different Quality Management System in the Agri-Food Sector, EFITA 2003 Conference, Macaristan, 5-9 Temmuz 2003, s. 618

84. OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi Nedir?

Kuruluşlarda karşılaşılan en önemli insan kaynakları sorunlarından biri, çalışanların emniyetli ve sağlıklı bir çalışma ortamına sahip olmamalarıdır. Kuruluşların daha iyi rekabet koşullarına ulaşabilmesi için çalışanların iş sağlığı ve güvenliği konusunda planlı ve sistemli çalışmalar yürütmeleri gerekmektedir. ISO 9001 VE ISO 14001 gibi Standartlar kalite ve çevre yönetimleri üzerine yoğunlaşmış, dolayısıyla kuruluşlarda iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması ve sürekli iyileştirilerek korunabilmesi için ayrı bir standarda gereksinim duyulmuştur. Ayrıca, işletmelerin yönetsel ve örgütsel düzeyleri, yetersizlikleri, eğitim ve bilinçlendirme eksiklikleri ve içinde bulunulan sosyo-politik ve sosyo ekonomik koşullar ve hatta bu konulardaki mevzuat eksikliği ya da yorumlama farklılıkları sorunların çözümü güçleştirmektedir. Dolayısıyla bu sorunların ortadan kaldırılması, işletmelerde mesleki sağlık ve güvenliğin sağlanması ve sürekli iyileştirilerek korunabilmesi için yeni bir standarda gerek duyulmuştur. 1999'da resmîyet kazanan OHSAS 18001, uluslararası standartlar örgütlerinin ortak çabalarıyla geliştirilen ve tüm sektörlerdeki işletmelerin yararlanabileceği ortak bir standart olarak nitelendirilebilir.

İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG) Yönetim Sistemi; iş sağlığı ve güvenliği faaliyetlerinin kuruluşların genel stratejileri ile uyumlu olarak sistematik bir şekilde ele alınıp sürekli iyileştirme yaklaşımı çerçevesinde çözümlenmesi için bir araçtır.

OHSAS 18001'in İşletmeye Faydaları Nelerdir?

- Karlılığı artırmak
- İSG çalışmalarını diğer faaliyetlere entegre ederek kaynakların korunmasını sağlamak
- Yönetimin taahhüdünün sağlandığını göstermek
- Motivasyon ve katılımı arttırmak
- Ulusal yasa ve dünya standartlarına uyum süresini ve maliyetini azaltmak
- Paydaşların istek ve beklentilerini karşılayarak rekabeti arttırmak
- Kuruluşlar tarafından sürdürülmekte olan İSG faaliyetlerinin sistematik olarak yayılımını sağlamak için bu sistem uygulanmalıdır.

KAYNAKLAR

- TSE (Türk Standartları Enstitüsü), Necatibey Cad. No: 112 Bakanlıklar Ankara
Tel: (312) 4178330, Fax: (312) 4254399, <http://www.tse.org.tr>
- Kaliteden Mükemmelliğe, ICC Uluslararası Danışmanlık Organizasyon Ltd. Şti., İstanbul, 2002

85. ISO 14000 Nedir?

ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi Standartları, ürünün hammaddeden ürün haline getirilip etiketlenmesi ve pazara sunulmasına kadar her kademedede çevresel faktörlerin ele alındığı bir dizi standartlar serisidir. Firmalar çevreyi koruduklarını ve bunu bir sistem içinde yaptıklarını ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi Standartları ile göstermektedirler. ISO 14000 bir ürün standardı değil sistem standardıdır ve ne üretildiğinden ziyade, nasıl üretildiği ile ilgilenir. Çevre performansının izlenmesi ve sürekli iyileştirilmesi temeline dayanır. Çevre faktörlerine ilişkin olarak ilgili mevzuat ve kanunlar tarafından tanımlanmış koşullara uymayı şart koşar. ISO 14000 standardı;

Bir çevre yönetim sistemi uygulayan, bu sistemi sürdüren ve geliştiren, kendi çevre politikasına uymayı taahhüt eden ve bu taahhüdü başkalarına gösterebilen ve bu konuda kararlı olan tüm firmalara uygulanabilir.

Çevre yönetim sistemleri konusunda ilk uluslararası standartlar serisi Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO) tarafından hazırlanmıştır. ISO 14000 serisinin temel amacı kuruluşlarda (sistemlere dayalı, esnek yapıda ve en uygun maliyetle) daha etkin bir çevre yönetimini geliştirmektir. Gelişmekte olan ülkelerdeki işletmeler için ISO 14000 serisi, teknoloji transferi açısından ve işletmelerin evrensel çevre yönetimini adapte etmeleri açısından yol gösterici olmaktadır. İşletmeler için çevre yönetim sisteminin oluşturulması, devamlılığı, denetlenmesi ve daha da geliştirilmesine ilişkin temel standartlar aşağıda yer almaktadır.

Türkiye’de bu konu için başvurulabilecek kuruluş TSE’dir.

ISO 14000 Serisi Standartlar

ISO 14001	Çevre yönetimi, çevre yönetim sistemleri, kullanım kılavuzu
ISO 14004	Çevre yönetimi, çevre yönetim sistemleri, prensipler ve destekleyici teknikler için teknik kılavuz
ISO 14010	Çevre yönetimi, çevre denetim kılavuzu, genel prensipler
ISO 14011	Çevre yönetimi, çevre denetim kılavuzu, denetim usulü, çevre yönetim sistemlerinin denetimi
ISO 14012	Çevre yönetimi, çevre denetim kılavuzu, çevre denetçilerinin sahip olması gereken özellikler
ISO 14020	Çevre yönetimi, çevreyle ilgili etiketlenmenin temel prensipleri
ISO 14021	Çevre yönetimi, çevreyle ilgili etiketleme, çevreyle ilgili iddiaların özbeyanı, terimler ve tarifler
ISO 14040	Çevre yönetimi, hayat boyu değerlendirme, prensipler ve çerçeve
ISO/DIS 14050	Çevre yönetimi, terimler ve tarifler
ISO 14060	Çevre yönetimi, mamullerin çevre veçhelerinin mamul standartlarına dahil edilmesi ile ilgili kılavuz.

KAYNAKLAR

-TS – EN – ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemleri, 1997 - TSE (Türk Standartları Enstitüsü)
Necatibey Cad. No: 112 Bakanlıklar Ankara Tel: (312) 417 83 30 Fax: (312) 425 43 99
<http://www.tse.org.tr>
-EMS- Environmental Management System (ISO 14000) Internet: <http://www.iso14000.com>

86. Çevre Etiketi Nedir?

Günümüzde çevre etiketleri, özellikle çevrenin korunmasına yönelik bilincin güçlenmesiyle oldukça önem kazanmıştır. Tüketiciler, sanayiciler ve bir bütün olarak toplum bir ürünü satın alırken ürünün çevre üzerindeki etkilerine daha çok dikkat etmektedir. Çevre etiketleri, bir ürünün tüm yaşam döngüsü içinde çevre dostu olduğunu, çevreyle ilgili gereklilikleri yerine getirdiğini göstermektedir. Çevre etiketi, o etiketi taşıyan ürünü piyasadaki benzeri ürünlerden farklı kılmaktadır.

Çevre etiketi edinilmesinde bir zorunluluk yoktur, bu gönüllü bir uygulamadır. Eğer bir firma, çevre etiketi edinirse, bunu bir pazarlama aracı olarak kullanabilir.

AB'de 880/92 sayılı ve 23 Mart 1992 tarihli Topluluk Çevre Etiketlemesi hakkında bir Konsey Düzenlemesi yayımlanmıştır. Bu Düzenleme ile tüm evreleri boyunca (üretimden önce, üretim, ambalajlama dahil dağıtım, kullanım ve bertarafı) çevreye zarar açısından az etkisi olan ürünlerin, tasarımı, üretimi, pazarlanması ve kullanılmasını teşvik etmek ve ürünün çevreye olan etkileri hakkında tüketicilerin daha iyi bilgi sahibi olmaları amaçlanmaktadır.

Bu Düzenlemenin yürürlüğe girmesinden itibaren altı ay içinde, üye ülkelerin, söz konusu Düzenleme için aldıkları tedbirleri Komisyona bildirmeleri gerekmektedir.

Ürün gruplarının tanımı, ekolojik kriterler ve bunların geçerlilik süreleri, eco-label verilen ürünlerin listeleri, ilgili imalatçı veya ithalatçıların isimleri, etiketlerin son kullanma tarihleri ve yetkin kuruluşların isim ve adresleri Komisyon tarafından Topluluk Resmi Gazetesinde yayımlanmaktadır.

Bugün tüm dünyada geliştirilmiş pek çok çevre etiket programı mevcut olup bunlardan bazıları; Avrupa Birliği'nde "Eco-Label Award Scheme", Kanada'da "Environmental Choice Programme", Almanya'da "Blue Angel Programme", İsrail'de "Green Label Programme", Japonya'da "Ecomark Programme", Tayland'da "Green Label", İsveç ve Norveç'te "Nordic Swan Programme" ve ABD'de "Green Seal Programme" dir.

AB'nin "çevre etiket ödül sistemi" Eco-Label Award Scheme ile amaçlanan; çevreye zarar vermeyen ürünlerin tasarımını, üretimini ve pazarlamasını geliştirmek, bu ürünleri çevre etiketi ile ödüllendirmek ve tüketicileri bu ürünler konusunda bilinçlendirmektir. AB çevre etiketi tüm AB ülkeleri için geliştirilmiş bir etiket olup, etiketin verildiği ürün grupları; çamaşır makineleri, bulaşık makineleri, gübre, tuvalet kağıdı, çamaşır deterjanları, elektrik ampulleri (tek/çift uçlu), dış cephe boyaları ve vernikler, çarşaf, tişörtler, buzdolabı, yataklar ve kopya kağıtlarıdır.

Kanada'da "University of British Columbia in Vancouver"de yer alan Çevre Etiket Merkezi, tüm dünyadaki çevre etiket programları konusunda bir veri tabanı oluşturmaktadır. Merkez, tüm dünyada çevre etiketleri ve etiket programlarının karşılıklı tanınması konusundaki eğilimleri izlemekte ve tüm ülkelerdeki çevre etiketlerinin uyumlaştırılması olasılıkları üzerinde çalışmaktadır.

KAYNAKLAR

Avrupa Birliği'nde Ekolojik Etiketler ve Ekolojik Tekstil Ürünleri – Özden Ergün, 1996 - İGEME, Mithatpaşa Cad. No.60, Kızılay, Ankara, Tel: 312 417 22 23, Fax: 312 417 22 33, Internet:

<http://www.igeme.org.tr> E-mail: igeme@igeme.org.tr,

-University of British Columbia- Centre for Environmental Labelling Tel:604-8223132 Fax:604-8229106

-Eco-labelling and other environmental quality requirements in textiles and clothing: implications for developing countries, ITC-UNCTAD/WTO (ücretsiz olarak temin edilebilmektedir) Palais des Nations, 1211 Geneva 10 Switzerland Tel:41-22-7300111 Fax:41-22-7334439 Internet:

<http://www.intracen.org> E-mail: itcreg@intracen.org

-Dış Ticaret Müsteşarlığı- <http://www.foreigntrade.gov.tr/dts/SOZLUK/E.HTM>

87. CE İşareti Nedir?

CE İşareti, Avrupa Birliği sağlık, güvenlik ve çevre koruma yasalarıyla düzenlenen ürünlere uygulanmaktadır. CE Uygunluk İşareti yaklaşık 23 adet olan Yeni Yaklaşım Direktifleri (Teknik düzenlemeler) kapsamına giren ürünlere uygulanır. Avrupa Pazarında ürünlerini pazarlamak isteyen üreticiler için CE Uygunluk İşareti zorunludur. Aksi taktirde bu pazarda ürünlerinin üretimi ve satışı imkansızdır. Teknik düzenlemelere (direktiflere) uymayan ürünler Avrupa Birliği'ne üye ülke ve ilgili mevzuat uyumunu gerçekleştirmiş AB'ye aday ülkeler ile Norveç, İzlanda ve Lihtenştayn pazarlarında yer alamaz. Ürün direktifteki şartları karşılıyor ve CE Uygunluk İşareti taşıyorsa, bu ülkeler söz konusu ürünün piyasaya girişinde veya tüketiciye sunulmasında yasak ve sınırlamalar getirmeyeceklerdir. Dolayısıyla CE Uygunluk İşareti Avrupa'da bir ürünün pasaportudur.

CE Uygunluk İşareti bir kalite işareti değildir. Ürünün kalitesinden ziyade ürünün güvenliğiyle ilgilidir. CE İşareti, bir sistem belgelendirmesi değildir, bir ürün belgelendirmesidir. Çoğu kalite işareti isteğe bağlı olmasına rağmen CE Uygunluk İşareti ürün için zorunludur.

CE Fransızca "Conformité Européenné" ibaresinin kısaltılmış halidir. CE Uygunluk İşareti, üzerine iliştiirildiği ürünün Avrupa Direktifleri ile düzenlenmiş mevzuatta belirlenen temel gereklere uygunluğunu ve bu uygunluğun bir onaylanmış kuruluş veya üreticinin kendisi tarafından doğrulandığını ifade eder. Temel gerekler ise ; ürünün, insan sağlığı, can ve mal güvenliği, hayvan ve bitki yaşam ve sağlığı, çevre ve tüketicinin korunması açısından sahip olması gereken asgari güvenlik koşullarıdır.

Ürünün CE işareti taşıması için, öncelikle üreticisi tarafından ya da bir belgelendirme kuruluşu (Notified Body) tarafından test edilmesi zorunludur.

CE işareti taşıması gereken ürünlerle ilgili olarak yayınlanan direktifler; alçak gerilim, basit basınçlı kaplar, oyuncakların emniyeti, inşaat malzemeleri, elektromanyetik uyumluluk, makina emniyeti, şahsi koruma teçhizatı, otomatik olmayan tartı aletleri, vücuda yerleştirilebilen aktif tıbbi cihazlar, gaz yakan cihazlar, sıvı ve gaz yakıt kullanan sıcak su kazanları, telekomünikasyon terminal ekipmanları, tıbbi cihazlar, sivil amaçlı patlayıcı maddeler, patlayıcı ortamda kullanılan ekipman ve koruyucu malzemeler, gezi tekneleri, asansörler, elektrikli dondurucu ve derin dondurucu enerji etiketlemesi, radyo ve telekomünikasyon terminal ekipmanları, basınçlı kaplar ve invintro tıbbi cihazlar direktifleridir.

Ülkemizde üretilerek iç piyasaya arz edilecek olan ürünlerin ve yurtdışından ithal edilecek ürünlerin CE işareti taşımasının zorunlu olması, ilgili Bakanlıklar ve kamu kuruluşları tarafından hazırlanan ve ürünlere CE işareti iliştiirilmesini öngören teknik mevzuatın Türkiye'de yürürlüğe girmesi ile başlamıştır.

Bu çerçevede, ülkemizdeki laboratuvar, muayene ve belgelendirme kuruluşlarının uluslararası kabul görmüş teknik kriterlere göre, bağımsız ve tarafsız bir kuruluş tarafından değerlendirilmesi ve denetlenmesi, bu kuruluşların uluslararası platformda bir güven oluşturulabilmesi ve bu kuruluşlarca yapılan testlerin ve bu testlerin sonucuna ilişkin olarak düzenlenen belgelerin uluslararası alanda tanınması için ülkemizde de bir akreditasyon sisteminin kurulmasına gerek

duyulmuş ve bu sistemin oluşmasını sağlayacak "Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) kurulmuştur. TÜRKAK 2006 yılında Avrupa Akreditasyon Birliği (EA) ile Karşılıklı Tanınma Andlaşması (MLA) imzalamıştır, böylece TÜRKAK tarafından akredite edilmiş Uygunluk Değerlendirme Kuruluşlarınca düzenlenen kalite belgeleri, raporlar ve diğer sertifikalar uluslararası kabul görür hale gelmiştir.

Türkiye’de bu konuda bilgi edinmek amacıyla başvurulabilecek başlıca kuruluşlar, TURKAK, TSE, DTM Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürlüğü ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, KOSGEB ve İGEME’dir.

KAYNAKLAR

-TÜRKAK-Türk Akreditasyon Kurumu Esat Cad. No:41 Küçükesat 06660 / ANKARA

Tel: 312 410 82 00 Pbx Faks: 312 419 87 00 İnternet: <http://www.turkak.org.tr>

-DTM Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürlüğü İnönü Bulvarı No:36, 06510 Emek Ankara

Tel:(312)2047500, Faks:(312)2128768 İnternet: <http://www.dtm.gov.tr/dts/dts.htm>

-Sanayi ve Ticaret Bakanlığı-Sanayi Genel Müdürlüğü Adres: Eskişehir Yolu Üzeri-ANKARA

Tel: (312) 2860365 Fax: (312)2853144 İnternet: <http://www.sanayi.gov.tr>

-Sanayi ve Ticaret Bakanlığı-Ölçüler ve Standartlar Genel Müdürlüğü Adres: Gazi Mustafa Kemal Bulvarı No.128 Tandoğan-ANKARA Tel: (312) 2317280 Fax: (312) 2291870,

İnternet: <http://www.sanayi.gov.tr>

-Avrupa Pazarında Ürününüzün Pasaportu-CE MARK-Hasan KÖSE 2005, İGEME, Mithatpaşa

Cad. No.60, Kızılay, Ankara, Tel: 312 – 417 22 23, Fax: 312 – 417 22 33, İnternet:

<http://www.igeme.gov.tr> E-mail: igeme@igeme.gov.tr,

88. Kalite ve Standartlar Konusunda Hangi Kuruluşlardan Bilgi Temin Edilebilir?

Standartlar, teknik mevzuatlar, belgelendirme, çevre etiketleri, kalite yönetim sistemleri vb. konularda bilgi temin edilebilecek başlıca uluslararası ve ulusal kuruluşlar aşağıda yer almaktadır;

Uluslararası Kuruluşlar:

ITC (International Trade Center) - UNCTAD/WTO

Palais des Nations,
1211 Geneva 10 Switzerland
Tel:41-22-7300111
Fax: 41-22-7334439
E-mail: itcreg@intracen.org
İnternet: <http://www.intracen.org>

ITC, gelişmekte olan ülkelere standardizasyon ve kalite yönetimi konularında teknik yardım sağlamaktadır. Kuruluşun "The Export Quality Management Service"i vasıtasıyla gelişmekte olan ülkedeki firmalara, standartların, teknik mevzuatların, sağlık, emniyet ve çevre alanlarındaki gerekliliklerin uluslararası alanda artan önemi doğrultusunda kalite politikalarını ve amaçlarını belirlemeleri önerilmektedir. İhracatçı firmalara kalite politikalarına dayalı planlama, organizasyon gibi konularda danışmanlık hizmeti verilmektedir. Ayrıca, ticari destek sağlayan kuruluşlara, standartlar, test, muayene, akreditasyon ve kalite yönetimi konularında altyapılarını güçlendirmeleri için danışmanlık hizmeti verilmektedir.

ITC, ihracat kalite yönetimi konusunda danışmanlık hizmeti vermekte, kalite konusunda eğilimleri gözden geçirmek üzere araştırma yapmakta, kalite yönetimi konusunda bülten yayınlamakta, teknik içerikli notlar, kitaplar ve rehberler yayınlamakta ve veri tabanı oluşturmaktadır.

WTO – TBT & SPS Enquiry Point, Standards Code and Information Program, Office of Standards Services, National Institute of Standards and Technology,
TRF Building, Room A- 163, Gaithersburg, Maryland 20899, USA,
tel: (1301) 9754040

Codex Alimentarius Commission, Joint FAO / WHO Food Standards Programme,
Via delle Terme di Caracalla, 00100, Italy,
tel: +39(06)5705.1;
İnternet: http://www.codexalimentarius.net/web/contacts_en.jsp

International Commission on Microbiological Specifications for Foods,
ICMSF Secretary, 2022 La Vista Circle, Tucker, Georgia, USA,
tel: (1404) 9388094

International Electrical Commission, 3 rue de Varembe,
P.O.Box 131, 1211 Geneva 20, Switzerland,
tel: (4122) 9190211

International Office of Epizootics (Animal Health),
12 Rue de Prony, 75017 Paris, France,
tel: (331) 2274574

International Organization of Standardization
1 Rue de Prony, 75017 Paris, France,
tel: (331) 2274574

International Organization of Standardization,
1 Rue de Varembe, 1211 Geneva 20, Switzerland,
tel: (4122) 7490111,
İnternet: <http://www.iso.ch>

International Organization of Legal Metrology,
11 Rue Turgot, 75009 Paris, France,
tel: (331) 48781282,
E-mail: biml@oiml.org,
İnternet: <http://www.oiml.org/>

Department of Health and Human Services,
Food and Drug Administration, Toxic Lab Monitoring Program,
Room 12A-55 Parklawn, 5600 Fishers Lane,
Rockville, MD 20857 USA,
tel : (1301) 4432390

Global Environmental Management Initiative,
2000 L Street, NW, Suite 710,
Washington D.C. 20037-1101 USA,
tel : (1202) 2967449

Information Handling Services,
P.O.Box 1154, Inverness Way East, Englewood, Colorado, USA
tel : (1800) 2417824

Ulusal Kuruluşlar:

Dış Ticaret Müsteşarlığı – Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürlüğü

Dış Ticarete Standardizasyon Rejim Kararı da dahil olmak üzere, ihracat ve ithalatın kalite ve standartlar yönünden denetlenmesine ait mevzuatı hazırlamak ve uygulamak, Türk standartlarından gerekli görülenleri, Müsteşarlığın bağlı bulunduğu Bakan onayı ile dış ticarete zorunlu uygulamaya koymak ve bu standartların gerektirdiği denetimleri yapmak veya yaptırmak görevleri arasındadır. Ayrıca, ihracatçı ve ithalatçıları standardizasyon ve kalite konularında ve uygulama hakkında bilgilendirmektedir.

Ayrıca, söz konusu Genel Müdürlük Türkiye'nin DTÖ nezdinde TBT konusundaki irtibat noktasıdır.

Türk Standartları Enstitüsü- TSE

TSE, TS – ISO – EN 9000 Kalite ve Çevre Eğitim programları düzenlemekte olup, bu eğitim programlarının başlıkları; TSE – EN – 9000 kalite yönetimi ve kalite güvencesi standartları eğitimi, kalite sistem dokümantasyonu, kuruluş için kalite tetkikleri, istatistiksel proses kontrolü, TS – EN – ISO 14000 çevre yönetim sistemi temel eğitim, kuruluş içi çevre yönetim tetkikleri, hizmette kalite yönetimi ve laboratuarda kalite yönetimidir.

Kalite Derneği– KALDER

1991 yılında Türk sanayicileri tarafından kurulmuş olan KALDER bağımsız, kar amacı gütmeyen ve sanayi, hizmet ve kamu sektörlerinde kalite bilincini yaymaya çalışan bir kuruluştur. KALDER'in başlıca faaliyetleri; TÜSİAD – KALDER Kalite Ödülünü vermek, her yıl TÜSİAD ile birlikte "Ulusal Kalite Kongresi"ni düzenlemek, Kalite ve Yönetim Sistemleri Fuarı'nı organize etmek, eğitim hizmeti vermek, seminer ve paneller düzenlemek, çalışma grupları organizasyonu ve yayın hazırlamaktır.

T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü

DTÖ Sağlık ve Bitki Sağlığı Anlaşması nezdinde yetkili kuruluş bulunan Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü, HACCP kullanımı zorunlu olan ürünlerde gerekli kontrolleri gerçekleştirmektedir.

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme Başkanlığı-KOSGEB

KOSGEB, küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin uluslararası kalite ve standartlarda mal üretmesini sağlamak üzere kalite bilincini geliştirmek, ISO 9000 Kalite Sistemi Standartları'na uygun altyapıların işletmelerde kurulması için eğitim, uygulama ve danışmanlık hizmeti vermektedir.

KAYNAKLAR

- DTM Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürlüğü İnönü Bulvarı No:36, 06510 Emek Ankara Tel:(312)2047500, Faks:(312)2128768 İnternet: <http://www.dtm.gov.tr/dts/dts.htm>
- TSE (Türk Standartları Enstitüsü) Necatibey Cad. No: 112 Bakanlıklar Ankara Tel: (312) 417 83 30 Fax: (312) 425 43 99 <http://www.tse.org.tr>
- T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü, Akay Cad. No:3 06100, Bakanlıklar/Ankara Tel: (312) 417-4176 (PBX), Faks: (312) 418-6318, İnternet: <http://www.kkgm.gov.tr>
- KOSGEB – Necatibey Cad. No: 49, 06440 Sıhhiye-ANKARA Tel: (312) 2325425 Fax: (312) 2304430 Web: <http://www.kosgeb.gov.tr>
- TÜRKAK-Türk Akreditasyon Kurumu Esat Cad. No:41 Küçükesat 06660 / ANKARA Tel: 312 410 82 00 Pbx Faks: 312 419 87 00 İnternet: <http://www.turkak.org.tr>
- KALDER, Centrum İş Merkezi Aydınevler Sanayi Cad. No:3 34854 Küçükyalı, Maltepe, İstanbul. Tel:(216)5184284 Faks:(216)5184286 İnternet: <http://www.kalder.org>, e-mail: kalder@kalder.org

BÖLÜM XV

DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ

89. Dünya Ticaret Örgütü Nedir ve DTÖ Sisteminin KOBİ'lere Sağladığı Faydalar Nelerdir?

Uluslararası ticaretin serbestleştirilmesini ve düzenli işleyişini amaçlayan bir anlaşma niteliğindeki GATT, kurumsal bir yapıya kavuşturularak 1.1.1995 tarihi itibarıyla Dünya Ticaret Örgütü'ne dönüştürülmüştür. Dünya Ticaret Örgütü'nü (DTÖ) kuran anlaşma ile DTÖ'nün, Uruguay Round sonuçlarını oluşturan bütün metinleri kapsayacak biçimde GATT'ın yerine geçeceği ortaya konmuştur.

Dünya Ticaret Örgütü'nün kuruluşu ile gerek Uruguay Round sonuçlarının gerek gelecekte sonuçlandırılacak çok taraflı ve çoklu anlaşmaların uygulanmasından sorumlu bir yapı oluşturulmuştur.

Dünya Ticaret Örgütü çerçevesindeki, anlaşmazlıkların halline ilişkin düzenleme ile DTÖ üyesi ülkeler arasındaki anlaşmazlıkların en kısa sürede ve nihai karara itiraz edilemeyecek şekilde çözüme ulaştırılması amaçlanmıştır. Oluşturulan mekanizma, şahıslar veya firmalar arasındaki ticari ihtilaflara değil, sadece devletler arasındaki ticari uyuşmazlıklara uygulanabilmektedir.

DTÖ'ye şu anda 149 devlet üye (11 Aralık 2005 itibarıyla) bulunmakta olup, 30 devlet ise katılma müzakerelerini sürdürmektedir.

