



İhracata Yeni Girişecekler İçin Rehber

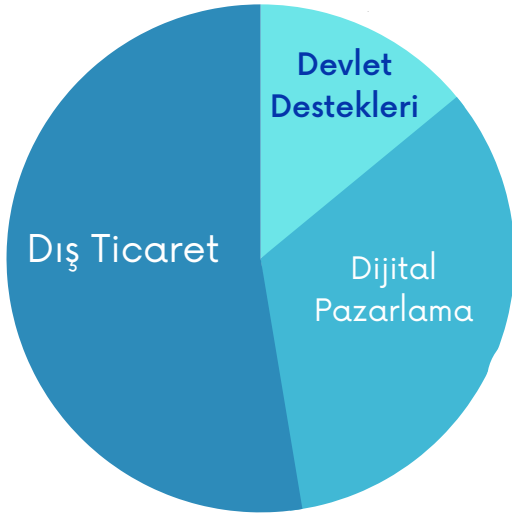


İÇİNDEKİLER

- 1.Önsöz
- 2.İhracatta İlgili Paydaşlar
- 3.İhracat Birimini Oluşturmak
- 4.İhracata Uygun Kalitede Üretim Yapmak
- 5.Nasıl İhracatçı Olunur?
- 6.İhracatın Finansmanı
- 7.İhracatta Riskleri Yönetmek
- 8.Hedef Pazarları Belirlemek ve Pazar Araştırması Yapmak
- 9.Dış Ticarete Teslim Şekilleri
- 10.Dış Ticarete Ödeme Şekilleri
- 11.Yeni Nesil Dış Ticaret: İhracatta Dijital Pazarlama
- 12.İhracata Yönelik Devlet Destekleri
- 13.Farklı Kültürleri Anlamak
- 14.Yabancı Alıcının Güvenilirliği
- 15.Ticari Anlaşmazlıkların Çözüm Yolları
- 16.Ticari Yaptırımlar
- 17.Hizmet Ticareti
- 18.Uluslararası Kuruluşlar ve Kalkınma Bankaları
- 19.Gümrük Birliği ve Serbest Ticaret Anlaşmaları
- 20.Dış Ticarete İlgili Kurumları Tanımak
- 21.Dış Ticarete Kullanılan Belgeler
- 22.Yeşil Dönüşüm
- 23.Teminat Sözleşmeleri
- 24.Nakliyat Sigortaları
- 25.Dış Ticaret Müzakereleri
- 26.Sözleşmeler ve Yazışmalar
- 27.Fuarlar
- 28.Ticari İstihbarat
- 29.Sahtecilik ve Dolandırıcılık

İhracat Mentorunuz

Küresel pazarları kazanmada devlet destekleri, dijital pazarlama ve ihracat danışmanlığıyla yanınızdayız.

[Bize Ulaşın](#)

İŞLETMENİZ EN ÇOK NEYE İHTİYAÇ DUYUYOR?

İşletmelerin

- %15'i devlet destekleri,
- %35'i dijital pazarlama,
- %55'i dış ticaret

konusunda desteğe ihtiyaç duyuyor.

BİZİ TANIYIN

İhracat Mentorunuz BAZ Girişim 2021 yılında Ankara'da ülkemiz firmalarına küresel pazarları kazanmada devlet destekleri, dijital pazarlama ve ihracat danışmanlığı hizmetleri sunmak üzere kurulmuştur.



ÖNSÖZ



Dünya ekonomisinde dış ticaretin payı giderek artıyor. Ekonomiler birbiriyle daha fazla iç içe geçiyor. Firmaların faaliyetlerini ulusal sınırların ötesine taşımasının önemi giderek artıyor.

BAZ Girişim olarak dış ticaret alanındaki uzun yıllara dayanan tecrübemizi firmaların hizmetine sunmak için yola çıktık. Firmaların genel olarak ihracat, dijital pazarlama ve devlet desteklerini kullanmada sorunlarla karşılaştığını görüp firmalara bu konularda destek verebilecek entegre bir yapı geliştirdik.