DTÖ'nün kurucu üyeleri arasında yer alan Türkiye, iç onay prosedürünün tamamlanmasının ardından 26 Mart 1995 tarihinde DTÖ üyesi olmuştur. Yükümlülüklerimiz ise 1.1.1995'den itibaren geçerlidir.

Bu çerçevede, ülkemizce sürdürülen dış ticaret mevzuat çalışmalarında DTÖ anlaşmalarından kaynaklanan taahhüt ve yükümlülüklerimiz dikkate alınmaktadır. Ülkemiz, DTÖ Anlaşma ve Uzlaşmalarından kaynaklanan her türlü taahhütlerini ve bildirim yükümlülüklerini yerine getirmekte ve DTÖ çerçevesindeki muhtelif anlaşmaların öngördüğü mevzuat düzenlemelerini yapmaktadır.

Dünya Ticaret Örgütü'nün ortaya koyduğu sistemin hem ihracatçılara hem de ithalatçılara sağladığı belirli faydalar vardır. Başlıca avantajlardan biri "pazara giriş güvencesi"dir. Uruguay Round'un sonuçlarından biri olarak, mal ticaretinde gelişmiş ülkelerin hemen hemen tüm tarifelerinde ve gelişme yolundaki ülkelerin ve geçiş süreci ekonomisine sahip ülkelerin tarifelerinin büyük bir kısmında konsolidasyona gitmesi ve tarifelerde önemli indirimlere gidilmesi sonucunda pazara giriş koşulları önemli ölçüde iyileşmiştir. Ayrıca tarifelerin bağlayıcı olması ile, ithalatçı ülkelerin gümrük tarifelerinde yapacakları ani artışlar ile ya da getirecekleri başka kısıtlamalarla, pazara giriş koşullarını olumsuz etkilemeleri engellenmektedir. Hizmetler ticaretinde, ülkeler hizmet ürünlerinin ve hizmet üreticilerinin pazara girişinin, ulusal listelerinde belirtilen limitler ve koşulların ötesinde kısıtlanamayacağına dair bağlayıcı taahhütlerde bulunmuşlardır.

Sistem, tüm ülkelerin gümrüklerde çeşitli anlaşmalar sonucunda oluşturulmuş tek tip kuralları uygulamalarını gerekli kılmakta ve bu yolla ihrac pazarlarına girişte bir istikrar sağlamaktadır.

Sistemin ithalatta gümrük vergileri dışında başka kısıtlamalara izin vermemesi ve gümrüklerde uygulanacak ulusal mevzuatların tek tip kuralları içermesi zorunluluğu ithalatı kolaylaştırmaktadır. Tarifelerin bağlayıcı olması gümrük vergilerinin yükseltilmesini engellediğinden, ithalat

maliyetlerinin dalgalanmasını da engellemektedir.

Sistem ile sağlanan bu faydalara ilaveten, KOBİ'lere korunma önlemleri, sübvansiyonlar ve anti-damping hükümleri çerçevesinde bazı imkanlar da sağlanmaktadır. Söz konusu hükümler çerçevesinde dampingli veya sübvansiyonlu ithalattan zarar gören işletmelerin, söz konusu ithalata karşı önlem alınmasını isteme hakkı bulunmaktadır. Ayrıca, ithalatın yerli üreticiler üzerinde ciddi zarar veya zarar tehdidi oluşturacak şekilde artması ve ülke menfaatlerinin gerektirmesi halinde vuku bulan zarar veya zarar tehdidinin ortadan kaldırılmasına yönelik önlemlerin alınması amacıyla işletmecilerin girişimde bulunabilmeleri imkan dahilindedir.

İşletmeler ve hükümetler ihracat yaptıkları ülkelerde aleyhlerinde konacak anti-damping vergisi ya da telafi edici vergi ya da başvurulacak korunma önlemleri için başlatılan incelemelerde kanıt sunma ve çıkarlarını savunma hakkına sahiptirler.

İhracat yapan işletmelerin hakları, ihracatçı tarafından yapılan girişimlere rağmen ithalatçı ülkenin yetkili makamları tarafından ihlal ediliyorsa, ihracatçılar konuyu kendi hükümetlerine iletebilirler. Hükümetler arasında yapılacak ikili temaslar yoluyla konuya çözüm bulunmaya çalışılmasına rağmen, bir sonuç elde edilemezse, DTÖ'nün anlaşmazlıkların halline yönelik hükümlerine başvurularak anlaşmazlığın halli yoluna gidilebilir.

Bu konularda Türkiye'de başvurulabilecek kuruluş Dış Ticaret Müsteşarlığı'dır.

KAYNAKLAR

Dış Ticaret Müsteşarlığı, <http://www.dtm.gov.tr/anl/DTO>, E-mail: dtodaire@dtm.gov.tr

Dünya Ticaret Örgütü: <http://www.wto.org> DTÖ ile ilgili daha ayrıntılı bilgiye www.wto.org adresindeki DTÖ ana sayfasından ulaşabilirsiniz.

International Trade Rules: An Answer Book on the WTO Agreements for Small and Medium-Sized Exporters ,2001, ITC-UNCTAD/WTO, E-mail:itcreg@intracen.org Internet: <http://www.intracen.org>

90. Anti-damping, Sübvansiyonlar ve Korunma Önlemlerine İlişkin DTÖ Hükümleri Nelerdir?

Anlaşma, Tokyo Round'da kabul edilen ve ülkemizin de taraf olduğu "VI, XVI ve XXIII.'üncü Maddelerin Yorumlanması ve Uygulanmasına İlişkin Anlaşma"yı temel almaktadır.

Anlaşma, sübvansiyonların tanımını yapmakta ve önceki Anlaşmadan farklı olarak "spesifik (özümlü)" sübvansiyon kavramını getirmektedir. Spesifik sübvansiyon, sübvansiyonu veren makamın yetki alanındaki bir firmaya, sanayi dalına veya bir grup firma veya sanayi grubuna sağladığı sübvansiyonlardır. Anlaşmada belirtilen kurallara yalnızca bu tür "spesifik" sübvansiyonlar tabidir. Tarım ürünleri ayrı bir Anlaşma ile düzenlendiğinden kapsam dışında tutulmaktadır.

Sübvansiyonlar üç kategoriye ayrılmıştır:

1. Yasaklanan Sübvansiyonlar:

- a) İhracat performansı şartına bağlı olanlar,
- b) İthal yerine yerli mal kullanım şartına bağlı olanlar.

Yasaklanmış sübvansiyonlarla ilgili uyuşmazlıklar, yeni uyuşmazlıkların çözümü yöntemlerine tabidir. Sübvansiyonun yasak olduğu tespit edilirse hemen durdurulması istenmekte, belirli bir süre içinde sübvansiyon uygulamasına son verilmediği takdirde ise şikayetçi taraf telafi edici önlem alabilmektedir.

2. Karşı Tedbir Alınabilen Sübvansiyonlar:

Anlaşma, bu grup altında herhangi bir taraf ülkenin öteki taraf ülkelerin çıkarlarına sübvansiyonlar yoluyla zarar vermesini önlemeyi amaçlar. Herhangi bir ürün için uygulanan sübvansiyon oranının mal değerinin % 5'ini geçtiği durumlarda veya bir sanayi dalının uğradığı işletme zararlarını karşılayacak sübvansiyon verildiğinde "ciddi zarar"ın mevcut olduğu kabul edilmektedir. Böyle durumlarda, söz konusu sübvansiyonun şikayetçi ülkenin yerli sanayiine zarar vermediğinin kanıtlanması yükümlülüğü sübvansiyonu uygulayan ülkeye düşmektedir.

3. Karşı Tedbir Alınmasını Gerektirmeyen Sübvansiyonlar:

Sübvansiyonlar Anlaşmasının 2. maddesi çerçevesinde spesifik olmayan sübvansiyonlar ile bu madde çerçevesinde spesifik olup, ancak, araştırma-geliştirme, geri kalmış bölgelerin desteklenmesi ve çevre koruma amaçlı sübvansiyonlar karşı tedbir alınamayan sübvansiyonlar olarak kabul edilmektedir. Bu tür sübvansiyonların, Anlaşmanın ilgili maddesi uyarınca geçici olarak uygulanması öngörülmüş ve uygulamanın sürdürülmesine yönelik bir karar alınmadığı için karşı tedbir alınmasını gerektirmeyen sübvansiyonlar ortadan kalkmıştır.

Telafi Edici Önlem Alma Süreci:

Anlaşmanın bir bölümü de telafi edici önlemlere ilişkin düzenlemelere ayrılmıştır. Telafi edici önlem alınması ve ulusal makamların yaptığı soruşturmalar, bütün tarafların bilgi ve görüşlerini sunmalarını sağlayacak şekilde düzenlenmektedir. Sübvansiyon ile zarar arasındaki bağın kurulabilmesi için ilgili bütün ekonomik faktörler göz önüne alınmakta, sübvansiyon oranının

yüzde 1'in altında olduğu, miktar veya zararın önemszenmeyecek kadar az olduğu tespit edildiğinde soruşturma sona erdirilmektedir.

Soruşturmalar Anlaşmaya göre istisnai durumlar dışında bir yıl içinde tamamlanmaktadır.

Anlaşma, sübvansiyonun sona ermesi veya yeniden başvurulması ihtimali olmaması durumlarında, telafi edici vergi uygulamasının normal olarak yürürlüğe girdikten itibaren beş yıl içinde sona erdirilmesini hükme bağlamaktadır.

En az gelişmiş ülkeler ile kişi başına yıllık geliri 1000 ABD Dolarının altında olan gelişme yolundaki ülkeler (GYÜ) için ihracat sübvansiyonları yasağı bulunmamaktadır. Bu ülkelerin ayrıca, diğer sübvansiyon uygulamalarından da belirli bir zaman muaf olmalarına olanak tanınmıştır.

Diğer gelişme yolundaki ülkeler için ihracat sübvansiyonları yasağı DTÖ Kuruluş Anlaşmasının yürürlüğe girmesinden itibaren sekiz yıl süre ile geçerli olacaktır. Bu sürenin uzatılabilmesine ilişkin prosedür ise Doha Bakanlar Konferansı sırasında alınan bir karar ile belirlenmiştir.

Korunma Önlemleri Anlaşması

GATT 94'ün XIX. maddesi, üye ülkelere bir yerli sanayi dalına ciddi zarar veren beklenmedik ithalat artışlarına karşı korunma tedbirleri alma imkanı tanımaktadır.

Korunma Önlemleri Anlaşması GATT'ın bu temel prensibini dikkate alarak, yürürlükteki gönüllü ihracat kısıtlamaları ve benzeri yasaklayıcı tedbirlerin, Anlaşma ile uyumlu hale getirilmesini veya Dünya Ticaret Örgütü'nü Kuruluş Anlaşmasının yürürlüğe girmesinden sonraki 4 yıl içinde kaldırılmasını öngörmektedir.

Anlaşma ayrıca, GATT'ın XIX. maddesi çerçevesindeki tüm mevcut korunma tedbirlerinin ya başlatıldıkları tarihten itibaren en geç 8 yıl içinde, ya da DTÖ Anlaşmasının yürürlüğe girmesinden sonraki 5 yıl içinde sona erdirilmesini karara bağlamıştır.

Bazı durumlarda, ciddi zarar ön tespitine dayanarak 200 günlük bir süreyi geçmeyecek şekilde geçici korunma tedbiri alınabilmektedir.

Anlaşmada ciddi zarar tespitine ilişkin kriterler ve ithalatın etkisinin tespitinde dikkate alınacak unsurlar belirlenmiştir.

Korunma tedbiri olarak ek vergi uygulanabileceği gibi miktar kısıtlamasına da başvurulabilmektedir. Miktar kısıtlaması söz konusu olduğunda, kota miktarları her halükarda son üç yılın ortalamasının altına düşmeyecek şekilde belirlenmekte ve esaslı tedarikçi konumundaki ülkenin hakları korunmaktadır.

Genel olarak, Anlaşma ile korunma önlemi uygulayabilme süresi dört yıl olarak belirlenmiştir. Ancak, ciddi zararın devam ettiği ispatlanırsa bu süre sekiz yıla kadar uzatılabilmektedir. 180 gün ya da daha az bir zaman için uygulanan korunma önlemleri, uygulanma sürelerinin sona ermesinin ardından ancak bir yıl sonra yeniden uygulanabilirler.

Ayrıca, Anlaşma uyarınca, GYÜ'lere bazı esneklikler tanınmaktadır.

91. Ülkemizin Anti-Damping, Sübvansiyonlar ve Korunma Önlemlerine İlişkin Mevzuatı Nelerdir?

Ülkemizdeki, İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesi Hakkında Mevzuata göre, bir damping veya sübvansiyon soruşturmasının başlatılması ve dampinge karşı vergi veya telafi edici vergi uygulanmasına gidilebilmesi için, öncelikle, dampinge veya sübvansiyona konu ithalattan zarar gördüğünü iddia eden gerçek veya tüzel kişilerin, İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesi Hakkında Yönetmelik'in 19. maddesi hükümleri çerçevesinde dampingli veya sübvansiyonlu ithalat ile yerli üretim dalı üzerindeki zararı ve ikisi arasındaki illiyet bağıını gösterir bilgi ve belgeler ile birlikte Dış Ticaret Müsteşarlığı İthalat Genel Müdürlüğü'ne yazılı olarak müracaat etmesi gerekmektedir.

Bunun yanı sıra mevzuat gereğince damping incelemesinin re'sen de yapılması mümkün bulunmaktadır. Ancak, İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesi Hakkında Mevzuat hükümlerine göre re'sen hareket edilmesi halinde de söz konusu İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesi Hakkında Yönetmelik 19. Maddesinde tanımlanan dampingli ithalatın varlığı, bu ithalattan kaynaklanan yerli üretim dalı üzerindeki zarar ve ikisi arasındaki illiyet bağına ilişkin bilgi ve belgelerin otoritenin elinde mevcut olması gerekmektedir.

Türkiye, yerli üreticileri korumak ya da hasıl olacak ekonomik ihtiyaçları için dış ticaretinde uyguladığı korunma önlemlerini veya diğer enstrümanları uluslararası teamüllere uygun olarak uygulamaya başlamış bulunmaktadır. Bu çerçevede, Gözetim ve Korunma Önlemleri Mevzuatı kapsamında ithalatın yerli üreticiler üzerinde ciddi zarar veya ciddi zarar tehdidi oluşturacak şekilde artması ve ülke menfaatinin gerektirmesi halinde, vuku bulan zarar veya zarar tehdidini ortadan kaldırmaya yönelik önlemler alınabilmektedir. Söz konusu önlemler, ithalatın gözetime tabi tutulması, acil/geçici önlem alınması ve ithalatta miktar kısıtlaması şeklinde uygulanmaktadır.

Ancak, GATT'a entegre edilmeyen tekstil ve konfeksiyon ürünleri Gözetim ve Korunma Önlemleri Mevzuatı kapsamında yer almamaktadır.

Söz konusu Mevzuat çerçevesinde, ithalat artışının yerli üreticiler üzerinde ciddi zarar veya ciddi zarar tehdidinde bulunduğu gerekçesiyle yapılacak başvuruların gerekli belge ve bilgilerle birlikte yazılı olarak Dış Ticaret Müsteşarlığı'na (İthalat Genel Müdürlüğü) yapılması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

DTM, İthalat Genel Müdürlüğü, Damping ve Sübvansiyon Araştırma Dairesi, Emek Mevkii- ANKARA Tel: (312) 2047500 Fax: (312) 2128765 Internet: : <http://www.dtm.gov.tr>, <http://www.dtm.gov.tr/ITHALAT/damping/dampgiris.htm> E-Posta: damping@dtm.gov.tr

DTM, Anlaşmalar Genel Müdürlüğü, Çok Taraflı Ticari İlişkiler Dairesi, Emek Mevkii- ANKARA Tel: (312) 2047500 Fax: (312) 2128765 Internet: : <http://www.dtm.gov.tr>, E-mail: dtodaire@dtm.gov.tr

- Anti-dumping proceedings: Guidelines for importers and exporters, gözden geçirilmiş yeniden basım, 2002, ITC-UNCTAD/WTO Tel:41-22-7300111 Faks:41-22-7334439

E-mail:itcreg@intracen.org Internet: <http://www.intracen.org>

İthalatçı ve ihracatçılara yönelik olarak anti - damping uygulamaları açıklanmaktadır.

92. GATT Tarım Anlaşması ile Tekstil ve Giyim Anlaşması'nın Temel Hükümleri Nelerdir?

Tarım Anlaşması

Uruguay Raund sonucunda yürürlüğe giren Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Tarım Anlaşması, tarım ürünleri ticaretinde adil, öngörülebilir ve serbest piyasa mekanizması prensiplerine dayalı bir sistemi hedeflemektedir. Bu doğrultuda, Tarım Anlaşması ile tarım ürünlerinde pazara giriş, iç destekler ve ihracat sübvansiyonları ana başlıklarında üye ülkelerin yerine getirmekle mükellef olduğu kurallar belirlenmiştir.

Tarım Anlaşması liberalleşmeyi bir süreç olarak görmektedir. Nitekim Anlaşmanın 20. maddesi uyarınca başlatılan "İleri Tarım Müzakereleri", 2000 yılı Mart ayından bu yana Cenevre'de Tarım Komitesinin resmi ve gayriresmi oturumları yoluyla sürdürülmektedir.

Müzakereler açısından 1 Ağustos 2004 tarihinde yayımlanan Genel Konsey Kararı önemli bir aşamayı temsil etmektedir. Söz konusu Kararın Ek A'sında tarım müzakereleri modalitelerine ilişkin olarak, anlaşmanın düzenlediği iç destekler, ihracatta rekabet ve pazara giriş temel alanlarında müzakerelere mesnet teşkil edecek kural ve hükümler kabul edilmiştir.

Karar ile ticareti bozucu olduğu kabul edilen iç desteklerde, daha çok destek veren ülkenin daha çok indirimde bulunmasına yol açacak bant yaklaşımı temelinde her üyenin, genel destek miktarı üzerinden indirim yapması hükmüne bağlanmış, bu kapsamdaki uygulamaların, ilgili üye ülkenin toplam tarımsal üretiminin %5'i ile sınırlı tutulması kararlaştırılmıştır. Yeşil kutu desteklerle ilgili olarak ise, bu tür desteklerin ticareti bozucu etkilerinin ortadan kaldırılması ya da en az düzeye indirilmesini teminen kriterlerinin gözden geçirilmesi öngörülmüştür.

Genel Konsey Kararı'nda ayrıca, ihracat sübvansiyonları ile eş etkili uygulamaların, müzakere sürecinde belirlenecek bir tarihte ortadan kaldırılması karar altına alınmıştır. Varılan mutabakat uyarınca, ihracat kredileri, gıda yardımları ile ticari devlet teşekküllerinin ihracat sübvansiyonları niteliği taşıyan unsurlarının da ihracat sübvansiyonları için belirlenecek disipline paralel biçimde düzenlenmesi öngörülmektedir.

En tartışmalı müzakere alanı olan pazara girişte, tarife indirimlerinin, bant yaklaşımı ile ülkelerin tarife yapılarındaki farklılıkları dikkate alacak şekilde bağlı oranlar üzerinden gerçekleştirilmesi karara bağlanmıştır. Bant sayısı ve bu bantlar içinde hangi formül ile indirim yapılacağı müzakere sürecinde bırakılmıştır. EAGÜ'ler dışında tüm üyelerin sürece katkı sağlamaları hedeflenmiştir.

Karar çerçevesinde, esaslı bir tarife indirimi amaçlanmış, yüksek tarifelerden yüksek oranda olmak üzere tüm ürünlerde indirim yapılması amaçlanmıştır. Pazara giriş başlığı altında yer verilen diğer hususlar ise tarife kotası idaresinde iyileştirmeye gidilmesi ve tarife basamaklandırmasının belirlenecek bir formül ile ele alınması olmuştur. Tarifelerin basitleştirilmesi ile özel korunma önlemleri mekanizmasının da müzakerelerde tartışılması kararlaştırılmıştır.

1 Ağustos 2004 tarihli Genel Konsey Kararı ile hız kazanan tarım müzakereleri, 13-18 Aralık 2005 tarihleri arasında Hong Kong'da gerçekleştirilen Bakanlar Konferansı neticesinde yayımlanan Bakanlar Deklarasyonunda belirlenen ilkeler çerçevesinde ilerlemektedir.

İhracat sübvansiyonları ve benzer etkiye sahip uygulamaların tedrici ve paralel bir yaklaşımla 2013 yılına kadar sonlandırılmasına karar verilmiş, indirimlerin büyük kısmının, uygulama döneminin ilk yarısında tamamlanması karara bağlanmıştır. 180 gün ve altındaki ihracat kredileri, kredi garantileri ve sigorta programları konusunda ülke görüşleri arasında yakınlaşma kaydedilirken bu tür programların mümkün olduğunca pazar şartlarına uygun olması üzerinde mutabakat sağlanmıştır.

Tekstil ve Giyim Anlaşması

DTÖ Kuruluş Anlaşması'nın ekinde yer alan Tekstil ve Giyim Anlaşması (TGA) hükümleri çerçevesinde kotaların 1 Ocak 2005 tarihi itibarıyla yürürlükten kalkması, tekstil ve konfeksiyon üretici ve ihracatçısı olan, aralarında Türkiye'nin de yer aldığı çok sayıda ülke için ekonomik ve sosyal açıdan büyük önem taşıyan sonuçlar doğurmuştur.

Türkiye tarafından, DTÖ kurallarının tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı ülkelerin ihracat pazarlarında karşılaştıkları sıkıntıları gidermek açısından yeterli olmadığını, yeni mekanizmalar vasıtasıyla 2005 sonrası döneme yumuşak bir geçişin sağlanması gerektiği belirtilerek sektör uluslararası ticaretinde karşılaşılan sorunlara DTÖ platformunda çözüm bulunabilmesi amacıyla aktif bir şekilde çalışmalar yürütülmektedir.

KAYNAKLAR

DTM, Anlaşmalar Genel Müdürlüğü, Çok Taraflı Ticari İlişkiler Dairesi, Emek Mevkii- ANKARA
Tel: (312) 2047500 Fax: (312) 2128765 Internet: : <http://www.dtm.gov.tr/anl/DTO/TEKSTIL-ANL.htm>, E-mail: dtodaire@dtm.gov.tr

93. Ticarete Teknik Engeller Anlaşması'nın Temel Hükümleri Nelerdir?

Ülkeler ithal edilen ürünlerin uygulamakta oldukları zorunlu standartlara uygun olmasını gerekli kılmaktadırlar ve bu tür zorunlu standartlar ve bunların uygulanmasında kullanılan idari yöntemler "teknik mevzuat" olarak adlandırılmaktadır. Teknik mevzuatlar ülkeler tarafından, söz konusu ürünleri kullanan insanların sağlığını korumak, emniyetini sağlamak, çevrenin korunmasını sağlamak ve hileli durumları önlemek için uygulanırlar.

Bu tür teknik mevzuatlar, yukarıda belirtilen amaçlara ulaşmak için kullanılmakla birlikte, pratikte uluslararası ticarete engel de teşkil edebilmekte ve bir çeşit gizli korumacılık işlevi görebilmektedirler. Teknik mevzuattan kaynaklanan bu engeller "Ticarete Teknik Engeller" olarak tanımlanmaktadır. Teknik mevzuatların ticarete gereksiz engellere yol açmaması için, uluslararası kurallara uyumlu hale getirilmesi gereklidir. Bu kurallar GATT 1994'ün ek anlaşmalarından biri olan "Ticarete Teknik Engeller Anlaşması'nda (The Agreement on Technical Barriers to Trade-TBT) yer almaktadır. Anlaşma, teknik yönetmelikler ve standartlar hazırlanırken veya kurallara uygunluk tespit edilirken, yerli ve yabancı ürünlerin aynı muameleye tabi olmalarını öngörmektedir.

Anlaşmanın temel amacı, ulusal düzeydeki teknik mevzuatların ticarete engel teşkil edecek şekilde formüle edilmesini önlemektir. Ulusal amaçlara varılması için, uluslararası standartların kullanımının yetersiz olması veya konuyla ilgili uluslararası standartların mevcut olmaması halinde, ülkeler kendi ulusal standartlarını geliştirmekte serbesttirler.

TBT Anlaşması ile üye ülkeler arasında teknik mevzuat konusunda bilgi akışının sağlanması için bir bildirim sisteminin, karşılıklı olarak danışmaların yapılabilmesi amacıyla da bir komitenin (Ticarete Teknik Engeller Komitesi) oluşturulması öngörülmüştür.

Bildirim sistemi, üye ülkelerin uluslararası standartlardan sapan ve ticareti engelleyecek nitelikteki teknik mevzuatının taslak halindeyken, diğer üye ülkelere yorum yapabilecekleri kadar bir süre tanınarak, DTÖ Sekreteryası'na ve talep edilmesi halinde bu talebi gerçekleştiren diğer üye ülkelere bildirilmesini öngörmektedir. Bu sistem ile uygulamalarda şeffaflığın sağlanması, uluslararası standartlardan sapan uygulamalardan kaynaklanan teknik engellerin azaltılması hedeflenmektedir.

Ülkemizde, teknik düzenlemeler ve uygunluk değerlendirme prosedürleri ile bu konularda akdedilen ikili veya çok taraflı karşılıklı tanıma anlaşmalarına ilişkin bildirim merkezi görevini Dış Ticaret Müsteşarlığı (Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürlüğü), standartlar konusunda bildirim merkezi görevini ise Türk Standartları Enstitüsü yürütmektedir.

DTÖ bildirimlerinin üretici ve ihracatçılarımıza hızlı ve etkin bir şekilde ulaştırılabilmesi amacıyla Dış Ticaret Müsteşarlığınca Ticarete Teknik Engeller İnternet Sitesi hazırlanmıştır.

Ticarete Teknik Engeller İnternet Sitesinin temel hedefi; günlük olarak bilgilendirme yapılarak

ihracatımızın diğerk ÷lke düzenlemelerinden olumsuz etkilenmemesine katkı sağlamaktır. Site, tüm gerçek ve tüzel kişilerin ücretsiz olarak kullanımına açıktır.

Bu sistem, dış pazarlara giriş koşullarının önceden bilinmesi, üretim sürecinde değışiklik yapılması için zaman kazanılması ve ticarete teknik engellerin önlenmesi açısından önemlidir.

Üretici ve ihracatçılarımız dış pazarlara girişte karşılaştıkları etiketleme, işaretleme, ambalajlama, karantina şartı gibi teknik düzenlemeler, test ve belgelendirme işlemlerinden kaynaklanan teknik engelleri Ticarete Teknik Engeller İnternet Sitesi üzerinden Dış Ticaret Müsteşarlığına "Dikkat Teknik Engel" başlığı altında bildirebileceklerdir.

Ticarete Teknik Engeller İnternet Sitesine <http://www.teknikengel.gov.tr> adresinden veya www.dtm.gov.tr üzerinden ulaşılması mümkündür.

KAYNAKLAR

Dış Ticaret Müsteşarlığı, Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürlüğü Emek Mevkii- ANKARA
Tel: (312) 2047500 Fax: (312) 2128765 İnternet: : <http://www.teknikengel.gov.tr>
Türk Standartları Enstitüsü, Necatibey Cad. No:112, Bakanlıklar/ANKARA, Tel: (312) 4178330,
Fax: (312) 4254399, İnternet: <http://www.tse.org.tr>

94. Sağlık ve Bitki Sağlığı Önlemlerinin Uygulanmasına İlişkin Anlaşma'nın Temel Hükümleri Nelerdir?

Uruguay Round çerçevesinde akdedilen anlaşmalardan biri olan Sağlık ve Bitki Sağlığı Önlemlerinin Uygulanmasına İlişkin Anlaşma ülkelerin gıda güvenliğini sağlamak, hayvanların sağlığını korumak ve bitkilerin hastalıklardan korunmasını temin etmek amacıyla alabilecekleri tedbirlerin mahiyet ve sınırlarını belirlemektedir.

Ülkeler prensip olarak gıda güvenliğini sağlamak için hayvan ve bitki sağlığıyla ilgili her türlü tedbiri almak yönünde özgür bırakılmışlarsa da söz konusu anlaşma, bu özgürlüğün diğer ülkelere karşı haksız ve koruyucu bir şekilde uygulanmasının önlenmesini amaçlar. Bu çerçevede, anlaşma gereği sağlık tedbirleri gıda güvenliğiyle insan, hayvan ve bitki yaşam ve sağlığını korumak için gerekli olduğu ölçüde uygulanmalı, bu tedbirler bilimsel verilere dayandırılmalı, uluslararası ticarete keyfi, ayırım gözetken, gizli veya haksız engel oluşturmamalıdır. Ayrıca anlaşma, gıda güvenliği için alınacak tedbirlerin uluslararası karakter taşıması ve bu yönüyle tedbirler arasında uyum bulunması şartını da getirmiştir.

Söz konusu anlaşma, üye ülkelere sağlık tedbirlerini alırken uymaları gereken bazı yükümlülükler getirmektedir. Örneğin, sağlık tedbirlerinin bilimsel kriterlere göre belirlenmesi ve bilimsel verilere dayanarak yürürlükte tutulması gerekliken yine sağlık tedbirlerinin uygulanmasında yerli-yabancı ve yabancı-yabancı arasında ayırmacılık yapılmaması ve bu tedbirlerin uluslararası ticareti kısıtlayıcı gizli bir tedbire dönüştürülmemesi de anlaşmanın öngördüğü yükümlülükler arasında bulunmaktadır.

Anlaşma, ulusal mevzuatlar oluşturulurken aşağıda yer alan standart ve benzeri uygulamaların temel alınması durumunda, bu mevzuatların bilimsel temellere dayalı olduğunun kabul göreceğini belirtmektedir:

- Gıda güvenliği konusunda "FAO/WHO-Codex Alimentarius Commission"
- Hayvan Sağlığı konusunda "International Office of Epizootic"
- Bitki Sağlığı alanında "International Plant Protection Commission" tarafından hazırlanmış olan standartlar vb.

Söz konusu anlaşma, DTÖ üyesi ülkelerin temel hak ve yükümlülükleri, tedbirlerin uyumlaştırılması, başka ülkelerin kontrol tedbirlerini eşdeğer sayma, riskin değerlendirilmesi ve sağlık korumasında uygun düzeyin belirlenmesi gibi konuları içermektedir. Diğer taraftan, alınan tedbirlere ilişkin açıklama ve bildirimlerde bulunulması ile saydamlığa ilişkin yükümlülükler de anlaşma kapsamındadır.

Anlaşma, bir ülkenin sağlık ve bitki sağlığı mevzuatını uyumlaştırırken, uluslararası standart vb.den sapmasına ancak, "daha ileri bir düzeyde koruma" gerekliyse izin vermektedir. Her ülke, ilgili diğer ülkelerin sağlık tedbirleri konusunda gelebilecek sorularına cevap vermek üzere bir "Bilgi Merkezi" kurmak zorundadır.

Ülkemizde, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı (Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü) "Bilgi ve Bildirim Merkezi" olarak görev yapmaktadır.

KAYNAKLAR

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı -Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü Adres:Akay Cad. No.3
Bakanlıklar-ANKARA Tel: (312) 4174176 Faks: (312) 4186318, Web: <http://www.kkgm.gov.tr/>,
E-mail: webadmin@kkgm.gov.tr

95. Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS) Nedir ve Temel Kuralları Nelerdir?

DTÖ Kuruluş Anlaşması'nın ekinde yer alan anlaşmalardan biri olan Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS), hizmet ticaretini uluslararası kurallara bağlayan ilk çok taraflı anlaşmadır. GATS tüm hizmet sektörlerini kapsamaktadır. Anlaşma, aşağıda belirtilen dört hizmet arzı biçimini içermektedir.

- Sınır ötesi ticaret (Cross border trade) örneğin: uluslararası telefon görüşmeleri,
- Yurtdışında tüketim (Consumption abroad) örneğin: turizm,
- Ticari varlık (Commercial Presence) örneğin: yabancı bankalar,
- Gerçek kişilerin hareketliliği (Movement of natural persons) örneğin: danışmanlar.

En Çok Kayırılan Ülke (MFN) kuralı GATS'ta bir üye ülkenin, bu anlaşmada kapsanan bir önlemle ilgili olarak; herhangi bir diğer üyenin hizmetlerine ve hizmet sunucularına, diğer bir ülkenin benzer hizmetleri ve hizmet sunucularına uygulananndan daha az kayırıcı olmayan bir muameleyi, derhal ve şartsız olarak uygulayacağı şeklinde ifade edilmiştir. Bu zorunluluk, belirli bir taahhüt yapılmış olsun veya olmasın, tüm sektörlerde geçerlidir. Ancak, anlaşmada yukarıda da belirtilen bazı geçici istisnalara izin verilmektedir.

Ulusal Muamele İlkesi, hizmetler alanında farklı uygulanmaktadır. Söz konusu ilke, mallar ve fikri mülkiyet haklarında genel bir kural iken, GATS çerçevesinde taahhütlerin yapıldığı alanlarda uygulanmakta ve bazı muafiyetlere izin verilmektedir.

Anlaşma, düzenlemelerde şeffaflığı esas almakta ve bu çerçevede, her üye ülke tarafından hizmetlerle ilgili tüm mevzuatlarının yayımlanmasını ve bu konuda yabancı firma ve hükümetlerin bilgi alabilecekleri bir merkezin oluşturulmasını zorunlu kılmaktadır. Ayrıca, ülkelerin taahhütlerinde yer alan hizmetlerle ilgili mevzuatta yapılacak değişikliklerin söz konusu bilgi merkezleri tarafından DTÖ Sekretaryası'na bildirilmesi öngörülmektedir.

Söz konusu anlaşma, lisans ve belgelerin tanınmasına ilişkin ikili veya çok taraflı anlaşmaların akdedilmesi halinde, diğer ülkelere de benzeri anlaşmalar akdedilmesi imkanı tanınmasını ve ayrımcı uygulamalara gidilmemesini öngörmekte, ayrıca, bu anlaşmaların DTÖ Sekretaryası'na bildirilmesini zorunlu kılmaktadır.

Üye ülkeler, bir hizmet sektörünü yabancı rekabete açtığında, ödemeler dengesi güçlükleri dışında o sektör bakımından para transferlerini kısıtlayamaz. Ödemeler dengesi güçlüklerinde geçici kısıtlamalar konulması anlaşmada şartlara bağlanmıştır.

Anlaşma ekinde yer alan her üye ülkenin yukarıda sayılan hizmet sektörlerindeki taahhütlerini içeren listeler taahhüt listeleri olarak adlandırılmaktadır. Söz konusu taahhüt listeleri ile ülkeler hizmet sektörlerinde yabancı hizmet sunucularına uyguladıkları kısıtlamaları ve hizmet sektörlerindeki son durumlarını belirtmektedirler.

Öte yandan, MFN uygulamasına istisna teşkil eden önlemlerin yer aldığı listeler derogasyon listeleri olarak adlandırılmaktadır. Bir önlemin derogasyon listesinde yer alabilmesinin ön koşulu en geç, anlaşmanın yürürlüğe girdiği tarihte listelenmiş olmasıdır.

Ülkemizin taahhüt listesi, mesleki hizmetler, haberleşme hizmetleri, müteahhitlik ve ilgili mühendislik-mimarlık hizmetleri, eğitim hizmetleri, çevre hizmetleri, mali hizmetler, sağlık ve sosyal hizmetler, turizm ve seyahat ile ilgili hizmetler ve ulaştırma hizmetleri sektörlerini içermektedir. Söz konusu listemiz, gelişme yolundaki ülkeler tarafından sunulan tekliflerin en kapsamlısı ve en ilerilerinden biri olup, bazı gelişmiş ülke teklifleri ile boy ölçüşecek niteliktedir.

Hizmet Ticareti Genel Anlaşmasının gereklerini yerine getirmek amacıyla hizmet sunucusu olan kurumların koordinasyonu, hizmetlerle ilgili sektörel bazdaki taahhüt listesinin hazırlanması, taahhüt listesinde yer verilen sektörlerle ilgili ikili müzakerelerin organizasyon ve koordinasyonu Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, Banka ve Kambiyo Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir.

KAYNAKLAR

DTM, Anlaşmalar Genel Müdürlüğü, Çok Taraflı Ticari İlişkiler Dairesi, Emek Mevkii- ANKARA
Tel: (312) 2047500 Fax: (312) 2128765
<http://www.dtm.gov.tr/anl/DTO/CANCUNSONRASI.htm>
Türkiye - DTÖ ilişkileri hakkındaki soru, görüş ve önerilerinizi, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Anlaşmalar Genel Müdürlüğü'ne iletmek için aşağıdaki e-posta adresi veya telefaks numarasını kullanabilirsiniz: E-posta: dtodaire@dtm.gov.tr Telefaks: 312-2128741

96. Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS) Nedir ve Temel Hükümleri Nelerdir?

Fikri mülkiyet haklarını korumaya yönelik normların önemli ölçüde değişiklik gösterdiği ve uluslararası ticarete sahte mallara uygulanabilir prensip ve kurallar konusunda çok taraflı bir çerçevenin bulunmamasının uluslararası ekonomik ilişkilerde giderek artan bir gerginliğe yol açtığı görüşüne dayanılarak, Uruguay Round müzakerelerinde Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları konusunda da bir anlaşma akdedilmiştir.

Anlaşmanın birinci kısmı, genel hükümler ve temel ilkeleri belirlemektedir. Bu bölümde "ulusal muamele" kuralına göre, her bir tarafın fikri mülkiyet haklarının korunması konusunda, diğer taraf uyruklu kişilere, kendi uyruğundan olanlardan daha az elverişli bir tutum sergilememesi hükme bağlanmıştır. Ayrıca, aynı bölümdeki "en çok kayırılan ülke" kuralına göre, taraf bir ülkenin, yabancı uyruklu kişilere tanıdığı tüm avantajlar derhal ve şartsız olarak, söz konusu muamele ilgili tarafın kendi vatandaşlarına tanıdığı muameleden daha elverişli olsa dahi, diğer tüm taraf ülkelere de tanınacaktır.

İkinci kısımda her bir fikri mülkiyet hakkı ayrı ayrı incelenmiştir. Telif hakları ile ilgili olarak TRIPS Anlaşması, üye ülkelere Edebiyat ve Sanat Eserlerinin Korunmasına İlişkin Bern Sözleşmesi'nin ilk 21 maddesi ve ek madde hükümlerine (6-tekrar maddesi hariç) uyma yükümlülüğünü getirmektedir. Fikri haklara ilişkin koruma, düşünceleri, yöntemleri, uygulama esaslarını ya da matematiksel kavramları değil, düşüncelerin ifade biçimini kapsamaktadır. Bu nedenle meydana getirilen orijinal nitelikli eserler korunmaktadır.

TRIPS Anlaşması'yla, mevcut uluslararası kurallara önemli ilaveler getirilmiştir. Telif hakları sahiplerine kendi haklarının ticari olarak kiralanmasını yasaklama ve bu hakları istedikleri gibi kullanma yetkisi verilmektedir. Anlaşma, ayrıca, bilgisayar programları ile veri tabanlarının hangi şartlar altında telif hakları çerçevesinde korunacağı hususuna da açıklık getirmiştir.

Anlaşma, bilgisayar programcılarına ve ses kayıt prodüktörlerine kendi yapıtlarının kamuya kiralanmasını yasaklayabilme veya izne bağlayabilme hakkı vermiştir. Benzer bir hak sinematografik eserlere de uygulanmaktadır.

TRIPS Anlaşması'nda, bir işletmenin mal ve hizmetlerini diğer işletmelerin mal ve hizmetlerinden ayıran herhangi bir işaret veya işaret kombinasyonunun marka oluşturabileceği belirtilmektedir. Anlaşma, marka olarak belli bir korumadan yararlanacak işaret tiplerini tanımlamakta ve bunlara tanınacak asgari hakları, devri ve lisans verilmesi ile ilgili kuralları belirlemektedir.

Coğrafi işaretler, tüketiciyi, bir ürünün kalitesi, saygınlığı ve özellikle coğrafi menşei konusunda bilgilendirir. Coğrafi işaretler konusunda, Anlaşma, ürünün coğrafi menşei konusunda tüketiciyi yanıltan veya haksız rekabete yol açan her türlü bilgi kullanımının engellenmesi için tüm önlemlerin alınması gerektiğine işaret etmektedir.

Endüstriyel tasarım ve modellere ilişkin olarak TRIPS Anlaşması, üye ülkelere bağımsız olarak yaratılmış yeni veya orijinal sınai tasarımların korunması yükümlülüğünü getirmektedir.

Öte yandan, TRIPS Anlaşması'nda bir buluşun patent ile korunabilmesi için aranan kriterler, yenilik, tekniğin bilinen durumunun aşılması ve sanayiye uygulanabilirliktir.

Patentlerle ilgili olarak Paris Konvansiyonu'nun temel hükümlerini tamamlayıcı genel kurallar getirilmiştir.

TRIPS Anlaşması'nda, entegre devrelerin topografyalarının korunmasının "Washington Treaty on Intellectual Property in Respect of Integrated Circuits" temelinde sağlanacağı hükme bağlanmıştır.

Öte yandan, TRIPS Anlaşması, zorunlu lisans ve hükümet kullanımına sıkı kurallar altında izin vermektedir.

Ticari değer taşıyan ticari sırların ve know-how gizliliğinin korunması ve dürüst ticari uygulamalara aykırı hareketlerin yasaklanması da TRIPS çerçevesinde düzenlenmiş bulunmaktadır.

Söz konusu anlaşma ayrıca sözleşmeye dayalı lisansta rekabeti bozan uygulamalara ilişkin hükümleri de kapsamaktadır.

TRIPS Anlaşması, üye ülkelere fikri ve sınai hakların etkin bir şekilde sağlanması amacıyla iç hukuklarında gerekli düzenlemeleri yapmalarını öngörmektedir.

Gelişmiş ülkelere Anlaşmadaki hükümlerle kendi yasalarını uyumlu hale getirmek için bir yıllık bir geçiş dönemi tanınmıştır. Söz konusu geçiş dönemi, planlı ekonomiden pazar ekonomisine geçen ve gelişme yolundaki ülkeler için 5 yıl; ve en az gelişmiş ülkeler için 11 yıldır. Gelişmiş olan üye ülkeler en az gelişmiş üye ülkelerin sağlam ve uygulanabilir bir teknolojik temel oluşturmalarını sağlamak için bu üyelere teknoloji transferini teşvik etmek ve artırmak için kendi ülkelerindeki işletmelere ve kurumlara teşvik sağlayabileceklerdir. Eğer gelişme yolundaki bir ülke, bazı teknolojik alanlardaki ürün patentleri aracılığıyla sağlanan korumacılığı Anlaşmanın imza edildiği tarihte tanımıyorsa, bu korumayı düzenlemek için 10 yıla kadar varabilen bir süreden yararlanacaktır. Buna karşılık, teknolojinin tüm alanlarında, özellikle tıbbi ve zırai ilaçların patentle korunmasında gelişme yolundaki ülkelerin geçiş süresinin başlangıcından itibaren tüm patent başvurularını kabul etme zorunluluğu getirilmiştir. Geçiş süresinin bitimine kadar patentin tescil edilmemesi durumunda bile, buluşun yeniliği müracaat tarihinden itibaren saklı tutulacaktır.

Anlaşmanın 7. Bölümündeki 71.1 maddesi, 1 Ocak 2000 tarihi itibarıyla (Bu tarih, gelişmekte olan ülkelerin 65.2 maddesi çerçevesinde kullandıkları beş yıllık geçiş süresinin tamamlanacağı tarihtir.), Anlaşmanın "uygulamasının" TRIPS Konseyi'nce gözden geçirilmesini ve bu gözden geçirmenin anılan tarihten itibaren iki yıllık sürelerle yenilenmesini öngörmektedir.

Türkiye'deki Uygulama

Fikri ve sınai mülkiyet haklarına ilişkin Türkiye'deki uygulamalar aşağıda yer almaktadır.

Patent: Türkiye'de ve dünyada yeni olan sanayiye uygulanabilen ve tekniğin bilinen durumunun aşılması kriterine uygun olan buluşların sahiplerine belirli bir süre (20 yıl) bu buluş konusu ürünü üretme ve pazarlama hakkının tanınmasıdır. Bir buluşun patent verilerek korunabilmesi için; yenilik, tekniğin bilinen durumunun aşılması ve sanayiye uygulanabilirlik kriterleri aranmaktadır.

Faydalı Model: Türkiye'de ve dünyada yeni olan sanayiye uygulanabilen buluşların sahiplerine belirli bir süre (10 yıl) bu buluş konusu ürünü üretme ve pazarlama hakkının tanınmasıdır. Bir buluşun faydalı model belgesi verilerek korunabilmesi için; yenilik ve sanayiye uygulanabilirlik kriterleri aranmaktadır.

551 sayılı Patent Haklarının Korunması Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararname ile getirilen yenilikleri şu şekilde özetlemek mümkündür. Patent korunmasının yanı sıra, faydalı model koruması, incelemeli veya incelemesiz patent verilmesi sistemi kapsamında , koruma süreleri incelemesiz patentler için 7 yıl, faydalı modeller için 10 yıl, incelemeli sistemin tercih edildiği patentler için 20 yıldır. Bu kanun hükmünde kararnamede, aşağıda sayılanlar buluş niteliğinde olmadıkları için kapsam dışında bırakılmıştır.

- keşifler, bilimsel teoriler, matematik metotları,
- zihni, ticari ve oyun faaliyetlerine ilişkin plan, usul ve kurallar,
- edebiyat ve sanat eserleri, estetik niteliği olan yaratmalar, bilgisayar yazılımları
- bilginin derlenmesi, düzenlenmesi, sunulması ve iletilmesi ile ilgili teknik yönü bulunmayan usuller,
- insan veya hayvan vücuduna uygulanacak cerrahi ve tedavi usulleri ile insan, hayvan vücudu ile ilgili teşhis usulleri,

Aşağıda belirtilen buluşlar patent verilerek korunamazlar,

- konusu kamu düzenine veya genel ahlaka aykırı olan buluşlar,
- bitki veya hayvan türleri veya önemli ölçüde biyolojik esaslara dayanan bitki veya hayvan yetiştirilmesi usulleri.

Endüstriyel Tasarım: Endüstriyel tasarım bir ürünün tümü veya bir parçası veya üzerindeki süslemenin, çizgi, şekil, biçim, renk, doku, malzeme veya esneklik gibi insan duyuları ile algılanan çeşitli unsur veya özelliklerinin oluşturduğu bütündür.

Bir tasarımın, 554 sayılı KHK'ye göre tescil edilebilmesi için, yeni veya ayırt edici özelliğe sahip olması gerekir. Bir tasarım, başvuru tarihinden önce dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulmamışsa yeni sayılır. Kamuya sunma; sergileme, satış gibi yollarla piyasaya sürme, kullanma, tarif, yayım, tanıtım veya benzer amaçlı faaliyetleri kapsamaktadır.

Tescilli tasarımların koruma süresi başvuru tarihinden itibaren 5 yıldır. Ancak bu süre tasarım sahibinin isteğine göre 5 yıl + 5x4 yıl daha uzatılabilir.

Ticari Marka: Ticari markalar; bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla kişi adları dahil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi ve ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer bir şekilde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaretlerdir. Marka, mal veya ambalajı ile tescil ettirilebilir. Bu durumda mal veya ambalajın tescili marka sahibine mal veya ambalaj için inhisari bir hak sağlamaz.

Markanın koruma süresi başvuru tarihinden itibaren 10 yıldır. Bu süreler 10'ar yıllık dönemler halinde yenilenebilir.

İlgili kararnameye göre marka olarak tescil edilemeyecek işaretler şunlardır.

- Markanın tanımına girmeyen işaretler,

- Aynı veya aynı türdeki mal veya hizmetlerle ilgili olarak tescil edilmiş veya daha önce tescil için başvurusu yapılmış bir marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar aynı olan markalar,
- Mal veya hizmetlerin niteliği, kalitesi veya üretim yeri, coğrafi kaynağı gibi konularda halkı yanıltıcı işaretler ve adlar,
- Ticaret alanında cins, çeşit, vasıf, kalite, miktar, amaç, değer ve coğrafi kaynak belirten işaretler,
- Ticaret alanında herkes tarafından kullanılan veya belirli bir meslek, sanat veya ticaret grubuna mensup olanları ayırt etmeye yarayan işaretler,
- Malın özgün doğal yapısından ortaya çıkan şeklini veya bir teknik sonucu elde etmek için zorunlu olan işaretler,
- Paris Sözleşmesi'ne üye ülkelerin hükümlerle işaretleri, bayrakları veya flamaları,
- Tarihi ve kültürel değerleri bakımından halka mal olmuş işaretler ve adlar,
- Sahibi tarafından izin verilmeyen tanınmış markalar,
- Kamu düzenine ve genel ahlaka aykırı markalar,
- Dini değerleri ve sembolleri içeren markalar.

Coğrafi İşaretler: Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretleridir.

Coğrafi işaretler Menşe ve Mahreç işaretleri olarak iki grupta anılırlar. Bu ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı "Menşe Adı" olarak anılır. Bir ürünün bu şekilde anılabilmesi için;

- Coğrafi sınırları belirlenmiş yöre, alan veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanan bir ürün olması
- Tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğal ve beşeri unsurlardan kaynaklanan bir ürün olması,
- Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması şartlarını birlikte taşıması gerekir.

Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adının, "Mahreç İşareti" olarak tescil edilebilmesi için;

- Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürün olması,
- Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş bir ürün olması,
- Üretimi, işlenmesi veya diğer işlemlerden en az birisinin belirlenmiş bir yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması gerekmektedir.

Menşe adı ile mahreç işareti arasındaki farkı şu şekilde özetlemek mümkündür; menşe adını taşıyan ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezler. Mahreç işaretini taşıyan ürünler ise ait oldukları bölgenin dışında üretilbilirler.

Türkiye’deki Uygulamacı Kuruluşlar

Türkiye’de sınai mülkiyet haklarına ilişkin işlemler 24.6.1994 tarihine kadar Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sınai Mülkiyet Dairesi Başkanlığı’nca yürütülmüş olup bu tarihten itibaren Türk Patent Enstitüsü tarafından yürütülmektedir. Türk Patent Enstitüsü tarafından yerine getirilen görevler;

- Sınai mülkiyet hakları ile ilgili işlemleri yürütmek
- Sanayiciler ile araştırmacılara bilgi ve dokümantasyon hizmeti vermek
- Sanayiciler ve araştırma, geliştirme faaliyetinde bulunan kişileri ulusal ve uluslararası mevzuat konusunda bilgilendirmek ve yönlendirmek
- Sınai mülkiyet hakları konusunda uluslararası gelişmeleri izlemek
- Türkiye’yi sınai mülkiyet hakları ile ilgili olarak uluslararası platformda temsil etmektir.

Türkiye’de telif hakları konusunda ilgili kuruluş ise Kültür Bakanlığı’dır. Kültür Bakanlığı Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü’nün konuyla ilgili görevleri;

- 5846 sayılı fikir ve sanat eserleri kanunu ile verilen görevleri yürütmek
- Eser sahipleri, birlikler ile Bakanlık arasındaki ilişkileri düzenlemek.
- Fikir ve sanat eserlerinin işaretlenmesi ile ilgili çalışmaları yürütmek, kontrol etmek ve denetlemek.
- 3257 sayılı Sinema, Video ve Müzik Eserleri Kanunu ile verilen görevleri yapmak
- Fikri haklar alanında milletlerarası kuruluşlarla işbirliği yapmak ve gerekli çalışmaları yürütmek

KAYNAKLAR

Türk Patent Enstitüsü, Tel: (312) 2325425 Faks:(312) 2325413

İnternet:<http://www.turkpatent.gov.tr>

Kültür Bakanlığı Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü, Tel: (312) 2317826

Faks: (312) 2319694 İnternet: <http://www.kultur.gov.tr>

97. DTÖ Çerçevesindeki Tarife Dışı Tedbirlere İlişkin Diğer Düzenlemeler Nelerdir?

Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT), öncelikle gümrük tarifelerinin indirilmesini amaçlamıştır. Ancak devletlerin çeşitli GATT Roundlarında tarifeleri düşürmeleri ile birlikte uluslararası ticaretin en büyük engellerinden olan tarife dışı önlemlerin aynı oranda büyümeye başladıkları görülmüştür.

Sonuçta, Kennedy Round ve sonrasında sadece tarifeler değil, tarife indirimlerinin değerini azaltan veya yok eden tarife dışı engeller konuları da ele alınmıştır.

Gümrük Değerleme Anlaşması (VII. Maddenin Uygulanmasına İlişkin Anlaşma)

Gümrük rejimleri, ticaret-ekonomi politikalarının uygulama aracı olarak koruyucu, gelir artırıcı, ithalat/ihracat geliştirmeye yönelik vb. olarak kullanılabilir. Bu nedenle, ithal edilen malın fiyatının doğru olarak tespiti ve dolayısıyla gümrük vergilerinin doğru tahsili ve gümrük kaçaklarının önlenmesini hedefleyen gümrük kıymetinin belirlenmesi uygulaması alanında en çok tartışılan konulardan biri "Gümrük Kıymeti" olmuştur.

Gümrük Değerleme Anlaşması, pozitif bir kıymet kavramı üzerine kuruludur ve anlaşmanın amacı ticari gerçeklere uygun, adil, bir örnek ve tarafsız bir sistem yaratmak, keyfi ve fiktif gümrük kıymetlerinin kullanılmasını yasaklamaktır. Anlaşma, gümrük kıymetinin tespiti amacı ile altı farklı yöntem belirlemiştir; ithal eşyanın satış bedeli, aynı eşyanın satış bedeli, benzeri eşyanın satış bedeli, indirgeme yöntemi, hesaplanmış kıymet ve son yöntemdir.

Anlaşma hükümleri uyarınca ne ithalatçı ne de gümrük idaresi bu yöntemlerden birini seçme hakkına sahiptir. Yukarıda sayılan sıralama bağlayıcı olup, söz konusu kuralın tek istisnası, ithalatçının talebi üzerine indirgeme metodu ile hesaplanmış kıymet metodunun uygulanma sıralarının değiştirilebilmesidir.

Sevk Öncesi İnceleme Anlaşması

Sevk öncesi inceleme, ithal edilecek malların sevkiyatından önce uzmanlaşmış özel şirketlere söz konusu malların özellikle fiyat, miktar ve kalite bakımından kontrol ettirilmesi şeklinde yapılan bir uygulamadır.

Anlaşma, genel anlaşmada yer alan ilke ve yükümlülüklerin, hükümetler tarafından yetkili kılınmış sevk öncesi inceleme kuruluşlarının faaliyetlerinde geçerli olacağını kabul etmektedir.

İhracatçı üye ülkeler, sevk öncesi incelemelerden faydalanan ülkelere karşı ulusal yasa ve yönetmeliklerin uygulanmasında ayırıcı olmamak, ilgili tüm yasa ve yönetmelikleri en kısa sürede yayımlamak ve talep edildiği takdirde teknik yardım sağlamakla yükümlüdürler.

Menşe Kuralları Anlaşması

Menşe kuralları bir ürünün nerede yapıldığını ortaya koymak amacıyla kullanılan kurallardır. Söz konusu kurallar, ihracatçı ülkeler arasında ayırım yapan kotalar, tercihli rejimler gibi çeşitli uygulamalar nedeniyle önem taşımaktadırlar.

Anılan anlaşma, öncelikle DTÖ üyelerinin menşe kurallarının şeffaf olmasını, bunların uluslararası ticaret üzerinde kısıtlayıcı, bozucu, saptırıcı etkilerde bulunmamasını, bir örnek, tarafsız ve makul uygulanmasını ve pozitif standartlara dayanmasını amaçlamaktadır.

İthalat Lisansları Anlaşması

İthalat lisansı bir ülkede ithalat yapmanın ön koşulu olarak, ilgili idari organa başvuru yapılmasını veya başka belgelerin sunulmasını gerektiren bir işlemdir.

Anlaşma, ithalat lisansı uygulayan ülkelerin ithalat lisansı uygulamalarının tarife dışı engel olarak kullanılmamasına yönelik mevcut GATT disiplinlerini güçlendirmekte ve saydamlığı artırıcı hükümler taşımaktadır.

Ticaretle Bağlantılı Yatırım Tedbirleri Anlaşması

Sadece mal ticaretine yönelik olan Ticaretle Bağlantılı Yatırım Tedbirleri Anlaşması (TRIMS), bazı yatırım tedbirlerinin ticareti kısıtladığı ve bozduğu gerçeğinden hareketle, üye devletlerce yabancı mallara veya yabancılara karşı ayırımcı yatırım tedbirlerinin uygulanmamasını öngörür. Ayrıca, miktar kısıtlamalarına neden olan yatırım tedbirlerinin uygulanmasının engellenmesi amaçlanmaktadır. Bu çerçevede, yabancı sermaye yatırımları için yerli ürün kullanma koşulu veya ihracat yapma zorunluluğu gibi hususlar TRIMS Anlaşması hükümleri çerçevesinde yasaklanmıştır.

KAYNAKLAR

DTM, Anlaşmalar Genel Müdürlüğü, Çok Taraflı Ticari İlişkiler Dairesi, Emek Mevkii- ANKARA
Tel: (312) 2047500 Fax: (312) 2128765, <http://www.dtm.gov.tr>

Türkiye - DTÖ ilişkileri hakkındaki soru, görüş ve önerilerinizi, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Anlaşmalar Genel Müdürlüğü'ne iletmek için aşağıdaki e-posta adresi veya telefaks numarasını kullanabilirsiniz: E-posta: dtodaire@dtm.gov.tr Telefaks: 312-2128741

DTÖ ile ilgili daha ayrıntılı bilgiye www.wto.org adresindeki DTÖ ana sayfasından ulaşabilirsiniz.

BÖLÜM XVI

ULUSLARARASI İLİŞKİLER

98. Dünyadaki Bölgesel Siyasi ve Ekonomik Entegrasyonlarda Türkiye'nin Yeri Nedir?

"Günümüzde bölgesel bütünleşme kavramı belli bir coğrafyayı paylaşan ülkelerin; pazarlarını, ekonomilerini, üretim süreçlerini, hatta siyasi ve stratejik güçlerini birleştirme yönünde harcadıkları çabaları tanımlamak için kullanılmaktadır." Bunun yanı sıra, coğrafi bölge ile sınırlı olmayıp ortak din, siyasi ve ekonomik rejim gibi faktörlere dayanan ekonomik birlikler de vardır.

Uruguay Round sürecine paralel olarak yeni entegrasyon girişimleri yanı sıra mevcut entegrasyon anlaşmalarında da derinleşme ve genişleme eğilimleri görülmektedir. Söz konusu ekonomik entegrasyonlar daha çok karşılıklı veya karşılıklı olmayan serbest ticaret bölgeleri ile gümrük birliği, ortak pazar ve ekonomik birlik şeklinde farklı düzeylerde gerçekleşmektedir.

Dünyadaki başlıca bölgesel entegrasyonlara örnek olarak: NAFTA-Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (ABD, Kanada, Meksika), MERCOSUR-Güney Amerika Ortak Pazarı (Arjantin, Brezilya, Paraguay, Uruguay, Venezuela), APEC-Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği (Avustralya, Brunei, Kanada, Şili, Çin, Hong Kong, Endonezya, Japonya, Güney Kore, Malezya, Meksika, Yeni Zelanda, Papua Yeni Gine, Peru, Filipinler, Rusya Federasyonu, Singapur, Tayvan, Tayland, ABD, Vietnam) verilebilir.

Türkiye çeşitli uluslararası siyasi, sosyal, ekonomik, kültürel ve askeri örgütlere üyedir. II. Dünya Savaşı'ndan sonra Türkiye, siyasi ve askeri açıdan batılı demokrasilerle ilişkilerini yoğunlaştırmış ve savunma amaçlı NATO-Kuzey Atlantik Anlaşması Teşkilatı'na katılmıştır.

Türkiye, Birleşmiş Milletler Teşkilatı, Avrupa Konseyi, Tüm Batılı demokratik ülkeler ve Japonya'nın üye olduğu OECD-Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı, Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu (IMF) üyesidir.

Avrupa Birliği'ne Türkiye'nin tam üye olmasını öngören Ortaklık Anlaşması çerçevesinde 1 Ocak 1996 tarihinde Türkiye ile AB arasında Gümrük Birliği fiilen yürürlüğe girmiştir. WTO- Dünya Ticaret Örgütü üyesi olan Türkiye'nin, Gümrük Birliği'ne girişi ve 1999 yılı sonunda da Avrupa Birliği'ne aday ülke olarak kabul ve ilan edilmesi, dünya ekonomisi ile bütünleşmede atılan önemli adımlardandır.

Türkiye aynı zamanda İslam Konferansı Teşkilatı, İslam Kalkınma Bankası, Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi (COMCEC) ve İslami Ticaretin Geliştirilmesi Merkezi üyesi olan tek OECD ülkesidir. Buna ek olarak Türkiye, KEİ-Karadeniz Ekonomik İşbirliği (Ermenistan, Arnavutluk, Moldavya, Gürcistan, Azerbaycan, Bulgaristan, Yunanistan, Romanya, Ukrayna, Sırbistan, Türkiye, Rusya Federasyonu) ve ECO- Ekonomik İşbirliği Teşkilatı'nda (Türkiye, İran, Pakistan, Afganistan, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Tacikistan, Türkmenistan) aktif rol oynamayı sürdürmektedir.

KAYNAKLAR

- <http://www.wto.org> Dünya Ticaret Örgütü
- <https://www.cia.gov/cia/publications/factbook/index.html> CIA-World Factbook
- <https://www.cia.gov/cia/publications/factbook/appendix/appendix-b.html> Uluslararası Örgüt ve Grupların Listesi
- <http://www.abgs.gov.tr> Avrupa Birliği Genel Sekreterliği

99. AB İle Türkiye Arasında İmzalanan Gümrük Birliği'nin Kapsamı Nedir?

Gümrük Birliği en genel ifadeyle, taraflar arasındaki ticarete mevcut gümrük vergisi, eş etkili vergiler ve miktar kısıtlamalarıyla, her türlü eş etkili tedbirin kaldırıldığı ve ayrıca, birlik dışında kalan üçüncü ülkelere yönelik olarak da, ortak gümrük tarifesinin uygulandığı bir ekonomik entegrasyon çeşidi olarak tanımlanmaktadır.

Türkiye-AB arasındaki Gümrük Birliği'nin temeli, Roma Antlaşmasının yürürlüğe girmesinden bir yıl sonra 1959 yılında Türkiye'nin AB'ye katılmak üzere müracaatı ile resmen atılmıştır. Ankara Anlaşması Türkiye'nin AB'ye katılımını üç aşamada öngörmektedir. Bunlardan ilki olan "Hazırlık Dönemi"nin ertesinde, Katma Protokol'ün 1 Ocak 1973 tarihinde yürürlüğe girmesiyle, toplam 22 yıl sürecek olan "Geçiş Dönemi", diğer ifade ile Gümrük Birliği süreci, hukuken başlamıştır.

Türkiye'nin 14 Nisan 1987 tarihinde yaptığı tam üyelik başvurusu ertesinde taraflar arasında teknik ve siyasi platformda yürütülen görüşmelerin sonuçları, Gümrük Birliği'nin tamamlanması ve sürdürülmesi için gerekli koşulları belirleyen bir "Gümrük Birliği Kararı" altında toplanarak, Türkiye-AET Ortaklık Konseyi'nin 6 Mart 1995 tarihli toplantısında kabul edilmiştir. Böylece, 22 yıllık Geçiş dönemi, 1.1.1996 tarihi itibarıyla son bulmuş ve Türkiye'nin AB'ye katılımı yolunda "Son Dönem"e girilmiş bulunmaktadır.

Gümrük Birliği, esas itibarıyla sanayi ürünlerini kapsamaktadır. Üçüncü ülkelere sanayi ürünleri ithalatında Topluluk tarafından OGT (Ortak Gümrük Tarifesi) uygulanmaktadır. Hassas maddeler olarak nitelendirilen bazı sanayi ürünlerinin üçüncü ülkelere ithalatında OGT hadlerine uyum, kademeli olarak 1.1.2001 tarihi itibarıyla gerçekleştirilmiştir.

Diğer taraftan, Topluluğun 3448/93 sayılı Konsey Yönetmeliği ekinde listelenen İşlenmiş Tarım Ürünleri de Gümrük Birliği kapsamında yer almaktadır. Söz konusu ürünlerin ithalatında, Topluluk sistemi ile uyumlu olarak oluşturulan yeni mevzuat çerçevesinde, Gümrük Vergisi ve Toplu Konut Fonu (diğer bir ifadeyle tarım payı) bütün ülkeler kaynaklı ürünler için uygulanırken, Gümrük Vergisi Oranı (diğer bir ifadeyle sanayi payı) sadece üçüncü ülkeler menşeli ürünlerde uygulanmaktadır.

Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu Anlaşmasına dahil ürünlerde ise, AB ile Türkiye arasında bir Serbest Ticaret Alanı oluşturulmasını öngören Anlaşma 1 Ağustos 1996 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Tarım ürünlerinin serbest dolaşımının sağlanması ise, ancak, Türkiye'nin, Topluluğun Ortak Tarım politikasına uyumu ertesinde mümkün olabilecektir. Türkiye'nin 1999 yılı sonunda Avrupa Birliği'ne aday ülke olarak kabul ve ilan edilmesi ile tam üyelik süreci başlamıştır.

KAYNAKLAR

- <http://www.abgs.gov.tr> Avrupa Birliği Genel Sekreterliği
- <http://www.deltur.cec.eu.int> Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu
- <http://www.dtm.gov.tr> Dış Ticaret Müsteşarlığı

100. Türkiye Hangi Ülkelerle Ticaret Anlaşmaları İmzalamıştır?

Türkiye, ülkemiz ürünlerine rekabet gücü kazandırılması ve ihracatın artırılması için, üçüncü ülkelerle Serbest Ticaret Anlaşmaları imzalamaktadır.

Türkiye, EFTA- Avrupa Serbest Ticaret Birliği (İsviçre, Norveç, İzlanda, Lihtenştayn), İsrail, Romanya, Polonya, Macaristan, Çek ve Slovak Cumhuriyetleri, Litvanya, Letonya ve Estonya, Bulgaristan, Slovenya, Makedonya, Hırvatistan, Bosna Hersek, Filistin Yönetimi, Fas ve Tunus ile Serbest Ticaret Anlaşması imzalamıştır. Suriye ve Mısır Serbest Ticaret Anlaşması imzalanmış olup henüz yürürlüğe girmemiştir. Arnavutluk ile STA paraflanmış olup yakın zamanda imzalanması beklenirken Lübnan, Ürdün, Cezayir, G.Afrika ve Faroe Adaları ile müzakereler devam etmektedir.

Diğer taraftan, Litvanya, Macaristan, Estonya, Çek ve Slovak Cumhuriyetleri, Polonya, Slovenya ve Letonya 1 Mayıs 2004'ten itibaren AB'ye tam üye olduklarından, bu ülkelerle imzalanan STA'lar 30 Nisan 2004 itibarıyla karşılıklı olarak feshedilmiştir. 1 Mayıs 2004 tarihinden itibaren söz konusu ülkelerle ticari ilişkilerimiz gümrük birliği temelinde yürütülmektedir.

Serbest Ticaret Anlaşmaları ile oluşan serbest ticaret alanı kapsamındaki ülkeler, ikili anlaşmalar yoluyla ticareti serbestleştirmekle yetinmemişler, menşe kurallarına getirilen bir esneklik yoluyla, taraflar arasındaki ticareti daha da geliştirecek "Pan-Avrupa Menşe Kümülayonu" sistemini oluşturmuşlardır. Türkiye, Serbest Ticaret Anlaşmaların yürürlüğe konulmasının paralelinde, 1.1.1999 tarihi itibarıyla "Pan-Avrupa Menşe Kümülayonu" sistemine katılmış bulunmaktadır.

Türkiye'nin çeşitli ülkelerle karşılıklı olarak ticareti geliştirmek amacıyla imzaladığı KEK-Karma Ekonomik Komisyon Protokolleri, Yatırımların Teşviki ve Korunması Anlaşmaları, Ticaret ve Ödeme Anlaşmaları, Ekonomik, Sınai ve Teknolojik İşbirliği Anlaşmaları, Gelir ve Servet Üzerinden Alınan Vergilerde Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmaları, Serbest Ticaret Anlaşmaları, Karayolu, Denizcilik, Çevre Koruma, Turizm ve benzeri konularda imzalanmış pek çok anlaşma bulunmaktadır. Söz konusu anlaşmalar ve muhteviyatı konusunda Dış Ticaret Müsteşarlığı Anlaşmalar Genel Müdürlüğü'nden bilgi alınması mümkündür.

KAYNAKLAR

- <http://www.dtm.gov.tr/ab/sta/index.htm> Dış Ticaret Müsteşarlığı web-sitesi

YARARLI ADRESLER

Yararlı Adresler

Bakanlıklar ve Kamu Kuruluşları

T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı

Eskişehir Yolu 9. Km. ANKARA
Tel : (312) 287 13 60
Fax : (312) 286 39 64
Web : <http://www.tarim.gov.tr>

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 3090850
Fax : (312) 312 43 59
Web : <http://www.kulturturizm.gov.tr>

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 2126420
Fax : (312) 215 65 86
Web : <http://www.enerji.gov.tr>

T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 207 50 00
Web : <http://www.cevreorman.gov.tr>

T.C. Maliye Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 4152900
Fax : (312) 4171172 - 4250058
Web : <http://www.maliye.gov.tr>

T.C. Dışişleri Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 2921000
Fax : (312) 2871886
Web : <http://www.mfa.gov.tr>

T.C. Sağlık Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 4356440
Fax : (312) 4314879
Web : <http://www.saglik.gov.tr>

T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 2317280-2860365
Fax : (312) 286 53 25
Web : <http://www.sanayi.gov.tr>

T.C. İçişleri Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 4257214
Fax : (312) 4253769
Web : <http://www.icisleri.gov.tr>

T.C. Adalet Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 4177770
Fax : (312) 4177113
Web : <http://www.adalet.gov.tr>

T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 2966000
Fax : (312) 2152312
Web : <http://www.calisma.gov.tr>

T.C. Milli Savunma Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 4176120
Fax : (312) 4176386
Web : <http://www.msb.gov.tr>

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 4191410
Fax : (312) 4188289
Web : <http://www.meb.gov.tr>

T.C. Bayındırlık ve İskan Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 4101000
Fax : (312) 2304111
Web : <http://www.bayindirlik.gov.tr>

T.C. Ulaştırma Bakanlığı

ANKARA
Tel : (312) 5501000
Fax : (312) 5501362
Web : <http://www.ubak.gov.tr>

T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı

İnönü Bulvarı, 36
Emek 06510 ANKARA
Tel : (312) 2047500
Fax : (312) 2128881
Web : <http://www.foreigntrade.gov.tr>

T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı

İnönü Bulvarı, 36
Emek 06510 ANKARA
Tel : (312) 2136373
Fax : (312) 2128737
Web : <http://www.treasury.gov.tr>

Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü

Tel : (312) 2046000 - 2046628
Fax : (312) 2128916

Yararlı Adresler

T.C. Başbakanlık Gümrük Müsteşarlığı

Hükümet Meydanı
Ulus 06100 ANKARA
Tel : (312) 3068000
Fax : (312) 3093737
Web : <http://www.gumruk.gov.tr>

T.C. Başbakanlık Özelleştirme İdaresi

Ziya Gökalp Cad. No: 80
Kurtuluş ANKARA
Tel : (312) 4304560
Fax : (312) 4353623
Web : <http://www.oib.gov.tr>

T.C. Merkez Bankası

İstiklal Cad. No: 10
Ulus 06100 ANKARA
Tel : (312) 3103646
Fax : (312) 3107434
Web : <http://www.tcmb.gov.tr>

Devlet Planlama Teşkilatı

Necatibey Cad. No: 108 ANKARA
Tel : (312) 2945000
Fax : (312) 2313681 - 2946877
Web : <http://www.dpt.gov.tr>

Coordination Office for the COMCEC

Tel : (312) 2945510
Fax : (312) 2945577

Türkiye İstatistik Kurumu

Necatibey Cad. No:114
Bakanlıklar 06580 ANKARA
Tel : (312) 4100410
Fax : (312) 4253387 - 4181182
Web : <http://www.die.gov.tr>

GAP

(GÜNEYDOĞU ANADOLU PROJESİ)

Bölgesel Geliştirme İdaresi
Willy Brandt Sok. No:5
Çankaya 06700 ANKARA
Tel : (312) 4422324
Fax : (312) 4401384
Web : <http://www.gap.gov.tr>

TÜRK EXIMBANK

Milli Müdafaa Cad. No: 20
Bakanlıklar 06100 ANKARA
Tel : (312) 4171300
Fax : (312) 4257896
Web : <http://www.eximbank.gov.tr>

Türk Patent Enstitüsü

Hipodrom Cad. No: 115, Yenimahalle ANKARA
Tel : (312) 3031000
Fax : (312) 3031063
Web : <http://www.turkpatent.gov.tr>

T.C. Kalkınma Bankası

İzmir Cad. No:35
06440 Kızılay- ANKARA
Tel : (312) 417 92 00, 2318400
Fax : (312) 418 39 67, 2313125
Web : <http://www.tkb.com.tr>

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme Başkanlığı (KOSGEB)

Necatibey Cad. No: 49, 06440 Sıhhiye-ANKARA
Tel : (312) 2325425
Fax : (312) 2304430
Web : <http://www.kosgeb.gov.tr>

Türkiye Kalkınma Ajansı (TİKA)

Atatürk Bulvarı No:15 Ulus-Ankara
Tel : (312) 5081000
Fax : (312) 3098969
Web : <http://www.tika.gov.tr>

Dış Ekonomik İşler Kurulu (DEİK)

TOBB Plaza, Talatpaşa Cad. No:3 Kat:5
Gültepe Levent 34394 İSTANBUL
Tel : (212) 3395000
Fax : (212) 2703092 - 2703592
Web : <http://www.deik.org.tr>

Türkiye Yabancı Sermaye Derneği (TURKTRADE)

Kore Şehitleri Cad. Arçıl Apt. No:37/4
Zincirlikuyu İSTANBUL
Tel : (212) 2726981
Fax : (212) 2755136
Web : <http://www.turktrade.org.tr>

Sermaye Piyasası (SPK)

Eskişehir Yolu 8.km No:156
06530 ANKARA
Tel : (312) 2929090
Fax : (312) 2929000
Web : <http://www.spk.gov.tr>

İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB)

Reşitpaşa Mah. Tuncay Artun Cad.
Emirgan 34467 İSTANBUL
Tel : (212) 2982100
Fax : (212) 2982500
Web : <http://www.imkb.gov.tr>

Yararlı Adresler

Türkiye Bankalar Birliği (TBB)

Nispetiye Cad. Akmerkez B3 Blok Kat: 13-14
Etiler 34340 İSTANBUL
Tel : (212) 2820973
Fax : (212) 2820946
Web : <http://www.tbb.org.tr>

Türk Hava Yolları A.Ş. THY)

Atatürk Havalimanı
Yeşilköy 34149 İSTANBUL
Tel : (212) 4636300
Fax : (212) 4652121
Web : <http://www.thy.com>

İHRACATÇI BİRLİKLERİ

TİM-Türkiye İhracatçılar Meclisi

Dış Ticaret Kompleksi B Blok Çobançeşme Mevkii,
Sanayi Cad., Yenibosna
Bahçelievler 34530 İSTANBUL
Tel : (212) 4540471 - 4540490
Fax : (212) 4540413 - 4540483
Web : <http://www.tim.org.tr>
E-mail : tim@tim.org.tr

AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

Uray Cad. Turan İşhanı Kat:3-4
33001 MERSİN
Tel : (324) 237 68 00 (pbx)
Fax : (324) 237 71 17
Web : <http://www.akib.org.tr>
E-mail : arge@akib.org.tr

ANTALYA İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

Atatürk Cad. Reşit Berberoğlu İşhanı Kat:5-6
P.O. BOX: 137
07100 ANTALYA
Tel : (242) 2440120 (7 Lines)
Fax : (242) 2440127 - 28
Web : <http://www.aib.org.tr>
E-mail : aib@aib.org.tr

DENİZLİ TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

Halk Cad.Furkan İş Merkezi No:28
20100 DENİZLİ
Tel : (258) 2633992
Fax : (258) 2420989 - 2621433
Web : <http://www.detkib.org.tr>
E-mail : detkib@detkib.org.tr

DOĞU ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

Cumhuriyet Cad. Eren İş Merkezi No: 88 Kat: 4-5
25100 ERZURUM
Tel : (442) 2141184 (5 Lines)
Fax : (442) 2141189 - 90 - 91
Web : <http://www.daib.org.tr>
E-mail : daib@daib.org.tr

EGE İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

Atatürk Cad. No:382, 35210 ALSANCAK-İZMİR
Tel : (232) 4886000
Fax : (232) 4886100
Web : <http://www.egebirlilik.org.tr>
E-mail : eib@egbirlilik.org.tr

GÜNEY DOĞU ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

İnönü Cad. Keleş Hoca Sok.No:1 Kat:1
27200 GAZİANTEP
Tel : (342) 2200010 (4 Lines)
Fax : (342) 2200014 - 15
Web : <http://www.gaib.org.tr>
E-mail : gaib@gaib.org.tr

İSTANBUL İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

Çobançeşme Mevkii, Sanayi Caddesi
Dış Ticaret Kompleksi - C Blok Yenibosna, 34530
Bahçelievler / İSTANBUL
Tel : (212) 4540500
Fax : (212) 4540501-02
Web : <http://www.iib.org.tr>
E-mail : iib@iib.org.tr

İSTANBUL MADEN VE METALLER İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ (IMMİB)

Çobançeşme Mevkii, Sanayi Caddesi
Dış Ticaret Kompleksi - A Blok Yenibosna, 34530
Bahçelievler / İSTANBUL
Tel : (212) 4540000
Fax : (212) 4540001
Web : <http://www.immib.org.tr>
E-mail : immib@immib.org.tr

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Çobançeşme Mevkii, Sanayi Caddesi
Dış Ticaret Kompleksi - A Blok Yenibosna, 34530
Bahçelievler / İSTANBUL
Tel : (212) 4540200
Fax : (212) 4540201
Web : <http://www.itkib.org.tr>
E-mail : info@itkib.org.tr

Yararlı Adresler

KARADENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

Atatürk Bulvarı No:19/E, 28200 GİRESUN
Tel : (454) 2161103 - 2161338 - 2162426
Fax : (454) 2168890 - 2164842
Web : <http://www.kib.org.tr>
E-mail : kib@hnutexp.org

ORTA ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ (OAİB)

Mahatma Gandhi Cad. No: 103
06700 Gaziosmanpaşa-ANKARA
Tel : (312) 4472740 (5 Lines)
Fax : (312) 4470180 - 4469605 - 4467293
Web : <http://www.oaib.gov.tr>
E-mail : oaib@foreigntrade.gov.tr

DOĞU KARADENİZ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

Pazarkapı Mah. Sahil Cad., Ticaret Borsa Binası
No:95, Kat:3, 61200 TRABZON
Tel : (462) 3261601
Fax : (462) 3269401
Web : <http://www.dkib.org.tr>
E-mail : dkib@dkib.org.tr

ULUDAĞ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

Organize San. Böl. Kahverengi Cad.
No:8 Nilüfer 16159 BURSA
Tel : (224) 2191000 / 4440616
Fax : (224) 2191090 / 2191096
Web : <http://www.uib.org.tr>
E-mail : arge@uib.org.tr ; uludag@uib.org.tr

Dış Ticaret Müsteşarlığı Serbest Bölgeler Genel Müdürlüğü

Tel : (312) 212 58 90 - 212 82 58 - 212 82 59
Fax : (312) 212 89 06
E-mail : sbgb@dtm.gov.tr

TÜRKİYE SERBEST BÖLGELER MÜDÜRLÜĞÜ VE İŞLETMELERİ

SERBEST BÖLGE MÜDÜRLÜKLERİ ADANA-YUMURTALIK SERBEST BÖLGE MÜD.

P.K.10 01920 Ceyhan/ADANA
Tel : (322) 634 20 80 634 20 82 634 20 70
Fax : (322) 634 20 71
E-mail : aysbmb@ttnet.net.tr

EGE SERBEST BÖLGE MÜD.

Akçay Cad.No:144/1 Gaziemir/İZMİR
Tel : (232) 251 02 44-251 54 54
Fax : (232) 251 16 62
E-mail : egesbm@superonline.com

ANTALYA SERBEST BÖLGE MÜD.

P.K. 1.07070 Yeniliman ANTALYA
Tel : (242) 259 01 88 259 14 42
Fax : (242) 259 09 34
Web : <http://www.ant-free-zone.org.tr>
E-mail : info@ant-free-zone.org.tr

BURSA SERBEST BÖLGE MÜD.

Hisar Mevkii Liman Yolu P.K. 35 Gemlik/BURSA
Tel : (224) 524 87 87-524 87 89
Fax : (224) 524 87 88
E-mail : brsbm@ttnet.net.tr

DENİZLİ SERBEST BÖLGE MÜD.

20350 Çardak/DENİZLİ
Tel : (258) 851 11 19- 851 10 16
Fax : (258) 851 10 38
E-mail : denizlisbm@ttnet.net.tr

DOĞU ANADOLU SERBEST BÖLGE MÜD.

23 Temmuz Fuar Alanı 25050 ERZURUM
Tel : (442) 235 25 30- 235 28 51
Fax : (442) 235 61 66
E-mail : free-zone@erzurumsbm.net

AVRUPA SERBEST BÖLGE MÜD.

P.K. 350 59860 Çorlu / TEKİRDAĞ
Tel : (282) 691 10 53 691 10 54
Fax : (282) 691 10 59
E-mail : avrupasbm@asb.com.tr

GAZİANTEP SERBEST BÖLGE MÜD.

P.K. 1160 Başpınar Mevkii 27120 GAZİANTEP
Tel : (342) 359 10 30 - 359 10 31 (4 lines)
Fax : (342) 359 10 35
E-mail : info@freezone-antep.gov.tr

İSTANBUL ATATURK HAVALİMANI SERBEST BÖLGE MÜD.

Havalimanı 34149 Yeşilköy/İSTANBUL
Tel : (212) 465 00 65 465 01 24
Fax : (212) 465 00 68
E-mail : ahlsbm@superonline.com

İSTANBUL DERİ VE SANAYİ SERBEST BÖLGE MÜD.

Aydınlı-Orhanlı Mevkii 81464 Tuzla/İSTANBUL
Tel : (216) 394 18 87, 394 21 28
Fax : (216) 394 12 53
E-mail : derisb@ttnet.net.tr

İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI SERBEST BÖLGE MÜD.

Tuncay Artun Cad. 34467 Emirgan/İSTANBUL
Tel : (212) 298 21 00 -298 23 46
Fax : (212) 298 25 37
Web : <http://www.imkb.gov.tr>

Yararlı Adresler

İSTANBUL TRAKYA SERBEST BÖLGE MÜD.

Karatoprak Mevkii Ferhatpaşa Mah.Nato Karşısı
Çatalca/İSTANBUL

Tel : (212) 786 60 02

Fax : (212) 786 60 22

E-mail : isttrakyasb@superonline.com

İZMİR MENEMEN DERİ SERBEST BÖLGE MÜD.

Maltepe Köyü Panaz Tepe Mevkii Menemen/İZMİR

Tel : (232) 842 66 27 - 842 66 24

Fax : (232) 842 63 47

E-mail : serbestbolge@dsl.ttnet.net.tr

KAYSERİ SERBEST BÖLGE MÜD.

P.K. 105 KAYSERİ

Tel : (352) 311 39 81 - 311 39 80

Fax : (352) 311 39 82

E-mail : ksbmud@mynet.com

KOCAELİ SERBEST BÖLGE MÜD.

Yeni Köy Arpalı Mevkii P.K. 33 Gölcük/KOCAELİ

Tel : (262) 341 38 41-341 38 50

Fax : (262) 341 38 21

E-mail : kocaelisbm@mynet.com

MARDİN SERBEST BÖLGE MÜD.

Organize San.Böl. 47060 MARDİN

Tel : (482) 215 20 70 - 215 16 94 - 215 20 55

Fax : (482) 215 15 17

E-mail : serbestbolge@superonline.com

MERSİN SERBEST BÖLGE MÜD.

P.K. 15 MERSİN

Tel : (324) 238 75 90 - 238 75 95

Fax : (324) 238 75 98

E-mail : info@mersinsbm.com

RİZE SERBEST BÖLGE MÜD.

Engindere Mah.Küçük San. Sitesi Yani 53100 RİZE

Tel : (464) 226 09 52- 226 09 53 -226 09 54

Fax : (464) 226 09 56

E-mail : rizeser@tr.net.tr

SAMSUN SERBEST BÖLGE MÜD.

Limanıçı 55100 SAMSUN

Tel : (362) 445 19 96 (362) 445 30 14

Fax : (362) 445 11 08

E-mail : samserbol@mynet.com

TRABZON SERBEST BÖLGE MÜD.

61100 Trabzon Limanıçı-TRABZON

Tel : (462) 326 42 33-326 18 07

Fax : (462) 326 42 35

E-mail : trb.serbol@ttnet.net.tr

TUBİTAK MARMARA ARAŞTIRMA VE TEKNOLOJİ MERKEZİ SERBEST BÖLGESİ

P.K.56 41470 Gebze/KOCAELİ

Tel : (262) 646 30 45

Fax : (262) 644 53 71

E-mail : teknoloji.sbm@superonline.com

SERBEST BÖLGE İŞLETME/KURUCU VE İŞLETİCİLERİ

ADANA YUMURTALIK SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - TAYSEB

P.K. 10 01920 Ceyhan/ADANA

Tel : (322) 634 20 80

Fax : (322) 634 20 90

Web : <http://www.tayseb.com>

AEGEAN SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - ESBAS

Akçay Cad.No:144/1

Gazimur/İZMİR

Tel : (232) 251 38 51-251 39 51

Fax : (232) 251 08 42

Web : <http://www.esbas.com.tr>

ANTALYA SERBEST BÖLGE İŞLETMESİ - ASBAS

P.K. 002, 07070 Yeniliman- ANTALYA

Tel : (242) 259 09 30-259 09 31

Fax : (242) 259 09 32

Web : <http://www.asbas.com.tr>

BURSA SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - BUSEB

P.K. 16159 BURSA

Tel : (224) 524 86 89

Fax : (224) 524 86 88

Web : <http://www.buseb.com>

DENİZLİ SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - DENSER

Enver Paşa Cad.

No:5 Kat:4 DENİZLİ

Tel : (258) 851 12 46-851 11 85

Fax : (258) 851 13 35

Web : <http://www.denser.com.tr>

EAST ANATOLIAN SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - DASBAS

23 Temmuz Fuar Alanı

25050 ERZURUM

Tel : (442) 235 22 44 235 22 46

Fax : (442) 235 22 45

Web : <http://www.erkurumsbm.net>

EUROPE SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ

P.K. 363 59860 Çorlu / TEKİRDAĞ
Tel : (282) 691 10 10 (15 Lines)
Fax : (282) 691 10 26
Web : <http://www.asb.com.tr>

GAZİANTEP SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - GASBAS

P.K.1160 27120 GAZİANTEP
Tel : (342) 359 10 20- 337 33 26 337 33 27
Fax : (342) 350 10 25
Web : <http://www.gasbas.com>

İSTANBUL ATATURK AIRPORT. SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ -ISBI

Havalimanı 34830 Yeşilköy/İSTANBUL
Tel : (212) 468 22 00
Fax : (212) 465 00 09
Web : <http://www.isbi.com.tr>

İSTANBUL LEATHER AND INDUSTRY FREE SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - DESBAS

Aydınlı-Orhanlı Mevkii
81464 Tuzla/İSTANBUL
Tel : (216) 394 18 87 (3 lines)
Fax : (216) 394 12 68
Web : <http://www.desbas.com.tr>

İSTANBUL STOCK EXCHANGE SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ

Tuncay Artun Cad.
34467 Emirgan/İSTANBUL
Tel : (212) 298 23 76, 298 23 46
Fax : (212) 298 25 00
Web : <http://www.imkb.gov.tr>

İSTANBUL THRACE SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ – ISBAS

Karatoprak Mevkii
Ferhatpaşa Mah. Nato Karşısı
Çatalca/İSTANBUL
Tel : (212) 786 60 02
Fax : (212) 786 60 33
Web : <http://www.isbas.com.tr>

İZMİR MENEMEN LEATHER SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - IDESBAS

Maltepe Köyü Panaz Tepe Mevkii
Menemen/İZMİR
Tel : (232) 842 63 11- 842 63 12
Fax : (232) 842 63 49
Web : <http://www.idesbas.com>

KAYSERİ SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - KAYSERİ

Ankara Yolu 15.Km. Ambarlı Mevkii KAYSERİ
Tel : (352) 311 39 88 311 39 89
Fax : (352) 311 39 87
Web : <http://www.kayser.com.tr>

KOCAELİ SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - KOSBAS

Kocaeli Serbest Bölgesi Yeniköy/KOCAELİ
Tel : (262) 341 38 41 - 341 38 58
Fax : (262) 341 38 80
Web : <http://www.kosbas.com.tr>

MARDİN SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - MASBAS-

Organize San.Böl.47060 MARDİN
Tel : (482) 215 19 82
Fax : (482) 215 17 27
Web : <http://www.masbas.com>

MERSİN SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ -MESBAS

PK 01 MERSİN
Tel : (324) 238 74 00
Fax : (324) 238 74 10
Web : <http://www.mesbas.com.tr>

RİZE SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ – RISBAS

Engindere Mah. Küçük San.Sitesi Yanı 53100 RİZE
Tel : (464) 226 09 59
Fax : (464) 226 09 57
E-mail : rizefreezone@mynet-com

SAMSUN SERBEST BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - SASBAS

Limaniçi 55100 SAMSUN
Tel : (362) 445 18 18
Fax : (362) 445 08 45
Web : <http://www.sasbas.com>

TRABZON BÖLGE KURUCU VE İŞLETMESİ - TRANSBAS

Trabzon Limanı TRABZON
Tel : (462) 326 38 00-326 38 06
Fax : (462) 326 38 07
E-mail : transbas@ttnet.net.tr

TUBİTAK MARMARA ARAŞTIRMA MERKEZİ

P.K. 21 41470 Gebze/KOCAELİ
Tel : (262) 646 30 45
Fax : (262) 646 45 72
Web : <http://www.mam.gov.tr/teknopark>

ÖNEMLİ SANAYİ VE TİCARET ODALARI

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ

Atatürk Bulvarı No: 149
Bakanlıklar ANKARA
Tel : (312) 4138000
Fax : (312) 4183268
Web : <http://www.tobb.org.tr>

EGE BÖLGESİ SANAYİ ODASI (EBSO)

Cumhuriyet Blv. No:63
Pasaport 35210 İZMİR
Tel : (232) 4410909
Fax : (232) 4890790
Web : <http://www.ebso.org.tr>

ANKARA TİCARET ODASI (ATO)

ATO Sarayı Eskişehir Yolu
Söğütözü Mahallesi 2.Cad.No:5
06530 ANKARA
Tel : (312) 2857950
Fax : (312) 2860870 – 2862764
Web : <http://www.atonet.org.tr>

ANKARA SANAYİ ODASI (ASO)

Atatürk Bulvarı,193/4-5
Kavaklıdere 06680 ANKARA
Tel : (312) 4171200
Fax : (312) 4174370 - 4175205
Web : <http://www.aso.org.tr>

İSTANBUL TİCARET ODASI (İTO)

Reşadiye Caddesi
Eminönü 34112 İSTANBUL
Tel : (212) 4556000
Fax : (212) 5131565 - 5201656
Web : <http://www.ito.org.tr>

İSTANBUL SANAYİ ODASI (İSO)

Meşrutiyet Cad. No: 118
Tepebaşı 34430 İSTANBUL
Tel : (212) 2522900
Fax : (212) 2934398 – 2495084
Web : <http://www.iso.org.tr>

İZMİR TİCARET ODASI (İZTO)

Atatürk Cad. No: 126
Pasaport 35210 İZMİR
Tel : (232) 4417777
Fax : (232) 4837853
Web : <http://www.izto.org.tr>

DAİMİ MİSYONLAR

DELEGATION PERMANENTE DE TURQUIE

Aupres De L'ue, Rue Montoyer, 4
1000 BRUXELLES/BELGIQUE
Tel : (32 2) 5137212
Fax : (32 2) 5111641
E-Mail : dttdtbru1@skypro.be

DELEGATION PERMANENTE DE TURQUIE

AUPRES DE L'OCDE
9, Rue Alfred Dehodencq
75016 PARIS/FRANCE
Tel : (33 1) 42885002
Fax : (33 1) 45272824
E-Mail : dttdtpar@club-Web.fr

MISSION PERMANENTE DE TURQUIE AUPRES D'ORGANISATION COMMERCIALE MONDIALE

ICC Route De Pre-Bois 20, Case Postale 1837
1215 GENEVE 15/SUISSE
Tel : (41 22) 7917010
Fax : (41 22) 7917020
E-Mail : dtgen-wto@missionturkey.ch

TİCARET MÜŞAVİRLERİ

AMBASSADE DE TURQUIE BUREAU DU CONSEILLER COMMERCIAL

15,Avenue Des Freres Oughlis El-Mouradia
ALGER/ALGERIA
Tel : (213 21) 699406
Fax : (213 21) 699423
E-Mail : dtceez@wissal.dz

AMBAJADA DE TURQUIA OFFICINA DE CONSEJERIA COMMERCIO

11 De Septiembre 1382,
1426 BUENOS AIRES/ARGENTINA
Tel : (54 11) 47871245
Fax : (54 11) 47871248
E-Mail : dtbue@fibertel.com.ar

TURKISH CONSULATE GENERAL OFFICE OF THE COMMERCIAL ATTACHE

8th Floor, 24 Albert Road,
South Melbourne Vic. 3205
MELBOURNE/AUSTRALIA
Tel : (613) 96825448
Fax : (613) 96825449
E-Mail : dtmel@bigblue.net.au

TURKISH CONSULATE GENERAL OFFICE OF THE COMMERCIAL ATTACHE

66 Ocean Str. Woollahra
NSW 2025 SYDNEY/AUSTRALIA
Tel : (612) 93276639
Fax : (612) 93624730
E-Mail : dtsid@bigpond.net.au

TURKISCHE BOTSCHAFT BURO DES HANDELSRATS

Gottfried-Kellergasse 2/12
A-1030 WIEN/AUSTRIA
Tel : (43 1) 7124382 - 7131358
Fax : (43 1) 712438275-713135875
E-Mail : dtviy@ins.at

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR BULBUL

Prospekti No:26/18
BAKU/REPUBLIC OF AZERBAIJAN
Tel : (99 412) 4980066
Fax : (99 412) 4988774
E-mail : dtbaku@gmail.com

AMBASSADE DE TURQUIE BUREU DU CONSEILLER COMMERCIAL

Rue Montoyer, 4 1000 BRUXELLES/BELGIUM
Tel : (32 2) 5139428 - 5142978
Fax : (32 2) 5144563
E-Mail : dtbru21@skypro.be

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

ulica scenderija 4, 71000
SARAJEVO-BIH/REPUBLIC OF BOSNIA HERZEGOVINA
Tel : (387 33) 208562
Fax : (387 33) 665988
E-Mail : dtsar@bih.net.ba

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

80, Vasil Levski Blvd. 1000 SOFIA/BULGARIA
Tel : (359 2) 9818222, 987 14 65
Fax : (359 2) 9816165
E-Mail : dtsofia@bitex.com

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

197 Wurtemberg Str. Ontorio
K1 N 8L9 OTTAWA/CANADA
Tel : (1 613) 7892090
Fax : (1 613) 7892306
E-Mail : dtotw@magma.ca

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Dong Wu Jie, 9 San Li Tun
100600 BEIJING/PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
Tel : (86 10) 65323846
Fax : (86 10) 65323268
E-Mail : dtpek@turkey.org.cn

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

No: 1375 Huai Hai Road (M) Qi Hua Tower-13A
200031SHANGAI /PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
Tel : (86 21) 64378302
Fax : (86 21) 64330221
E-Mail : dtsan@uninet.com.cn

AMBASSADE DE TURQUIE BUREAU DU CONSEILLER COMMERCIAL

Pevnostni 3
16200 PRAHA-6/THE CZECH REPUBLIC
Tel : (420 2) 24311944
Fax : (420 2) 24311943
E-Mail : dtpra@tiscali.cz

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Borgergade 42,
Dk 1300 COPENHAGEN./DENMARK
Tel : (45 33) 122920
Fax : (45 33) 146346
E-Mail : dtkop@mail.tele.dk

TURKISCHE BOTSCHAFT HANDELSABTEILUNG

Runge Str. 9
D-10179 BERLIN/DEUTSCHLAND
Tel : (49 30) 27898055
Fax : (49 30) 27898040
E-Mail : dtber@t-online.de

TURKISCHES GENERALKONSULAT HANDELSABTEILUNG

Mittelweg 13, Etage 3
20148 HAMBURG/DEUTSCHLAND
Tel : (49 40) 4105689 - 444466
Fax : (49 40) 440147
E-Mail : dtham@gmx.de

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Al Shahed Abd el Hady Salah Abd Allah St.Corner of El Nile St. Apt. No:7, Flat No:2 Dokki-GIZA/EGYPT
Tel : (20 2) 7626802
Fax : (20 2) 7626803
E-Mail : dtkahire@link.net

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Dembel City Center, 9th Floor, No: 902/C-D
P.O. Box : 2659 Code 1250
ADDIS ABABA/ETHIOPIA
Tel : (2511) 528855
Fax : (2511) 529585
E-Mail : dtaddis@ethionet.et

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

MECHELININKATU 28A A4
SF-00100 HELSINKI/FINLAND
Tel : (358 9) 4774170
Fax : (358 9) 444492
E-Mail : dthel@welho.com

AMBASSADE DE TURQUIE BUREAU DU CONSEILLER COMMERCIAL

16 Avenue De Lamballe
75016 PARIS/France
Tel : (33 1) 45252963
Fax : (33 1) 45242714
E-Mail : dt.paris@free.fr

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

35, Chavchavadze Ave.
TBILISI/GEORGIA
Tel : (995 32) 251289 - 251336
Fax : (995 32) 251298
E-Mail : dttif@access.sanet.ge

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Righilis Str. No: 26
10674 ATHENS – GREECE
Tel : (30 210) 7222196
Fax : (30 210) 7242948
E-Mail : dtati@otenet.gr

TURKISH CONSULATE GENERAL OFFICE OF THE COMMERCIAL ATTACHE

Room 301, 3/F, Sino Plaza 255-257 Gloucester Road
CAUSEWAY BAY/HONG KONG
PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
Tel : (852) 25732850, 2572131
Fax : (852) 28936620
E-Mail : dthon@netvigator.com

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Torok Kereskedelmi
Tanacsos Andrassy Ut., 123
H-1062 BUDAPEST/HUNGARY
Tel : (36 1) 3444998
Fax : (36 1) 3445896
E-Mail : dtbud@axelero.hu

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

50-N, Nyaya Marg,
Chanalyapun
NEW DELHI/INDIA
Tel : (91 11) 26889053 - 26879907
Fax : (91 11) 26889236
E-Mail : dtdel@vsnl.net

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Ferdowsi Ave.314
TEHERAN/ISLAMIC REPUBLIC OF IRAN
Tel : (98 21) 33913592,
Fax : (98 21) 33924952
E-Mail : dttah@parsonline.net

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Hay El-Sadoon,
Mahalla 101 Zukak 18.56/1
BAGHDAT / IRAQ
Tel : (96 41) 7186570 - 7194419
E-Mail : otccbahgdad@yahoo.com

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

11 Clyde Road, Ballsbridge
Tel : (353 1) 6681837
Fax : (353 1) 6681791
E-Mail : dtdub@iol.ie

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

202 Hayorkon Street
63405 TEL AVIV/ISRAEL
Tel : (972 3) 5240905
Fax : (972 3) 5236198
E-Mail : dttel@netvision.net.il

CONSULATO GENERALE DI TURCHIA UFFICIO COMMERCIALE

Via Cesare Battisti No:8
20122 MILANO/ITALY
Tel : (39 02) 5456832
Fax : (39 02) 5456325
E-Mail : dtmil@fastwebnet.it

AMBASCIATA DI TURCHIA UFFICIO COMMERCIALE

Viale Pasteur 77/8
00144 EUR ROMA/ITALY
Tel : (39 06) 5925117 - 5922334
Fax : (39 06) 5917984
E-Mail : dtrom@fastwebnet.it

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

33-6, 2-Chome Jingumae, Shibuya-Ku
TOKYO 150/JAPAN

Tel : (81 3) 34706723-34705131

Fax : (81 3) 34706280

E-Mail : dttok@gol.com

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

P.O.B: 2062

11181 AMMAN/ JORDAN

Tel : (962 6) 4650815-4641251

Fax : (962 6) 4642507

E-Mail : dtamm@wanadoo.jo

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Tolebi Str. No: 29

480100 ALMATY/REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Tel : (7 3272) 930022

Fax : (7 3272) 930026

E-Mail : dtalm@nursat.kz

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Moskovskaya 89 720040

BISHKEK/KYRGYZSTAN

Tel : (996312) 627214

Fax : (996312) 667749

E-Mail : dtm_biskek@yahoo.com

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Bedrettin Demirel Caddesi LEFKOSA/KKTC

Tel : (392) 2288984 - 2278869

Fax : (392) 2272736

E-Mail : dtlef@cc.emu.edu.tr

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Viven Corp. Bldg., 4th Floor, 4-52

Suinggo-Dong Yongsan-Ku

SEOUL/REPUBLIC OF KOREA

Tel : (82 2) 7941382

Fax : (82 2) 7962177

E-Mail : dtseul@kornet.net

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

P.O.B: 24517 SAFAT 13106/KUWAIT

Tel : (965) 2560658

Fax : (965) 2560673

E-Mail : dtkuveyt@gmail.com

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Raid El Solh Str. Abdel Razzak Bldg. 1st Floor
BEIRUT/LEBANON

Tel : (961) 1991981

Fax : (961) 1991982

E-Mail : dtbey@idm.net.lb

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Zawiyat Dahmani Street P.O. Box: 344,
TRIPOLI/LIBYA

Tel : (21821) 3400473, 3401140

Fax : (21821) 3400474, 3406770

E-Mail : dttrablus@yahoo.com

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

118, Jalan U-Thant

55000 KUALA LUMPUR/MALAYSIA

Tel : (60 3) 42572114

Fax : (60 3) 42575730

E-Mail : dtkua@tm.net.my

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

7, Avenue Abdelkrim Benjelloun

RABAT/MOROCCO

Tel : (21237) 767601

Fax : (21237) 767642

E-Mail : dtrab@menara.ma

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THECOMMERCIAL COUNSELLOR

Jan Evertstraat 15,

2514 BS LAHEY (DEN HAAG)/THE NETHERLANDS

Tel : (31 70) 3623576

Fax : (31 70) 3624332

E-Mail : dtlah@planet.nl

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Plot 2894 Amazon Street Maitama A6

ABUJA/NIGERIA

Tel : (2349) 4138692, 4139787

Fax : (2349) 4139457

E-Mail : commercial@turkembabuja.com

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Ataturk Avenue House No:58 G 6/3

ISLAMABAD/ISLAMIC REPUBLIC OF PAKISTAN

Tel : (92 51) 2829123 - 2278748

Fax : (92 51) 2829363

E-Mail : dtisl@isb.paknet.com.pk

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Ul.Malczewskiego 32 Mokotow
02-622 WARSZAW/POLAND
Tel : (48 22) 6463447 - 6461408
Fax : (48 22) 6463447
E-Mail : dtvar@poczta.neostrada.pl

AMBASSADE TURQUE BUREAU DU CONSEILLER COMMERCIAL

Bd.Magheru 24, Et. 4, Apt. 27, Sector 1
BUCHAREST/ROMANIA
Tel : (40 21) 3183939
Fax : (40 21) 3184499
E-Mail : dtbuk@rdsmail.ro

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

7, Rostovski Pereulok, D 12
119121 MOSCOW/RUSSIAN FEDERATION
Tel : (7 095) 2462989 -2463989
Fax : (7 095) 2464989
E-Mail : dtmos@dtmos.ru

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Novorossisk Ulitsa Vidosa 79 A,
Tel : (8617) 644423
Fax : (8617) 642607
E-Mail : dtnov@yahoo.com

TURKISH CONSULATE GENERAL OFFICE OF THE COMMERCIAL ATTACHE

P.O.B: 2338 21451
JEDDAH/SAUDI ARABIA
Tel : (966 2) 6654871 - 6655110
Fax : (966 2) 6654311
E-Mail : dtcid@sps.net.sa

AMBASSADE DE TURQUIE AVENUE DES AMBASSADEURS FANN RESIDENCE CORNÏCHE

Ouest Bp 6060 DAKAR/SENEGAL
Tel : (221) 8692549
Fax : (221) 8692553
E-Mail : dtdak@sentoosn

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

2 Shenton Way, 10-03,
SGX Centre 1, 068804 SINGAPORE
Tel : (65) 65333385
Fax : (65) 65333382
E-Mail : dtsin@singnet.com.sg

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

P.O.B: 56014 Arcadia 0007
PRETORIA/REPUBLIC OF SOUTH AFRICA
Tel : (27 12) 3426051
Fax : (27 12) 3426058
E-Mail : dtpre@global.co.za

EMBAJADE TURQUIA OFFICINA DE CONSEJERO COMERCIO

Rafael Calvo, 18/2
28010 MADRID/SPAIN
Tel : (34 91) 3104999
Fax : (34 91) 3082551
E-Mail : dtmad1@teleline.es

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

P.O.B AL Amarat Street 15 Kirkisawi Building 3rd Floor
HARTUM/SUDAN
Tel : (249183) 575784-85
Fax : (249183) 575786
E-Mail : dtm_hartum@yahoo.com

AMBASSADE DE TURQUIE BUREAU DU CONSEILLER COMMERCIAL

Lombachweg 33
3006 BERNE CH/SUISSE
Tel : (41 31) 3514375
Fax : (41 31) 3514355
E-Mail : dtbern@tr-botschaft.ch

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Karlavagen 56, 11449 STOCKHOLM/SWEDEN
Tel : (46 8) 6616483
Fax : (46 8) 6669625
E-Mail : dtsto@swipnet.se

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

P.O. B: 3995 DAMASCUS/SYRIA
Tel : (963 11) 3333142
Fax : (963 11) 3342750

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Lot No:4, Avenue Hedi Karray,
Centre Urbain Nord,
1082 TUNIS / TUNISIE
Tel : (216 71) 753212 - 752506
Fax : (216 71) 766988
E-Mail : dttun@planet.tn

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Shevchenko Str. 9
ASHKHABAT/REPUBLIC OF TURKMENIA
Tel : (993 12) 350133
Fax : (993 12) 392329
E-Mail : dtasg@online.tm

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

18, Arsenalna Str.
01901 KIEV/UKRAINE
Tel : (380 44) 2848317
Fax : (380 44) 2852416
E-Mail : dtkiev@binet.com.ua

TURKISH CONSULATE GENERAL OFFICE OF THE COMMERCIAL ATTACHE

World Trade Center Tower 8Th Floor P.O.B:9221
DUBAI-UAE
Tel : (97 14) 3329714
Fax : (97 14)3325343
E-Mail : dtmdubai@emirates.net.ae

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

43 Belgrave Square
LONDON SW1X 8PA/UNITED KINGDOM
Tel : (44 20) 72354991
Fax : (44 20) 72352207
E-Mail : dtlon@turkishtrade.org.uk

TURKISH CONSULATE GENERAL OFFICE OF THE COMMERCIAL ATTACHE

821 Un Plaza, 4th Fl.
NEW YORK NY 10017/U.S.A.
Tel : (1 212) 6871530 - 6871531
Fax : (1 212) 6872078
E-Mail : dtnew@turkishtrade.org

TURKISH EMBASSY OFFICE OF COMMERCIAL COUNSELLOR

2525 Massachusetts Avenue, N.W.
WASHINGTON, D.C.20008/U.S.A.
Tel : (1 202) 6126780 - 6126781
Fax : (1 202) 2380629
E-Mail : dtwas@erols.com

TURKISH EMBASSY OFFICE OF THE COMMERCIAL COUNSELLOR

Gogol Kucesi No: 87
TASHKENT/REPUBLIC OF UZBEKISTAN
Tel : (998 71) 1332919
Fax : (998 71) 1332919
E-Mail : dttas@im.uz

TURKISH CONSULATE GENERAL OFFICE OF THE COMMERCIAL ATTACHE

World Trade Center Tower,
8th Floor, P.O. Box 9221
DUBAI/UAE
Tel : (9714) 1332919
Fax : (9714) 1332919
E-Mail : dtdubai@hotmail.com

DTM TİCARET OFİSLERİ

AFGANİSTAN

Shah Mahmoud Ghazi Khan Street No: 134
KABUL/AFGHANISTAN
Tel : (93 079) 160700, (93 075) 2023186
Fax : (93 20) 2101579
E-Mail : dtkabil@yahoo.com

ARNAVUTLUK

Rr Deshmoret E 4 Shkurtit Complex
Green Park Kulla 2 No:20
TIRAN ALBANIA
Tel : (355) 42 71 927
Fax : (355) 42 71 927
E-Mail : dtm_tiran@lycos.com

BAHREYN

Turkish Embassy P.O.B: 10281.
MANAMA-KINGDOM OF BAHREIN
Tel : (97317) 533448
Fax : (97317) 536557
E-Mail : tcbahrbe@batelco.com.bh

HIRVATİSTAN

Masarykova 3/2
10000 Zagreb-CROTIA
Tel : (385) 14855200
Fax : (385) 14855606

GÜRCİSTAN

P.O.B:35
08600 BATUM-HOPA-ARTVİN
Tel : (466) 2151100
Fax : (995) 2747261 - 2747261
E-Mail : cahit_dtm@hotmail.com

ENDONEZYA

Embassy Of The Rebuplic Of Turkey
Ji. Hr Rasuna Said Kav.1 Kuningan,
JAKARTA, 12950, INDONESIA
Tel : (62 21) 5229515
Fax : (62 21) 5229513
E-Mail : dtm_jakarta@telkom.net

Yararlı Adresler

İSRAİL

Turkish Consulate General
87.Nablus Road, Sheikh Jarrah P.O.B: 19031
JERUSALEM 91190-ISRAEL
Tel : (9722) 5910555, 5322411
Fax : (9722) 5322456
E-Mail : ftjerusalem@yahoo.com

MOLDOVYA

Turkish Embassy
Valeriu Cupcea 60 CHISINAU MOLDOVA
Tel : (373) 22721628
Fax : (373) 22286204
E-Mail : dtmoldova@arax.md

MAKEDONYA

Borka Taleski No: 55 1000 SKOPJE
MEKAD/MACEDONIA
Tel : (389) 23224010
Fax : (389) 23222014
E-Mail : dtmuskup@hotmail.com

MOĞOLİSTAN

Turkish Embassy
Enkhtalvny Street 5
ULAANBAATAR-13, MONGOLIA
Tel : (97611) 311200
Fax : (97611) 313992
E-Mail : dt_mongolia@mongol.net

FİLİPİNLER

Turkish Embassy
2268 Paraiso Street
Dasmarinas Village 1222 Makkati City
MANILA / PHILIPPINES
Tel : (632) 889 46 36
Fax : (632) 889 46 37
E-Mail : trmanila@pltdsl.net

KATAR

P.B.BOX: 1977 DOHA-QATAR
Tel : (974) 4371960
Fax : (974) 4371960
E-Mail : dtqatar@qatar.net.qa

UMMAN

Turkish Embassy
P.O.B: 47 Post Code 115 Madinat Al Sultan Qaboos
MUSCAT-SULTANATE OF OMAN
Tel : (968) 24697050 - 24697051
Fax : (968) 24697053
E-Mail : dtmusk@yahoo.com

TACİKİSTAN

Turkish Embassy
Rudaki Ave. 15
DUSHANBE-TAJIKISTAN
Tel : (992) 372211485
Fax : (992) 372211609
E-Mail : dtdus@tajik.net

TATARİSTAN

M. Gorkiy Cad. 23/27 P.B.141, 420015
KAZAN-TATARİSTAN-RUSSIA FEDERATION
Tel : (7843) 2382427, 2995317
Fax : (7843) 264 25 11
E-Mail : dtmkzn@mail.ru

TAYLAND

Turkish Embassy
61/1 Soi Chatsan. Suthisarn Road.
Huaykwang 10310
BANGKOK-THAILAND
Tel : (66 22) 74 72 62-3, 00 66 22 74 85 74
Fax : (66 22) 74 72 61
E-Mail : dtbkk@cscms.com

UKRAYNA

Primosky Blvd. No:10
ODESSA-UKRAINE
Tel : (3848) 2347231
Fax : (3848) 2347267
E-Mail : dtm_odesa@yahoo.com

ABD

Turkish Consulate General
6380 Wilshire Bld. Suite: 1210
LOS ANGELES CA 90048 USA
Tel : (1323) 852 18 94
Fax : (1323) 852 18 96
E-Mail : uftla@sbcglobal.net

YEMEN

P.O. B: 18371 SAN'A YEMEN
Tel : (9671) 440431
Fax : (9671) 440432
E-Mail : turkbe@y.net.ye

Müşavirlikler Web Sitesi

<http://www.musavirlikler.gov.tr/>

EKLER

EK 1: KAYDA BAĞLI İHRACAT LİSTESİ

- 1- Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu 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- 10/6/2005 tarihli ve 25841 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik kapsamında sertifikayı haiz mallar,
- 8- İşlem görmemiş zeytinyağı ve işlem görmüş dökme veya varilli 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 kapya 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),

EK 2: İHRACI YASAK MALLAR LİSTESİ

MADDE	YASAL DAYANAK
1- Kültür ve tabiat varlıkları (Eski eserler)	21.7.1983 tarih ve 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu
2- Hint keneviri	24.6.1933 tarih ve 2313 sayılı Uyuşturucu Maddelerin Murakabesi Hakkında Kanun
3- Tütün tohumu ve fidesi	9.5.1969 tarih ve 1177 sayılı Tütün ve Tütün Tekeli Kanunu
4- Tiftik keçisi	7.6.1926 tarih ve 904 sayılı Islahı Hayvanat Kanunu
5- İhracı 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 RG.'de yayımlanan 8.3.1990 tarih ve 90/234 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı
6- Ceviz, dut, kiraz, armut, erik, porsuk, dışbudak, karaağaç ve ıhlamur adlı ağaç türlerinin kütük, tomruk, kereste, kalas ve taslak olarak ihracı	11.5.1974 tarih ve 14883 sayılı RG'de yayımlanan 24.4.1974 tarih ve 7/8186 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı
7- 30.12.2004 tarih ve 25686 numaralı Resmi Gazete'de yayımlanan 2004/13 sayılı tebliğ ile y�r�l�kten kaldırılmıştır.	
8- İhracatı yasak olan doğal ��ek soğanları	22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
9- Odun ve odun kömürü (Meyve kabuklarından üretilen mangal kömürü hariç)	22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
10- Sığla (liquidambar orientalis)	22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
11- Yalankoz (pterocarya carpinifolia)	22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
12- Dat�a hurması (Phoenix the ophrasti crenter)	22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
13- Zeytin, incir, fındık, antep fıstığı, asma (sultani �ekirdeksiz) fidanları	22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
14- 22 şubat 2000 tarih ve 23972 numaralı Resmi Gazete'de yayımlanan İhracat 2000/3 sayılı tebliğ ile y�r�l�kten kaldırılmıştır.	
15- Salep (toz, tablet ve her türlü formda)	22/12/1995 tarihli ve 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı

EK 3: İHRACI ÖN İZNE BAĞLI MALLAR LİSTESİ

Madde	İzni Veren Kurum	Yasal Dayanak
1- Harp, silah ve mühimmatı (Spor ve av tüfekleri hariç)	Milli Savunma Bakanlığı	3.1.1940 tarih ve 3763 sayılı Türkiye’de Harp Silahı ve Mühimmatı Yapan Hususi Sanayi Müesseselerinin Kontrolü Hakkında Kanun
2- Afyon ve haşhaş kellesi	Sağlık Bakanlığı	12.6.1933 tarih ve 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 Trafikinin Önlenmesine İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi Kapsamındaki mallar	Sağlık Bakanlığı	24.6.1933 tarih ve 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 Trafikinin Önlenmesine İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi
4- Tehlikeli Atıkların Sınırlar ötesi Taşınımının ve Bertarafının Kontrolüne İlişkin Basel Sözleşmesi Kapsamındaki mallar	Çevre Bakanlığı	15.5.1994 tarih ve 21935 sayılı RG’de yayımlanan 7.3.1994 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	Orman Bakanlığı	13.4.1990 tarih ve 20491 sayılı R.G.’de yayımlanan 8.3.1990 tarih ve 90/234 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı
6- Gübreler(Kimyevi gübreler hariç)	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	13.1.1965 tarih ve 11905 sayılı R.G.’de Bakanlık yayımlanan 19.12.1964 tarih ve 6/4090 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile 27.12.1924 tarih ve 2/1771 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı
7- Tohumlar (Orman ağacı tohumları hariç)	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	21.8.1963 tarih ve 308 sayılı Tohumlukların Tescil, Kontrol ve Bakanlık Sertifikasyonu Hakkında Kanun
8- Su ürünlerinden su ürünleri vıcılığını düzenleyen esaslar çerçevesinde avlanması yasak olan cins ve nitelikteki su ürünleri (sülükler dahil)	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	22.3.1971 tarih ve 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu
9- Yarış atları	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	7.6.1926 tarih ve 904 sayılı Islahı Hayvanat Kanunu
10- Yem Kanunu kapsamına giren yemler	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	29.5.1973 tarih ve 1734 sayılı Yem Kanunu
11- Zirai mücadele ilaç ve aletleri	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	15.5.1957 tarih ve 6968 sayılı Zirai Mücadele ve Zirai Karantina Kanunu
12- Veteriner ilaçları	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	1262 sayılı İspençiyarı ve Tıbbi Müstahzarlar Dair 3490 sayılı Kanun
13- İhracat amacıyla doğadan elde edilmesi kontenjanla veya başka herhangi bir kayıtlı sınırlandırılan doğal çiçek soğanları	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejim Kararı
14- Damızlık büyük ve küçük baş hayvan	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejim Kararı
15- 18 Ocak 2005 tarih ve 25704 numaralı Resmi Gazete’de yayımlanan İhracat 2005/3 sayılı tebliğ ile yürürlükten kaldırılmıştır.		
16- 22 Şubat 2000 tarih ve 23972 numaralı Resmi Gazete’de yayımlanan İhracat 2000/3 sayılı tebliğ ile yürürlükten kaldırılmıştır.		
17- Doğa mantarı (Sadece Avrupa Birliği üyesi ülkelere yönelik ihracat için)	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejim Kararı
18- 2 Aralık 2003 tarih ve 25304 numaralı Resmi Gazete’de yayımlanan İhracat 2003/12 sayılı tebliğ ile yürürlükten kaldırılmıştır.		
19- 21 Şubat 2003 tarih ve 25027 numaralı Resmi Gazete’de yayımlanan "Nesli Tehlike Altında Olan Yabani Hayvan ve Bitki Türlerinin İhracatına İlişkin Tebliğ İhracat: (2003/1)" sayılı tebliğ ile yürürlükten kaldırılmıştır.		
20- Mavi yüzgeçli orkinos (Thynnus thunnus) (canlı, taze soğutulmuş, dondurulmuş veya işlenmiş)	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejim Kararı
21- Nükleer Alanda Kullanılan Malzeme, Ekipman ve İlgili Teknolojinin İhracatına İzin Verilmesine İlişkin Yönetmelik Kapsamındaki mallar	Türkiye Atom Enerjisi Kurumu	15.02.2000 tarihli ve 23965 sayılı Resmi Gazete’de Nükleer Alanda Kullanılan Teknolojinin İhracatına İzin
22- Füze Teknolojisi Kontrol Rejimi (FTKR) kapsamındaki mallar	Milli Savunma Bakanlığı	İlişkin Yönetmelik 29/06/2004 tarih ve 5201 sayılı Harp Araç ve Gereçleri ile Silâh, Mühimmat ve Patlayıcı Madde Üreten Sanayi Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Kanun ile bu kanuna dayalı olarak Milli Savunma Bakanlığı tarafından yayımlanan Tebliğler

EK 4: KİMYASAL SİLAHLAR SÖZLEŞMESİ EKİ LİSTE 1'DE YER ALAN KİMYASAL MADDELER

Ek I Sayılı Liste

G.T.İ.P	Madde İsmi	CAS Numarası
2921.19.80.00.17	HN 1 (bis (2-kloretil) etilamin)	538-07-8
2921.19.80.00.18	HN 2 (bis (2-kloretil) metilamin)	51-75-2
2921.19.80.00.21	HN 3 (tris (2-kloretil) amin)	555-77-1
2930.19.70.90.17	Mustard gaz (bis (2-kloretil) sülfür)	505-60-2
2930.19.70.90.18	Sesqimustard (1,2-bis (2-kloretiltiyo) etan)	3563-36-8
2930.19.70.90.21	O-Mustard (bis (2-kloretiltiyoetil) eter)	63918-89-8
2930.19.70.90.22	2-Kloretil klormetil sülfür	2625-76-5
2930.19.70.90.24	Bis (2-kloretiltiyo) metan	63869-13-6
2930.19.70.90.25	1,3-bis (2-kloretiltiyo)-n-propan	63905-10-2
2930.19.70.90.26	1,4-bis (2-kloretiltiyo)-n-bütan	142868-93-7
2930.19.70.90.45	1,5-bis (2-kloretiltiyo)-n-pentan	142868-94-8
2930.19.70.90.46	Bis (2-kloretiltiyometil) eter	63918-90-1
2930.19.70.90.47	O-Etil S-2-diizopropil aminoetil metil fosfonotiolat	50782-69-9
2930.19.70.90.49	Diğerleri	
2931.00.20.00.00	Metilfosfonoil diflorür (metilfosfonik diflorür)	676-99-3
2931.00.95.90.14	Sarin (O-isopropil metilfosfonofloridate)	107-44-08
2931.00.95.90.15	Soman (O-pinakonil metilfosfonofloridate)	96-64-0
2931.00.95.90.19	Diğerleri	
2931.00.95.90.21	Tabun (O-etil N,N-dimetil fosforamidosiyanat)	77-81-6
2931.00.95.90.29	Diğerleri	
2931.00.95.90.31	Levizit 1 (2-klorvinildiklorarsin)	541-25-3
2931.00.95.90.32	Levizit 2 (bis (2-klorvinil) klorarsin)	40334-69-8
2931.00.95.90.33	Levizit 3 (tris (2-klorvinil) arsin)	40334-70-1
2931.00.95.90.35	Alkil (metil, etil, n-propil veya isopropyl) fosfonil diflorürler	
2931.00.95.90.36	O-Etil-2-diisopropil aminoetil metil fosfonit	57856-11-8
2931.00.95.90.39	Diğerleri	
2931.00.95.90.41	Klor sarin (CR) (O-isopropil metil fosfonokloridat)	1445-76-7
2931.00.95.90.42	Klor soman (CS) (O-pinakolil metil fosfonokloridat)	7040-57-5
3002.90.90.00.11	Saksitoksin	35523-89-8
3002.90.90.00.12	Risin	9009-86-3
3002.90.90.00.27	Başlıca o-alkyl (<=C10, cycloalkyl içeren) alkyl (methyl, ethyl n-propyl veya isopropyl) phosphonofluoridates içeren karışımlar	
3824.90.90.00.28	Başlıca o-alkyl (<=C10, cycloalkyl içeren) N,N-dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) phosphoramidocyanidates içeren karışımlar	
3824.90.90.00.31	Başlıca [S-2-(dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) amino) ethyl] hydrogen alkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) phosphonothioates ve bunların o-alkyl (<=C10, cycloalkyl içeren) esterlerini içeren karışımlar; başlıca bunların alkilendirilmiş veya protonlandırılmış tuzlarını içeren karışımlar	
3824.90.90.00.32	Başlıca alkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) phosphoryl-difluorides içeren karışımlar	
3824.90.90.00.33	Başlıca [o-2-dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) aminoethyl] hydrogen alkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) phosphonites ve bunların o-alkyl(<=C10, cycloalkyl içeren) esterleri içeren karışımlar; başlıca bunların alkilendirilmiş veya protonlandırılmış tuzlarını içeren karışımlar	

G.T.İ.P	Madde İsmi	CAS Numarası
2812.10.99.00.12	Arsenik triklorürler	7784-34-1
2903.30.80.00.13	1,1,3,3,3,-pentaflor-2-(triflormetil) prop-1-ene	382-21-8
2905.19.00.90.15	3,3-Dimetil bütan-2-ol (pinokonilalkol)	464-07-3
2918.19.80.90.11	2,2-Difenil-2-hidroksi asetik asit (benzilik asit)	76-93-7
2921.19.80.00.23	N,N-Diizopropilaminoetil-2-klorür	
2921.19.80.00.29	Diğerleri	
2922.19.80.00.17	N,N-diisopropilaminoetan-2-ol ve bunun protonlanmış tuzları	
2922.19.80.00.19	Diğerleri	
2929.90.00.00.15	N,N-Dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya izopropyl) phosphoramidic dihalides	
2929.90.00.00.16	Dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya izopropyl) N,N-dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya izopropyl) phosphoramidates	
2930.90.20.00.00	Tiyodiglikol (2,2'-tiyodietanol)	111-48-8
2930.90.70.90.32	N,N-Dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) aminoethane-2-thioller ve bunların protonlanmış tuzları	
2930.90.70.90.51	o,o-Diethyl S-[2-diethyl amino ethyl] phosphorothioate ve bunun alkilendirilmiş veya protonlandırılmış tuzları	78-53-5
2930.90.70.90.61	Fosfor atomuna bağlı bir metil, etil, n-propil veya izopropil grubu ihtiva edenler (fakat daha fazla karbon atomlu grup ihtiva etmeyen)	
2931.00.10.00.00	Dimetil metil fosfanat	756-79-6
2931.00.30.00.00	Metilfosfonoil diklorür (metilfosfonik diklorür)	676-97-1
2931.00.95.90.51	Fosfor atomuna bağlı bir metil, etil, n-propil veya izopropil grubu ihtiva edenler (fakat daha fazla karbon atomlu grup ihtiva etmeyen)	
2931.00.95.90.52	Fosfonik asit etil-dietil eter	78-38-6
2933.39.99.00.16	3-Quinüklidinil benzilat	6581-06-2
2933.39.99.00.17	Quinüklidin-3-ol	1619-34-7
2933.39.99.00.34	Başlıca N,N-dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) phosphoramidic dihalides içeren karışımlar	
3824.90.99.90.35	Başlıca dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) N,N-dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) phosphoramidates içeren karışımlar	
3824.90.99.90.34	Başlıca N,N-dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) 2-chloroethylamines veya bunların protonlandırılmış tuzlarını içeren karışımlar	
3824.90.99.90.41	Başlıca N,N-dimethyl-2-aminoethanol veya N,N-diethyl-2-amino-ethanol veya bunların protonlandırılmış tuzlarını içeren karışımlar	
3824.90.99.90.49	Diğerleri	
3824.90.99.90.51	Başlıca N,N-dialkyl (methyl, ethyl, n-propyl veya isopropyl) aminoethane-2-thiols veya bunların protonlandırılmış tuzlarını içeren karışımlar	
3824.90.99.90.52	Başlıca fosfor atomuna bağlı bir metil, etil, n-propil veya izopropil grubu ihtiva eden (fakat daha fazla karbon atomlu grup ihtiva etmeyen) kimyasalları içeren diğer karışımlar	
3824.90.99.90.53	(5-etil-2-metil-1,3,2-dioksafosforoinan-5-yl metil metil ester, P-oksit) ve (metilfosfonil-bis (5-etil-2-metil-2-oksido-1, 3, 2-dioksafosforinan-5-yl) metil ester) den oluşanmetil fosfonik asit karışımı	170836-68-7

Ek III Sayılı Liste

G.T.İ.P	Madde İsmi	CAS Numarası
2811.19.20.00.00	Hidrojen siyanür (hidrosiyonik asit)	74-90-8
2812.10.15.00.00	Fosfor triklorür	7719-12-2
2812.10.16.00.00	Fosfor pentaklorür	10026-13-8
2812.10.18.00.11	Fosfor oksiklorür	10025-87-3
2812.10.93.00.00	Sülfür di klorür	10545-99-0
2812.10.94.00.00	Fosgen (karbonil klorür)	75-44-5
2812.10.95.00.00	Tionil diklorür (tionil klorür)	7719-09-7
2812.10.99.00.11	Sülfür mono klorür	10025-67-9
2851.00.50.00.00	Siyanojen klorür	506-77-4
2904.90.40.00.00	Triklornitrometan (klor pikrin)	76-06-2
2920.90.20.00.00	Dimetil fosfonat (dimetil fosfit)	868-85-9
2920.90.30.00.00	Trimetil fosfit (trimetoksi fosfin)	121-45-9
2920.90.40.00.00	Trietil fosfit	122-52-1
2920.90.50.00.00	Dietil fosfonat (dietil hidrojen fosfit) (dietil fosfit)	762-04-9
2922.13.10.00.00	Trietanolamin	102-71-6
2922.19.10.00.00	N-Etildietanolamin	139-87-7
2922.19.20.00.00	2,2'-Metiliminodietanol (N-metildietanolamin)	105-59-9

EK-5 : DEVLET YARDIMLARI-UYGULAMACI KURULUŞLAR

Kuruluşun Adı/Adresi

DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI (*)

İnönü Bulvarı, 06510 Emek-ANKARA
Tel: (0312) 204 75 00 Faks: (0312) 204 75 85
E-mail: www@dtm.gov.tr
[http: www.dtm.gov.tr](http://www.dtm.gov.tr).

Devlet Yardımı

- o Çevre
- o Yurtdışı Ofis-Mağaza
- o Marka-Tanıtım
- o Pazar Araştırması
- o İstihdam Yardımı
- o Turquality

İHRACATI GELİŞTİRME ETÜD MERKEZİ (İGEME)

Mithatpaşa Caddesi No:60, 06420 Kızılay-ANKARA
Tel: (0312) 417 22 23 Faks: (0312) 417 22 33
E-mail: igeme@igeme.org.tr [http: www.igeme.org.tr](http://www.igeme.org.tr)

- o Pazar Araştırması
- o Eğitim

İHRACATÇI BİRLİKLERİ

GENEL SEKRETERLİKLERİ

13 İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği ve bunlara bağlı 49 irtibat bürosu bulunmaktadır.

- o Yurtdışı Fuar-Sergi
- o Yurtiçi Fuar
- o Yurtdışı Ofis-Mağaza
- o Tarımsal Ürünlerde İade

İKTİSADİ KALKINMA VAKFI

Rumeli Caddesi No: 85/7, 80220 Osmanbey-İSTANBUL
Tel: (0212) 230 76 37 Faks: (0212) 247 75 87
E-mail: ikv@ikv.org.tr [http: www.ikv.org.tr](http://www.ikv.org.tr)

- o Pazar Araştırması

TÜRKİYE BİLİMSEL VE TEKNİK ARAŞTIRMA KURUMU

Atatürk Bulvarı No: 221, 06100 Kavaklıdere-ANKARA
Tel: (0312) 468 53 00 Faks: (0312) 427 74 89
E-mail: adm@tubitak.gov.tr [http: www.tubitak.gov.tr](http://www.tubitak.gov.tr)

- o AR-GE

TÜRKİYE TEKNOLOJİ GELİŞTİRME VAKFI

Atatürk Bulvarı No: 221, Kavaklıdere-ANKARA
Tel: (0312) 467 21 79 Faks: (0312) 467 40 79
E-mail: info@ttgv.org.tr [http: www.ttgv.org.tr](http://www.ttgv.org.tr)

- o AR-GE

(*) Tüm devlet yardımlarının uygulanmasında nihai onay mercii.

EK 6: STANDARDI İHRACATTA ZORUNLU UYGULAMADA BULUNAN ÜRÜNLER LİSTESİ

G.T.P.	Madde İsmi	İlgili Standart
0307.60.00.00.00	Salyangozlar (Deniz salyangozları hariç)	TS/89 Salyangoz
0407.00.30.00.12	Tavuk yumurtaları	TS/1068 Tavuk Yumurtası -Kabuklu
0504.00.00.90.11	Koyun turu hayvanların orjinal bağırsakları	
0504.00.00.90.12	Keçi turu hayvanların orjinal bağırsakları	
0504.00.00.90.13	Sığır turu hayvanların orjinal bağırsakları	
0504.00.00.90.19	Diğer hayvanların orjinal bağırsakları	TS/208 Barsaklar
0504.00.00.90.21	Koyun turu hayvanların asorti bağırsakları	
0504.00.00.90.22	Keçi turu hayvanların asorti bağırsakları	
0504.00.00.90.23	Sığır turu hayvanların asorti bağırsakları	
0504.00.00.90.29	Diğer asorti bağırsaklar	
0701.90.50.00.00	Taze patates (1 Ocak'tan 30 Haziran'a kadar olanlar)	TS/1223 Turfanda Patates
0701.90.90.00.00	Diğerleri (Patates)	TS/1222 Patates
0702.00.00.00.00	Domates (taze veya sogutulmuş)	TS/794 Domates
0703.10.19.00.11	Kuru Sogan	TS/ 796 Kuru Sogan
0703.20.00.00.11	Taze Sarımsak	TS/1131 Sarımsak
0703.20.00.00.12	Kuru Sarımsak	
0703.90.00.00.11	Pırasa	TS/795 Pırasa
0704.10.00.00.11	Karnabahar	TS /1074 Karnabahar
0704.90.10.00.11	Beyaz lahana	
0704.90.10.00.12	Kırmızı lahana	TS/1075 Başlahana
0704.90.90.00.00	Diğerleri	
0705.11.00.00.00	Baş marul	TS/1194 Yeşil Salata ve Marul
0705.19.00.00.00	Diğerleri	
0706.10.00.00.11	Havuçlar	TS/1193 Havuç
0706.90.10.00.00	Kok kerevizi	TS/1206 Sap ve Kok Kereviz
0707.00.05.00.00	Hıyarlar	TS/1253 Hıyar
0707.00.90.00.00	Kornişonlar	
0708.10.00.00.11	Kabuklu bezelye	TS/798 Taze Bezelye
0708.20.00.00.11	Fasulye	TS/797 Taze Fasulye
0708.20.00.00.12	Barbunya (kabuklu)	
0708.90.00.00.11	Kabuklu baklagiller	TS/2123 Taze Bakla
0709.10.00.00.00	Enginarlar	TS/1133 Enginar
0709.30.00.00.00	Patlıcanlar	TS/1255 Patlıcan
0709.40.00.00.00	Yaprak kerevizleri (kok kerevizleri hariç)	TS/1206 Sap ve Kok Kereviz
0709.51.00.00.00	Agaricus cinsi mantarlar	TS/2410 Sebzeler- Yemeklik Kultur Mantarı
0709.60.10.00.11	Sivri biber	
0709.60.10.00.12	Dolmalık biber	
0709.60.10.00.13	Çarliston biber	TS/1205 Taze Biber
0709.60.10.00.14	Kırmızı biber (paprika)	
0709.60.10.00.19	Diğerleri	
0709.70.00.00.11	İspanak	TS/1130 İspanak
0709.90.70.00.14	Sakız kabacı	TS/1898 Sakız Kabacı
0709.90.90.00.11	Bamya	TS/2122 Taze Bamya
0709.90.90.00.13	Maydanoz	TS/1816 Maydanoz
0713.20.00.00.19	Diğerleri (Nohut)	TS/142 Nohut
0713.31.00.00.19	Diğerleri (Vigna mungo (L.) Hepper veya vignaradiata (L.) wilczek turu fasulyeler)	
0713.32.00.00.19	Diğerleri (Küçük kırmızı (Adzuki) fasulye)	
0713.33.90.00.00	Diğerleri (Adi fasulye, beyaz fasulye dahil)	TS/141 Kuru Fasulye
0713.39.00.00.19	Diğerleri	
0713.90.00.00.15	Barbunya	
0713.40.00.00.12	Yeşil mercimek	TS/143 Mercimek (Kabuklu ve İç)
0713.40.00.00.13	Kırmızı mercimek	TS/4201 Sarı Mercimek (Kara Mercimek İçi)
0713.40.00.00.19	Diğerleri	TS/3074 Kabuklu Fındık
0802.21.00.00.00	Kabuklu	TS/3075 İç Fındık
0802.22.00.00.00	Kabuksuz	TS/1917 İşlenmiş İç Fındık
0802.22.00.00.00	Kabuksuz	TS/1072 Kestane
0802.40.00.00.00	Kestane (Castanea Spp.)	TS/1279 Kabuklu Antep Fıstığı ve TS/1280 İç Antep Fıstığı TS/1813 Taze Incir
0802.50.00.00.00	Antep fıstığı	
0804.20.10.00.00	Taze incir	
0804.20.90.00.11	Ekstra kuru incir	
0804.20.90.00.12	Birinci sınıf kuru incir	
0804.20.90.00.13	İkinci sınıf kuru incir	
0804.20.90.00.14	Kuru naturel incir	TS/541 Kuru Incir
0804.20.90.00.15	Hurda incir	
0804.20.90.00.19	Diğerleri	

0805.10.20.00.11	Kan Portakalı-Yarı Kan Portakalı	
0805.10.20.00.12	Washington (Navel)	
0805.10.20.00.13	Şamuti (Yafa)	
0805.10.20.00.14	Valencia	
0805.10.20.00.15	Tomson	
0805.10.20.00.16	Hamlin	
0805.10.20.00.17	Vernas	
0805.10.20.00.18	Ovalins	
0805.10.20.00.21	Trablus	
0805.10.20.00.22	Akçay Şekeri	
0805.10.20.00.23	Finike	
0805.10.20.00.24	Trovlins	
0805.10.20.00.25	Navelina	
0805.10.20.00.29	Digerleri	
0805.10.80.00.00	Digerleri	
0805.20.10.00.00	Klemantin	
0805.20.30.00.11	Monreale	
0805.20.30.00.12	Satsuma	
0805.20.50.00.00	Mandarin ve vilking	
0805.20.70.00.00	Tanjerin	TS/34 Turunçgil Meyveleri
0805.20.90.00.11	King	
0805.20.90.00.19	Digerleri	
0805.40.00.00.11	Marsh Seedless	
0805.40.00.00.12	Tomson	
0805.40.00.00.13	Ruby Red	
0805.40.00.00.14	Star Ruby	
0805.40.00.00.15	Pink	
0805.40.00.00.16	Dioled	
0805.40.00.00.19	Digerleri	
0805.50.10.00.11	Enterdonat	
0805.50.10.00.12	Lamas	
0805.50.10.00.13	Kutdikem	
0805.50.10.00.14	Yatak	
0805.50.10.00.15	Mayer	
0805.50.10.00.16	Şataf	
0805.50.10.00.17	İtalyan	
0805.50.10.00.19	Digerleri	
0805.50.90.00.00	Tatlı limonlar (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia)	
0805.90.00.00.11	Diger taze turunçgiller	
0806.10.10.00.11	Sultani çekirdeksiz uzum	
0806.10.10.00.12	Rezaki uzumu	
0806.10.10.00.13	Tarsus beyazı uzumu	
0806.10.10.00.14	Muşkule uzumu	
0806.10.10.00.15	Kardinal uzumu	
0806.10.10.00.16	İmparator uzumu	
0806.10.10.00.17	Perlet uzumu	TS/101 Sofralık Uzum
0806.10.10.00.18	Super çekirdeksiz uzum	
0806.10.10.00.21	Antep karası uzumu	
0806.10.10.00.22	Hatun parmağı uzumu	
0806.10.10.00.23	Yalova incisi uzumu	
0806.10.10.00.29	Digerleri	
0806.20.30.00.00	Sultani uzumu	TS/3411 Çekirdeksiz Kuru Uzum
0806.20.90.00.00	Digerleri	TS/3410 Çekirdekli Kuru Uzum
0807.11.00.00.00	Karpuzlar	TS/1132 Karpuz
0807.19.00.00.00	Digerleri (Kavun)	TS/1073 Kavun
0808.10.80.00.11	Elma, golden cinsi	
0808.10.80.00.12	Elma, granny smith cinsi	
0808.10.80.00.13	Starking elma	
0808.10.80.00.14	Starkrimson elma	
0806.10.80.00.15	Tobred	
0806.10.80.00.16	Jonagold	TS/100 Elma
0806.10.80.00.17	Red Chief (Red Delicious)	
0806.10.80.00.18	Fuji	
0806.10.80.00.21	Breabuen	
0808.10.80.00.29	Digerleri	
0808.20.50.00.00	Digerleri (Armut)	TS/184 Armut
0808.20.90.00.00	Ayva	TS/1817 Ayva
0809.10.00.00.00	Kayısı (zerdali dahil)	TS/791 Kayısı
0809.20.05.00.00	Vişne (Prunus cerasus)	
0809.20.95.00.00	Digerleri (Kiraz)	TS/793 Kiraz ve Vişne
0809.30.10.00.00	Nektarinler	
0809.30.90.00.00	Digerleri (Şeftali)	TS/42 Şeftali
0809.40.05.00.11	Can erigi	
0809.40.05.00.13	Murdum erigi	TS/792 Erik
0809.40.05.00.19	Diger erikler	
0810.10.00.00.00	Çilek	TS/185 Çilek
0810.90.95.00.11	Nar	TS/4953 Nar

0813.10.00.00.11	Ekstra kayısı	
0813.10.00.00.12	Birinci sınıf kayısı	TS/485 Kuru Kayısı
0813.10.00.00.13	İkinci sınıf kayısı	
0813.10.00.00.14	Endüstriyel kayısı	
0910.99.91.00.11	Mahlep	TS/1049 Mahlep
1106.30.90.00.12	İncir ezmesi	TS/542 İncir Ezmesi
1202.10.90.00.00	Digerleri (Kabuklu yer fıstığı)	TS/310 Yer Fıstığı (Kabuklu ve İç)
1202.20.00.00.00	Kabuksuz yer fıstığı (kırılmış olsun olmasın)	
1404.10.00.90.14	Palamut	TS/1016 Palamut ve Palamut Tırnakları
1404.10.00.90.15	Palamut tırnacı	
1507.90.90.00.00	Digerleri (Soya yağı)	TS/890 Yemeklik Soya Yağı
1508.90.90.00.00	Digerleri (Yer fıstığı yağı)	TS/891 Yemeklik Yer Fıstığı Yağı
1509.10.90.00.11	Net ağırlığı 1 kg'a kadar olan hazır ambalajlarda olanlar	
1509.10.90.00.12	Net ağırlığı 1-2 kg arası olan hazır ambalajlarda olanlar	
1509.10.90.00.13	Net ağırlığı 2-5 kg arası olan hazır ambalajlarda olanlar	
1509.10.90.00.14	Digerleri	TS/341 Yemeklik Zeytinyağı
1509.90.00.00.14	Net ağırlığı 1 kg'a kadar olan hazır ambalajlarda olanlar	
1509.90.00.00.15	Net ağırlığı 1-2 kg arası olan hazır ambalajlarda olanlar	
1509.90.00.00.16	Net ağırlığı 2-5 kg arası olan hazır ambalajlarda olanlar	
1509.90.00.00.18	Digerleri	
1510.00.90.00.11	Prına yağı	TS/5269 Yemeklik Rafine Prına Yağı
1511.90.99.00.19	Digerleri (Yemeklik palm yağı)	TS/893 Bitkisel Yemeklik Yağlar (Özel Standardı Olmayan)
1512.19.90.00.11	Ayçiçeği tohumu yağı	TS/886 Yemeklik Ayçiçek Yağı
1512.19.90.00.19	Aspir yağı (Yemeklik)	TS/893 Bitkisel Yemeklik Yağlar (Özel Standardı Olmayan)
1512.29.90.00.00	Digerleri (Pamuk tohumu yağı)	TS/887 Yemeklik Pamuk Yağı
1513.19.91.00.00	Digerleri (Yemeklik hindistan cevizi yağı), net ağırlığı 1 kg. veya daha az olan hazır ambalajlarda bulunanlar	TS/893 Bitkisel Yemeklik Yağlar (Özel Standardı Olmayan)
1513.19.99.00.00	Digerleri	
1513.29.50.00.00	Net ağırlığı 1kg. veya daha az olan hazır ambalajlarda bulunanlar (Yemeklik palm çekirdeği ve babassu yağları),	TS/893 Bitkisel Yemeklik Yağlar (Özel Standardı Olmayan)
1513.29.90.00.11	Palm çekirdeği yağı	
1513.29.90.00.19	Babassu yağı	
1514.19.90.00.00	Digerleri	TS/893 Bitkisel Yemeklik Yağlar (Özel Standardı Olmayan)
1514.99.90.00.00	Digerleri	
1514.19.90.00.00	Digerleri	
1514.99.90.00.00	Digerleri	TS/892 Yemeklik Rapiska Yağı
1515.29.90.00.00	Digerleri (Mısır yağı)	TS/888 Yemeklik Mısırozu Yağı
1515.50.99.00.00	Digerleri (Susam yağı)	TS/889 Yemeklik Susam Yağı
2008.19.19.00.11	Kıyılmış fındık (beyazlatılmış, kavrulmuş kabuksuz fındıktan mamul)	
2008.19.19.00.12	Dilinmiş fındık (beyazlatılmış, kavrulmuş kabuksuz fındıktan mamul)	
2008.19.19.00.13	Kavrulmuş, bütün haldeki kabuksuz fındık	
2008.19.19.00.15	Yağda kavrulmuş tuzlu kabuksuz fındık	
2008.19.19.00.16	Beyazlatılmış kabuksuz fındık	
2008.19.19.00.17	Diger kavrulmuş kabuksuz fındık	
2008.19.19.00.18	Kavrulmuş, bütün haldeki kabuksuz fındık (çıkıntısı ayrılmamış)	
2008.19.19.00.29	Diger işlenmiş kabuksuz fındıklar	
2008.19.95.00.11	Kıyılmış fındık (beyazlatılmış, kavrulmuş kabuksuz fındıktan mamul), net muhtevası 1 kg.ı geçmeyen ambalajlarda olanlar	
2008.19.95.00.12	Dilinmiş fındık (beyazlatılmış, kavrulmuş kabuksuz fındıktan mamul), net muhtevası 1 kg.ı geçmeyen ambalajlarda olanlar	TS/1917 İşlenmiş İç Fındık
2008.19.95.00.13	Kavrulmuş, bütün haldeki kabuksuz fındık, net muhtevası 1 kg.ı geçmeyen ambalajlarda olanlar	
2008.19.95.00.15	Yağda kavrulmuş tuzlu kabuksuz fındık, net muhtevası 1 kg.ı geçmeyen ambalajlarda olanlar	
2008.19.95.00.16	Beyazlatılmış kabuksuz fındık, net muhtevası 1 kg.ı geçmeyen ambalajlarda olanlar	
2008.19.95.00.17	Diger kavrulmuş kabuksuz fındık, net muhtevası 1 kg.ı geçmeyen ambalajlarda olanlar	
2008.19.95.00.18	Kavrulmuş, bütün haldeki kabuksuz fındık (çıkıntısı ayrılmamış), net muhtevası 1 kg.ı geçmeyen ambalajlarda olanlar	
2008.19.95.00.29	Diger işlenmiş kabuksuz fındıklar, net muhtevası 1 kg.ı geçmeyen ambalajlarda olanlar	
51.01	Yun ve yapığı (karde edilmemiş veya taranmamış)	TS/1014 Yapığı ve Yunlar

5102.19.40.90.11	I. Oglak (TEXT 154)	
5102.19.40.90.12	II. Oglak (TEXT 154)	
5102.19.40.90.13	I. Tiftik (ince tiftik) (TEXT 154)	
5102.19.40.90.14	Iyi tiftik (TEXT 154)	
5102.19.40.90.15	Sıra tiftik (TEXT 154)	
5102.19.40.90.16	Kastamonu (TEXT 154)	TS/4026 Türk Tiftikleri
5102.19.40.90.17	Konya dag (TEXT 154)	
5102.19.40.90.18	Konya ova (TEXT 154)	
5102.19.40.90.21	Çengelli tiftik (TEXT 154)	
5102.19.40.90.22	Yıkamış tiftik (TEXT 154)	
5102.19.40.90.29	Digerleri (TEXT 154)	
1404.20.00.00.11	Lintar a I	
1404.20.00.00.12	Lintar a II	
1404.20.00.00.13	Lintar a III	
1404.20.00.00.14	Lintar b I	
1404.20.00.00.15	Lintar b II	
1404.20.00.00.19	Digerleri	
5201.00.90.00.00	Digerleri (TEXT 154)	TUZUK
5202.10.00.00.19	Digerleri (TEXT 154)	
5202.91.00.00.11	Penye telefi (TEXT 154)	
5202.91.00.00.12	Tarak telefi (TEXT 154)	
5202.91.00.00.19	Digerleri (TEXT 154)	
5202.99.00.00.12	Tarak telefi (TEXT 154)	
5202.99.00.00.13	Penye telefi (TEXT 154)	
5202.99.00.00.18	Digerleri (TEXT 154)	
1509.10.10.00.11	Net ağırlığı 1 kg'a kadar olan hazır ambalajlarda olanlar	2004/30 sayılı Revize edilen TS 341
1509.10.10.00.12	Net ağırlığı 1-2 kg arası olan hazır ambalajlarda olanlar	Yemeklik Zeytinyağı Standardı ve TS
1509.10.10.00.13	Net ağırlığı 2-5 kg arası olan hazır ambalajlarda olanlar	342 Yemeklik Zeytinyağı Muayene ve
1509.10.10.00.14	Digerleri	Deney Yöntemleri Standardının Dış
1510.00.90.00.19	Digerleri	Ticarette Zorunlu Uygulamaya
1511.90.99.00.11	Super olein	Konulmasına İlişkin Teblig'in
		3.maddesi hukmu

EK 7: İHRACATTA KULLANILAN ULUSLARARASI BELGELER

T.C.GÜMRÜK BEYANNAMESİ

1					2 Gönderen/ İhracatçı No					1 BEYAN					A ÇIKIŞ GÜMRÜK İDARESİ				
					3 Formlar					4 Yük Belgeleri									
8. Alıcı No					5 Kalem Sayısı					6 Kap adedi					7 Referans numarası				
					9 Mali Müşavir/ Serbest Muhasebeci No					10 Gideceği Ülke					11 Ticaret Yapılan Ülke				
14 Beyan sahibi/Temsilci No					15 Çıkış/İhracat ülkesi					15 Çıkış ülkesi kodu a b					17 Gideceği ülke kodu a b				
					16 Menşe ülke					17 Gideceği ülke									
18 Çıkıştaki taşıt aracının kimliği ve kayıtlı olduğu ülke					19 Kntyr					20 Teslim şekli									
21 Sınırı geçecek hareketli taşıt aracının kimliği ve kayıtlı olduğu ülke					22 Döviz ve toplam fatura bedeli					23 Döviz kuru					24 Sözleşme türü				
25 Sınırdaki taşıma şekli					26 Dahili taşıma şekli					27Yüklerle yeri					28 Banka bilgisi				
1					29 Çıkış Gümrük İdaresi					30 Eşyanın bulunduğu									
31 Kapların ve eşyanın tanımı					32 Kalem.no					33 TGTC pozisyon no									
					34 Menşe Ülke Kodu a b					35 Brüt Ağırlık (kg)									
44 Ek bilgi belge ve izinler					37 R E J I M					38 Net ağırlık (kg)					39 Kota				
					40 Manifesto/ Özet beyan					41 Ölçü birimi									
47 Vergilerin hesaplanması					Türü					Vergi matrahı					Oranı				
					Tutarı					Ö.Ş					48 Tecil/Taksitlendirme				
51 Tasarlanan güzergah					Toplam					B HESAP DETAYLARI (KDV)									
					50 Sorumlu No					İmza					C ÇIKIŞ GÜMRÜK İDARESİ				
52 Teminat					Temsilci					Yer ve tarih									
					Kodu					53 Varış Gümrük İdaresi									
D ÇIKIŞ GÜMRÜK İDARESİ KONTROLÜ					Mühür					54 Yer ve tarih									
					Sonuç :					Beyan sahibinin veya vekilinin					Adı soyadı ve imzası				
CGB-1					Kurşun mühür No :														
					Taşıtın Kimliği :														
					Verilen süre :														
					Sürenin başlangıç tarihi :														
					İmza														
					E ÇIKIŞ/İHRACAT GÜMRÜK İDARESİ KONTROL SONUÇLARI														

.C.GÜMRÜK BEYANNAMESİ (DEVAM FORMU)

1 B E Y A N

2 Gönderen/ İhracatçı		No		3 Formlar	
Kaplarn ve eşyanın tanımı		32 Kalem no	33 TGTC pozisyon no	34 Menşe Ülke Kodu a b	35 Brüt ağırlık (kg)
				37 R E J İ M	38 Net ağırlık (kg)
		40 Manifesto/ Özet beyan			
		41 Ölçü birimi	42 Kalem fiyatı	43 HY kodu	
Ek bilgi belge ve izinler		E.B. Kodu		45 Ayarlama	
		46 İstatistikî kıymet			
Kaplarn ve eşyanın tanımı		32 Kalem no	33 TGTC pozisyon no	34 Menşe Ülke Kodu a b	35 Brüt ağırlık (kg)
				37 R E J İ M	38 Net ağırlık (kg)
		40 Manifesto/ Özet beyan			
		41 Ölçü birimi	42 Kalem fiyatı	43 HY kodu	
Ek bilgi belge ve izinler		E.B. Kodu		45 Ayarlama	
		46 İstatistikî kıymet			
Kaplarn ve eşyanın tanımı		32 Kalem no	33 TGTC pozisyon no	34 Menşe Ülke Kodu A b	35 Brüt ağırlık (kg)
				37 R E J İ M	38 Net ağırlık (kg)
		40 Manifesto/ Özet beyan			
		41 Ölçü birimi	42 Kalem fiyatı	43 HY kodu	
Ek bilgi belge ve izinler		E.B.		45 Ayarlama	
		46 İstatistikî kıymet			
/vergilerin hesaplanması		Türü	Vergi matrahı	Oranı	Tutarı
		Birinci Kaleme ilişkin Toplam		İkinci kaleme ilişkin Toplam	
*****		Türü	Vergi matrahı	Oranı	Tutarı
		Üçüncü kaleme ilişkin Toplam		Genel Toplam :	

1

Çıkış/İhracat gümrük
İdaresi nüshası


TİCARİ FATURA- BOŞ FORM

Seller (Name, Address) İhracatçı (Ad, Adres) [1] Tel: [2]	Invoice Number (Fatura No.)		
	Invoice Date (Tarih)		Seller's Reference [3] (Satıcının referansı)
	Buyer's Reference [6] (Alıcının Referansı)		Other Reference [7] (Diğer referanslar)
Consignee (Teslim alan)	Buyer (Alıcı: teslim alandan farklı ise) [4]		
	Country whence consigned (Malın teslim edileceği yer) [5]		
	Country of origin (malın üretildiği ülke)	Country of destination (Malın varış yeri)	
Transport details (Nakliye ile ilgili hususlar- lüzumu halinde) [14]	Terms of delivery and payment (Teslim ve Ödeme şekli)		
Shipping marks; Container No (Sevkiyat işaretleri, Konteynır No)	Number and kind of packages: goods description -in full and/or code. (Malın cinsi ve özelliği, ambalaj şekli, koli adedi, gümrük tarife numarası)	Gross weight, kg. (Ağırlık)	Cube m3 (hacim)
Specification of commodities (in code and/or full) (Malların özellikleri; Tarife numarası) [9] Shipped by: (Malın sevk şekli) [15] On: (Malın ne zaman teslim yerine ulaştırılacağı) [15] Signature: (İmza) [16] Date: (Tarih)	Quantity (Miktar) [8]	Unit Price (Birim Fiyat) [10]	Amount (Toplam Tutar) [11]
		Included above (Yukarıdaki dahil)	Not included above (yukarıdaki hariç)
	Packing (Ambalaj Şekli)		
	Freight (Navlun) [13]		
	Other costs (Diğer Maliyetler) [12]		
	Insurance (Sigorta) [14]		
	Total invoice amount (Toplam Fatura Tutarı) [12]		

KOLİ LİSTESİ- BOŞ FORM

KOLİ / AMBALAJ LİSTESİ				
This packing list refers to invoice no. Fatura no.			Dated Tarih	
Quantity Miktar	Numbers Koli no.	Contents each Muhteviyatı	Measure each Hacim M3	GR WT each Toplam brüt ağırlık
Method of packing: Ambalaj şekli (malların nasıl paketlenildiği varsa özel taşıma koşulları belirtilmelidir). Marks and numbers: İşaret ve sayılar Total no. of packages: Toplam koli sayısı Total measure: Toplam ağırlık Total net weight: Ambalaj hariç net ağırlık Total gross weight: Toplam brüt ağırlık				

MENŞE ŞAHADETNAMESİ- BOŞ FORM

1. Exporter (name, address, country) Exportateur (nom, adresse, pays) İhracatçı (ismi, adresi, memleketi)	2. No B 0432994 CERTIFICATE OF ORIGIN CERTIFICAT D'ORIGINE MENŞE ŞAHADETNAMESİ A	
3. Consignee (name, address, country) Destinataire (nom, adresse, pays) Alıcı (ismi, adresi, memleketi)		
4. Particulars of transport (where required) Renseignements relatifs au transport (le cas échéant) Nakliye ile ilgili malûmat (lüzumu halinde)		
5. Marks & Numbers, Number and kind of packages; Description of the goods Marques et numéros; Nombre et nature des colis; Désignation des marchandises Marka ve numara, Koli sayısı ve cinsi, Malların tarifi	6. Gross weight Poids brut Brüt ağırlık	7.
8. Other information - Autres renseignements Diğer Malumat Stamp - Timbre - Mühür 	It is hereby certified that the above mentioned goods originate in; Il est certifié par la présente que les marchandises mentionnées ci - dessus sont originaires de: Yukarıda tatad edilen malların menşeli olduğu tasdik edilir. CERTIFYING BODY ORGANISME AYANT DELIVRE LE CERTIFICAT İŞBU VESİKAYI TANZİM EDEN TEŞEKKÜL Place and date of issue - Lieu et date de delivrance Tanzim yeri ve tarihi Authorised signature - signature autorisée Yetkili İmza	

İÇİSİCE OFSET LTD. ŞTİ. TEL. 0 312 230 11 82



NOTE

RULES FOR THE ESTABLISHMENT OF CERTIFICATES OF ORIGIN

1. The forms may be completed by any process, provided that entries are indelible and legible.
2. Neither erasures nor superimpositions should be allowed on the certificates (or applications). Any alterations should be made by striking out the erroneous material and making any additions required. Such alterations should be approved by the person who made them and certificated by the appropriate authority or body.
3. Any unused spaces should be crossed out to prevent any subsequent addition.
4. If warranted by export trade requirements, one or more copies may be drawn up in addition to the original.

NOTE

REGLES A OBSERVER POUR L'ETABLISSEMENT DU CERTIFICAT D'ORIGINE

1. La formule peut être remplie par n'importe quel procédé, à condition que les mentions qui y sont portées soient indélébiles et lisibles.
2. Le certificat et la demande éventuelle ne peuvent comporter ni grattages, ni surcharges. Les modifications qui y sont apportées doivent être effectuées en biffant les indications erronées et en ajoutant, le cas échéant, les indications voulues. Toute modification ainsi opérée doit être approuvée par son auteur et visée par les autorités ou organismes habilités.
3. Les espaces non utilisés doivent être bâtonnés de façon à rendre impossible toute adjonction ultérieure.
4. Si les nécessités du commerce d'exportation le requièrent, il peut être établi, en plus de l'original, une ou plusieurs copies.

NOT

MENŞE ŞAHADETNAMESİNİN TANZİMİ İÇİN DİKKAT EDİLECEK KURALLAR

1. Form istenilen usulle doldurulabilir. Yalnız üzerindeki kayıtlar silinmez ve okunaklı olmalıdır.
2. Muhtemel talep ve belgenin üzerinde ne kazınma nede eklenmiş yazı bulunabilir. Yapılacak değişiklikler yanlış bilgilerin üstleri çizilerek yerlerine istenilen kayıtlar eklenerek yapılır. Bu şekildeki işlemlerin hepsi sahibi tarafından imza ve yetkili teşekkül tarafından da tasdik edilmelidir.
3. Kullanılmayan yerler üzerlerine herhangi bir kaydın yazılamayacağı şekilde çizgilerle doldurulmalıdır.
4. İhracat ticareti gereği icap ediyorsa, asıldan başka, bir veya bir kaç suret çıkartılabilir.

EUR-1 DOLAŞIM BELGESİ -BOŞ FORM

DOLAŞIM SERTİFİKASI MOVEMENT CERTIFICATE



1. İhracatçı (Adı, Açık Adresi, Ülke) Exporter (Name, full address, country)		EUR.1 NO B 0500266	
		Bu formu doldurmadan önce arkadaki notları okuyunuz. See notes overleaf before completing this form.	
3. Malın Gönderildiği Şahıs (Adı, Açık Adresi, Ülke) (Tercihe Bağlı) Consignee (Name, full address, country) (Optional)		2. Certificate used in preferential trade between ve/and arasındaki tercihli ticarete kullanılan sertifikadır. (İlgili ülkeler, ülke grupları veya alanlarını yazınız.) (Insert appropriate countries, groups of countries or territories)	
		4. Ürünlerin menşei sayılan ülke, ülkeler grubu veya alanlar Country, group of countries or territory in which the products are considered as originating	5. Varış ülkesi veya ülkeler grubu Country, group of countries or territory of destination
6. Taşımaya ilişkin bilgiler (Tercihe Bağlı) Transport details (Optional)		7. Gözlemler Remarks	
8. Sıra No; Kolilerin marka ve işaretleri, sayısı ve türleri (*); Eşyanın tanımı. Item Number; Marks and numbers; Number and kind of packages (*); Description of goods.		9. Brüt ağırlık (kg) veya diğer ölçüler (Litre, metreküp, vs) Gross weight (kg) or other measure (litres, m³, etc.)	10. Faturalar (Tercihe Bağlı) Invoices (Optional)
11. GÜMRÜK VİZESİ CUSTOMS ENDORSEMENT Onaylayan Beyan Declaration Certified İhracat Belgesi Export document (1) Form No Gümrük İdaresi Customs Office Düzenleyen Ülke veya Alan Issuing country or territory Place and date Yer ve Tarih (İmza/signature)		12. İHRACATÇININ BEYANI DECLARATION BY THE EXPORTER Aşağıda imzası bulunan ben, yukarıda belirtilen eşyanın bu belgenin düzenlenmesi için gerekli olan koşullara uygun olduğunu beyan ederim. I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate. Yer ve Tarih Place and date (İmza/signature)	

(*) Eşya ambalajlı değilse, yerine göre eşyaların sayısını veya "dökme" olduğunu belirtiniz.
(*) If goods are not packed, indicate number of articles or state "in bulk" as appropriate

Aydoğdu Ofset Tel: (0.312) 309 64 67 (pbx)

(1) Yalnız ihracatçı ülke kurallarının gerekli gördüğü yerleri doldurunuz.
(1) Complete only where the regulations of the exporting country or territory require.

<p>13. DOĞRULUĞUN KONTROLÜ İSTEMİ REQUEST FOR VERIFICATION, to:</p>	<p>14. KONTROLÜN SONUCU RESULT OF VERIFICATION</p>
<p>Bu sertifikanın doğruluk ve kurallara uygunluğunun kontrolü talep edilir. Verification of the authenticity and accuracy of this certificate is requested.</p> <p>..... Yer ve Tarih (Place and date)</p> <p>..... (İmza) (Signature)</p> <p>Mühür (Stamp)</p>	<p>Yapılan kontrol bu sertifikanın (') Verification carried out shows that this certificate (')</p> <p><input type="checkbox"/> Belirtilen gümrük idaresince düzenlediğini ve içerdiği bilgilerin doğru olduğunu göstermektedir. Was issued by the customs office indicated and that the information contained therein is accurate</p> <p><input type="checkbox"/> Doğruluk ve kurallara uygunluk koşullarına cevap vermediğini göstermektedir. (Ekteki açıklamalara bakınız.) Does not meet the requirements as to authenticity and accuracy (see remarks appended).</p> <p>..... Yer ve Tarih (Place and date)</p> <p>Mühür (Stamp)</p> <p>..... (İmza) (Signature)</p> <p>(') Uygun olan kutuya X işareti koyunuz. (') Insert X in the appropriate box.</p>

NOTLAR

1. Sertifikalar silinmeler veya birbiri üzerine yazılmış kelimeler ihtiva edemez. Değişiklikler doğru olmayan kayıtların üzeri çizilmek ve gerekli düzeltmeler eklenmek suretiyle yapılır. Böyle bir değişiklik, sertifikayı düzenleyen kişi tarafından paraf edilmeli ve düzenlediği ülkenin gümrük idaresi tarafından onaylanmalıdır.
2. Sertifikaya kaydedilen maddeler arasında boşluk bırakılmamalı ve her bir madde önüne bir sıra numarası konulmalıdır. Son maddenin hemen altına yatay bir çizgi çekilmelidir. Kullanılmayan yerler sonradan bir eklemeyi imkansız kılmak üzere aynı şekilde iptal edilmelidir.
3. Eşyalar, ticari faaliyetlere uygun olarak ve teşhis edilmelerini sağlayacak yeterli ayrıntılarla tanımlanmalıdır.

NOTES

1. Certificates must not contain erasures or words written over one another. Any alterations must be made by deleting the incorrect particulars and adding any necessary corrections. Any such alteration must be initialled by the person who completed the certificate and endorsed by the customs authorities of the issuing country or territory.
2. No spaces must be left between the items entered on the certificate and each item must be preceded by an item number. A horizontal line must be drawn immediately below the last item. Any unused space must be struck through in such a manner as to make any later additions impossible.
3. Goods must be described in accordance with commercial practise and with sufficient detail to enable them to be identified

- * Bu belge Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Gümrük Müsteşarlığı müsadesi ile basılmıştır.
- * Printer approved by Prime Ministry, Undersecretariat of Customs of the Republic of Turkey.

A.TR. DOLAŞIM BELGESİ – BOŞ FORM

DOLAŞIM BELGESİ (MOVEMENT CERTIFICATE)



(1) Üye ülke
veya
Türkiye

Insert the
member
State or
Turkey

1. İhracatçı (Ad, açık adres, ülke) Exporter (Name, full address, country)		A.TR No D 0587023	
		2. Taşıma Belgesi (İhtiyari) No (Tarih) Transport document (Optional) No, (Date)	
3. Malın gönderildiği şahıs (İhtiyari) (ad, açık adres, ülke) Consignee (Optional) (Name, full address, country)		4. AET/TÜRKİYE ORTAKLIĞI ASSOCIATION between the EUROPEAN ECONOMIC COMMUNITY and TURKEY	
		5. İhraç Ülkesi Country of exportation	6. Varış Ülkesi Country of destination (1)
7. Taşınmaya ilişkin bilgiler (İhtiyari) Transport details (Optional)		8. Gözlemler Remarks	
9. Sıra No: Item No	10. Kolilerin markaları, numaraları, sayı ve cinsi (dökme mallar için, duruma göre, geminin adı vagon veya kamyonun numarası belirtilecektir); Malların tanımı Marks and numbers; number and kind of packages (for goods in bulk, indicate the name of the ship or the number of the railway wagon or road vehicle); Description of goods		11. Brüt ağırlık (kg) veya diğer ölçüler (hl, m³, v.s.) Gross Weight (kg) or other measure (hl, m³, etc.)
12. GÜMRÜK VİZESİ CUSTOMS ENDORSEMENT Doğruluğu onaylanmış beyan Declaration certified İhraç belgesi Export document (2) Model (Form) No. Gümrük İdaresi Customs Office Çıkış ülkesi Issuing country Yer ve Tarih Place and Date İmza (Signature)		13. İHRACATÇININ BEYANI DECLARATION BY THE EXPORTER Aşağıda imzası bulunan ben, yukarıda, belirtilen malların bu belgenin verilmesi için gerekli koşullara uygun olduğunu beyan ederim. I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate. Yer ve Tarih Place and date İmza (Signature)	

(2) Sadece
ihraç
ülkesinin
talebi
halinde
doldurulur.

Complete
only where
the
exporting
country
requires

Mühür
Stamp

AYDOĞDU OFSET • 309 64 67 (Pbx) • ANKARA

14. KONTROL İSTEMİ REQUEST FOR VERIFICATION, to	15. KONTROLÜN SONUCU RESULT OF VERIFICATION
Bu belgenin doğruluk ve kurallara uygunluğunun kontrolü talep edilir. Verification of the authenticity and accuracy of this certificate is requested. <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div>Yer ve tarih (Place and date)</div> <div>Mühür (Stamp)</div> </div> <div style="text-align: center;">..... İmza (Signature)</div>	Yapılan kontrol bu belgenin (1) Verification carried out shows that this certificate (1) <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="margin-right: 10px;"><input type="checkbox"/></div> <div> Belirtilen gümrük idaresince verildiğini ve içerdiği bilgilerin doğruluğunu was issued by the Customs Office indicated and that the information contained therein is accurate. </div> </div> <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="margin-right: 10px;"><input type="checkbox"/></div> <div> Doğruluk ve kurallara uygunluk koşullarına cevap vermediğini göstermiştir. (Ekteki açıklamalara bakınız.) does not meet the requirements as to authenticity and accuracy (see remarks appended.) </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div>Yer ve tarih (Place and date)</div> <div>Mühür (Stamp)</div> </div> <div style="text-align: center;">..... İmza (Signature)</div> <div style="font-size: small;"> (1) Uygun yere (x) işareti koyunuz. (1) Insert (x) in the appropriate box. </div>
İstemde bulunan idarenin açık adresi Full address of office making the request	

DOLAŞIM BELGESİ İLE İLGİLİ AÇIKLAMALAR

I. DOLAŞIM BELGESİ DOLDURMA KURALLARI

A.TR Dolaşım Belgesi Anlaşmanın yapıldığı dilden biri ile doldurulmalı ve ihracatçı ülkenin iç hukuk hükümleri ile uyumlu olmalıdır. Belge Türkçe doldurulduğunda Topluluğun resmi dillerinden biri ile de doldurulur.

A.TR Dolaşım Belgesi yazı makinesi veya el yazısı ile doldurulur. El yazısı ile doldurulduğu zaman mürekkepli kalem ve büyük matbaa harfleri kullanılmalıdır. Belge üzerinde silinti ve ilaveler bulunmamalıdır. Düzeltmeler yanlışların üzeri çizilmek ve gerekirse doğruları yazılmak suretiyle yapılmalıdır. Bu şekilde yapılan bütün düzeltmelerin belgeyi düzenleyen tarafından imzalanması ve gümrük idaresince tasdik edilmesi gerekir. Eşyanın tanımı bu amaçla ayrılan kutuya boş satır bırakılmadan yazılmalıdır. Kutu tamamen doldurulmadığında, eşyanın tanımına ilişkin son satırın altına boş alan kalmayacak şekilde yatay bir çizgi çekilmelidir.

II. ÇEŞİTLİ KUTULARA YAZILACAK HUSUSLAR

- İlgili kişi veya firmanın tam adı ve adresi yazılır.
- Gerekli görülen hallerde, taşıma belgesinin numarası yazılır.
- Gerekli görülen hallerde, alıcı kişi/kişiler veya firma/firmaların tam adı ve adresi yazılır.
- İhraç ülkesinin adı yazılır.
- Varış ülkesinin adı yazılır.
- Belge kapsamı eşyanın toplam sayısı ile ilgili sıra numarası yazılır.
- Kolilerin marka, numara, miktar ve ambalaj türü ile eşyanın ticari tanımı yazılır.
- 10 nolu kutuda tanımlanan eşyanın kilogram veya diğer ölçüler cinsinden brüt ağırlığı yazılır.
- Gümrük idaresi tarafından doldurulur. Gerekli görülen hallerde, çıkış evrakı ile ilgili (formun cins ve numarası, gümrük idaresinin ve vize edilen ülkenin adı) hususlar yazılır.
- Yer, tarih ve ihracatçının adı yazılır. İhracatçı tarafından imzalanır.

EXPLANATORY NOTES FOR THE MOVEMENT CERTIFICATE

I. RULES FOR COMPLETING THE MOVEMENT CERTIFICATE

The A.TR movement certificate must be completed in one of the languages, in which the Agreement is drawn up and shall comply with the internal laws of the exporting State. When the certificate is completed in Turkish, it shall also be completed in one of the official languages of the Community.

The A.TR movement certificate must be typed or hand-written; if the latter, it must be completed in ink, in block letters. It must not contain any erasure or superimposed correction. Any alteration must be made by deleting the incorrect particulars and adding any necessary corrections. Any such alteration must be initialled by the person who completed the certificate and be endorsed by the customs authorities.

A description of the products must be given in the box reserved for this purpose without leaving any blank lines. Where the box is not completely filled, a horizontal line must be drawn below the last line of description the empty space being crossed through.

II. PARTICULARS TO BE ENTERED IN THE VARIOUS BOXES

- Enter the full name and address of the person or company concerned
- Where appropriate, enter the number of the transport document.
- Where appropriate, enter the full name and address of the person (s) or company (ies) to whom the goods are to be delivered.
- Enter the name of the country from which the goods are exported.
- Enter the name of the country concerned.
- Enter the number of the item in question in relation to the total number of articles on the certificate.
- Enter the marks, numbers, quantity, kind of packages and the normal trade description of the goods.
- Enter the gross mass of goods described in the corresponding box 10 expressed in kilograms or other measure. (hl, m³, etc)
- To be completed by the customs authority. Where appropriate, enter the particulars related to the export document (type and no of the form, name of the customs office and of the issuing country).
- Enter the place and date, signature and name of the exporter.

SİGORTA BELGESİ – BOŞ FORM

Sigorta Firmasının Adı
Sigorta Firmasının Adresi

VERGİ DAİRESİ:
VERGİ NUMARASI:

SİGORTALI :
ADRESİ :
ÇIKIŞ YERİ :
VARİŞ YERİ :
KONŞİMENTO :
AKREDİTİF :
PLAKA / GEMİ :

ACENTA NO :
POLİÇE NO :
TEKLİF TAR. :
YÜKLEME TAR. :
DÖVİZ KURU :
VASITA :
SEFER SAYISI :

SİGORTA KONUSU

MEBLAĞ GBP

Sigortalanan ürünlere ilişkin açıklama (ağırlık ve koli sayısı, değeri)
koli işaret Numaları

Toplam Sigorta Bedeli

Nakliyat PR. %0.300 :

Net Prim :

Gider Vergisi :

Ücret Tutarı : _____

ÖZEL ŞARTLAR

İşbu sigorta ilişik Kamyon Klozu hükümlerine göre akdedilmiştir.Yükleme, aktarma ve boşaltmaya atfedilebilecek rizikolar sigorta teminatına dahildir.

Bu sigorta; ayrıca ekli 1.10.1990 Institute Radioactive Contamination Exclusion kloz hükümlerine tabidir.

İHTARLAR:

..... SİGORTA A.Ş. işbu poliçe/ zeyilname ile yukarıda ayrıntıları yazılı malları tarafların uymayı yükümledikleri ekli şartlar ile bu şartlara nazaran üstün hükümleri olan özel şartlara göre, sigorta prim ve ayrıntıları tutarının ödenmesi karşılığında sigortalı adına ençok..... TL'sına kadar sigorta eder.

Bu poliçe teminatına giren ziya veya hasarın meydana gelmesi halinde genel şartların 22. Maddesi gereğince derhal Şirket Merkezine; yurt dışında en yakın Acenteliklerine ve/veya yetkili Hasar Ekspertiz Bürolarına başvurularak, hasarın ve miktarının bir ekspertiz raporu ile tespit ettirilmesi gerekir.

SİGORTA ETTİREN TANZİM YERİ ve TARİHİ

SİGORTA FİRMASININ ADI

TAŞIMA BELGESİ – ÖRNEK FORM

SHIPPING INSTRUCTIONS			NAME AND ADDRESS OF TRANSPORT/SHIPPING COMPANY	
Shippers name and address [1] (Taşıyıcının Adı ve Adresi) Craft Ceramics Ltd. Unit 5c, Ashnew Industrial Estate Ashnew, County Wicklow, Ireland			BELL LINES	
Consignee's name and address [2] (Alıcının Adı ve Adresi) Kaufstadt AG Central Warehouse Reference MG/17963 Karlsruhe Germany				
Notify address [3] (Acenta Adresi) Impex AG 221 Havenstrasse Hamburg				
Place of receipt [4] (Malların Alınacağı Yer) Ashnew				
First vessel [5] (Birinci Araç) Bell Lines	Port loading [6] (Yüklemenin yapılacağı liman) Waterford			
Port of discharge [7] (Malların Boşaltılacağı Liman) Hamburg	Final discharge [8] (Malların Son Teslim Yeri) Karlsruhe			
Second vessel [9] (İkinci Araç) -----	Port of transport [10] (Aktarmanın Yapılacağı Liman) -----			
Port of discharge [11] (Malların Boşaltılacağı Liman) ----	Place of delivery [12] (Malların Teslim Yeri) -----			
Marks and no's. [14] (İşaret ve Numaralar) Fully addressed Nos. 1-78	Contents no. and seal no. (Mühür ve Damga Numarası) [15]	Quantity and description of goods (Ürüne ve ambalaja ilişkin uyarılar) [16] 78 cardboard cartons containing pottery FRAGILE, HANDLE WITH CARE-KEEP UPRIGHT		
			Tariff no. [19] 691200 500 00	FOB value [20] (FOB Değeri) US \$ 12,075.00

DIMENSIONS OF PACKAGES					
No. of packages (Toplam Koli Sayısı) [22]	Length (Uzunluk) [23]	Breadth (Eni) [24]	Depth (Derinlik) [25]	Measure (Hacim) [26]	Total Measure (Toplam Hacim) [27]
15	45 cm	40 cm	10 cm	0.018	0.27 m3
15	30 cm	15 cm	15 cm	0.007	0.11 m3
24	42 cm	21 cm	15 cm	0.013	0.31 m3
24	30 cm	30 cm	20 cm	0.018	0.43 m3
BILL OF LADING REQUIREMENTS (Konşimento'daki Koşullar) [28]			FREIGHT AND CHARGES (Navlun ve Diğer Giderler) [29]		DOCUMENT ACCOMPANYING CARGO TO PORT OF SHIPMENT(Nakliye ile İlişkin Belgeler) [30]
Total no. required (Konşimento Numarası) [31]	Originals (Aslı) 1Adet	Copies (Kopyası) 3Adet	Freight payable by: Shipper (Taşıyıcı) (Navlunu Ödeyecek Taraf) [35] Charges payable by: (Diğer Shipper) (Taşıyıcı) (Diğer giderleri ödeyecek taraf) [36]		Documents going with cargo to port of shipment(Kargo ile gönderilecek belgeler) Invoice (Fatura)2 Nüsha Packing list (Koli Listesi) (2) Certificate of origin (Menşe Şahadetnamesi)(2) Insurance certificate (Sigorta Belgesi) (1)
We hereby declare the foregoing to be a full and true account of the contents, values, etc., of the goods herein declared. We agree to pay all freight or charges, custom house charges and duties as well as other lawful and customary expenses and also return freight and charges if consignees either decline to receive the goods or refuse or are unable to pay the charges thereon. We understand and accept that all transactions are subject to your standard trading conditions and/or conditions of relevant bill of which we are aware.					
BILLS OF LADING WILL NOT BE RELEASED WITHOUT PRIOR SETTLEMENT OF FREIGHT AND/OR CHARGES			DATED 1 July 20.. ----- SIGNED [37] ----- ON BEHALF OF ----- <i>Craft Ceramics Ltd</i> -----		

AKREDİTİF MEKTUBU – ÖRNEK FORM

<p>Name of issuing bank [1] (Amir Banka) The A.B.C Bank P.O. Box 446 Frankfurt Germany</p>	<p>Irrevocable Documentary Credit</p>	<p>Number [2] (Bankanın Referans Numarası) 1/8578</p>
<p>Place and date of issue Germany, 15 May 2004</p>	<p>Date and place of expiry [3] (Geçerli Olacağı Tarih ve Yer) 31 July 20.. in Dublin</p>	
<p>Applicant [4] (Malların Alıcısı) Kaufstadt AG 1293 Am Werhaam Düsseldorf 4000 Germany</p>	<p>Beneficiary [5] (Lehdar) Craft Ceramics Ltd. Unit 5c, Ashnew Industrial Estate Ashnew, Country Wicklow Ireland</p>	
<p>Advising bank [6] (Muhabir/Lehdar Banka) United Bank of Ireland 33 Stephens Green Dublin 12 Ireland</p>	<p>Amount [7] (Miktar) US dollars thirteen thousand one hundred and fifty only</p>	
<p>Partial Shipments [9] (Parsiyel İzni) Allowed () Not allowed (x)</p>	<p>Transshipment [10] (Aktarmalı Taşıma İzni) Allowed (x) Not allowed ()</p>	<p>Credit available [8] (Ödeme Koşulları) (x) by sight payment () by acceptance</p>
<p>Loading on board/dispatch/taking in charge at/from: [11] (Malların Boşaltılacağı Yer ve Tarih) Ashnew not later than 1 July 20.. For transportation to:[12] (Malların Nereden Gönderileceği) Karlsruhe</p>	<p>against the documents detailed here in () and beneficiary's bill of exchange at SIGHT on the issuing bank for 100% invoice value</p>	
<p>Documents to be presented [13] (Muhabir/Lehdar Bankaya sunulması gereken belgeler)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Signed commercial invoice in duplicate covering shipment of 78 cartons of pottery cups, saucers and plates. b. Packing lists in duplicate. c. Full set of clean on board combined transport bill of lading made to order, blank endorsed and marked "freight prepaid", notify the applicant. d. Certificate of origin in duplicate. e. Insurance certificate for 110% invoice value covering Institute Cargo Clauses "A" and War and Strikes risks. 		
<p>Documents to be presented within 16 days after the date of issuance of the transport documents but within the validity of the credit. (Belgelerin kaç gün içinde sunulması gerektiği)[14]</p>		
<p>We hereby issue the documentary credit in your favor. It is subject to the ICC Uniform Customs and Practice for Documentary Credits (1993 revision, International Chambers of Commerce, Paris, France, Publication No. 500) and engages us in accordance with the terms thereof. The number and the date of the credit and the name of our bank must be quoted on drafts required. If the credit is available by negotiation, each presentation must be noted on the reverse of this advice by the bank where the credit is available.</p>		
<p>This document consists of () signed page (s). Name of Issuing Bank: The A.B.C.Bank</p>		

KAMBIYO SENEDİ –BOŞ FORM

BILL OF EXCHANGE

Amount [1]

(Ödenecek tutar)

Place and date[2]

(Yer ve Tarih)

At sight pay this Bill of Exchange to the order of [3]name of exporter's bank (Muhbir/lehdar Banka), the sum of [4] amount to be paid under the bill (Ödenecek miktar), in words, value received for shipment of [5] general description of the goods being paid for (Ödeme yapılacak mallar), covered by [transport document number] and [credit reference number].

Name of exporter [6]

(İhracatçı)

Authorized signatory/ies [7]

(Firmayı Temsile Yetkili Kişi)

TO [8] **The importer's bank** (Amir Banka)

KAMBIYO SENEDİ –ÖRNEK FORM

BILL OF EXCHANGE

Amount US\$ 13,500.00 [1]

(Ödenecek tutar)

Place and date Ashnew, 1 July 2004 [2]

(Yer ve Tarih)

At sight pay this Bill of Exchange to the order of United Bank of Ireland, [3] (Lehdar Banka) the sum of [4] (Ödenecek miktar) United States dollars thirteen thousand one hundred and fifty only, value received for shipment of [5] (Ödeme yapılacak mallar)78 cartons of pottery tableware.

CRAFT CERAMICS LTD, ASHNEW [6]

(İhracatçı)

Secretary [7] (Firmayı Temsile Yetkili Kişi)

TO [8] (Amir Banka)

A.B.C. Bank

P.O. Box 446

Frankfurt

GERMANY



T.C. BAŞBAKANLIK
DİŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI



T.C. BAŞBAKANLIK
DİŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI
İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi



- ✓ **Yurtdışından gelen ticari talepleri takip etmek istiyorsanız,**
- ✓ **Firmanızı ve ürünlerinizi yurtdışına tanıtmak istiyorsanız,**
- ✓ **Dış ticarete ilişkin mevzuatı takip etmek istiyorsanız,**
- ✓ **Ürün ve ülke araştırmalarıyla pazar tespiti yapmak istiyorsanız,**
- ✓ **Yurtdışı tanıtımında kalite geleneğini fuarlarda yaşatmak istiyorsanız.**

İGEME SİZ İHRACATÇILARIMIZIN HİZMETİNDE

Merkez : Mithatpaşa Cad. 60, 06420 Kızılay/Ankara

Tel: 312-417 22 23 Fax: 312-417 22 33 <http://www.igeme.org.tr> E-Mail: igeme@igeme.org.tr

Marmara Bölge Müdürlüğü : Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii, Sanayi Cad.

D Blok 4. Kat Yenibosna / Bahçelievler / İstanbul

Tel: 212-454 08 00 Fax: 212-454 08 01 E-Mail: igemeist@igeme.org.tr

Ege Bölge Müdürlüğü : Atatürk Cad. No:382, 35220 Alsancak/İZMİR

Tel: 232-488 60 00 Faks: 232-488 61 27 E-Mail: igemeege@igeme.org.tr

KKTC Temsilciliği : Sakarya Sokak Mertcan 5 Apt. No:22 K:3, Köşklüçiftlik/Lefkoşa-KKTC

Tel: 392-227 11 76 - 228 51 56 Fax: 392-227 20 31 <http://www.igemekktc.org> E-Mail: igemekktc@igeme.org.tr

Hollanda Ofisi : Turkish Trade Promotion Office (TTPO), P.O.Box: 2396, 3000 CJ Rotterdam/The Netherlands

Tel: 31-10-412 42 12 Fax: 31-10-413 65 54 <http://www.ttpnl.org> E-Mail: ttpo.igeme@planet.nl