Bu noktada, ihracata girişmeyi düşünen ama nereden başlayacağını bilemeyen firmalar için el kitabı olabilecek nitelikte "İhracata Yeni Girişecekler İçin Rehber" yayını hazırladık.

Rehberde, ihracata ilişkin temel başlıkları belirleyerek en özet ve anlaşılır haliyle sunmak istedik. Rehberin ülkemizin ihracatına katkı sağlamasını ümit ediyoruz.

Saygılarımla,

Abdullah OSKAY
BAZ Girişim Kurucusu





İHRACATTA İLGİLİ PAYDAŞLAR

İhracata başlamak, birçok farklı uzmanlıktan kişi ve kurumla çalışmayı gerektirir. Bunları kısaca özetlemek gerekirse,

Banka: Para transferi, ihracatın en önemli kısmıdır. Bankalar para transferinde aracı kuruluşlardır. Bunun yanı sıra, bankaların alıcı firmaların güvenilirliğini araştırmada da önemli rolleri vardır.

Sigorta: Ticarete konu malların taşıma esnasının her anında sigortalanması önemlidir. Bazı ülkelerin ithal edilecek ürünlerde yalnızca kendi ülkelerinin sigorta şirketinin kullanılması zorunluluğu gibi hususlarla karşılaşılabilir. İyi bir sigortacı ile çalışmak önemlidir.

Gümrük Müşaviri: Firmalar gümrük işlemlerini kendileri de yapabilir ama Türkiye'de dış ticaretin %92'si gümrük müşavirleri tarafından yapılmaktadır. Kötü bir gümrük müşavirinin yapacağı hatayla firmanız karşılaşacağı maddi cezalarla kapanma noktasına kadar gelebilir.

Ticari İstihbarat Uzmanları: Firmanın uluslararası pazarlara açılmasında yaptıkları ticaretin stratejisinin belirlenmesinde gerekli araştırmaları yapan kişi ve kurumlardır.

Taşıma Şirketleri: Dış ticarete eskiden limandan limana taşıma yapılırken giderek kapıdan kapıya taşıma yapılmaya başlanmıştır. Artık taşıma şirketleri ve taşıma şirketi komisyoncuları ürününüzü fabrikadan alıp nihai alıcıya teslim edecek şekilde çalışmaktadır.

Mali Müşavir: İhracatta KDV iadesi, ihracat faturalarının düzenlenmesi, ihracat kapatmalarının gerçekleşmesi gibi hususlarda faaliyet gösteren uzmanlardır.

Gözetim ve Denetim Firmaları: İhraca konu ürünün sözleşmede belirtildiği kalite ve şekilde yüklenip yüklenmediğini tespit eden kuruluşlardır.

Başarılı bir ihracat operasyonu, firma bünyesindeki dış ticaret biriminin tüm diğer ekiplerle ve ayrıca danışmanlık ve hizmet sağlayan tüm bu ekiplerin etkili bir koordinasyonu ile gerçekleşebilir.



İHRACAT BİRİMİNİ OLUŞTURMAK

İhracat başarısı için takım çalışması kritik bir faktördür ve bu başarıyı elde etmek için ekip içi işbirliği ve koordinasyonun sağlanması gerekmektedir.

İhracata başlamak isteyen firmaların ilk aşamada dış ticaret felsefesini tüm kurumun özümsemiği bir yapı haline getirmesi gerekmektedir. İhracat demek ihracata uygun kalitede ve gereklilikte üretim, satış, pazarlama ve satış sonrası destekleri içeren bir yapıda kurgulanmalıdır. İhracat biriminin sürekli gelişimi benimsemesi, farklı ticari istihbarat ve pazarlama tekniklerini bünyesine uyarlaması, hem sektörel hem makro bazda dış ticaretin stratejisini belirleyecek çerçeve ve derinliğe sahip olması gerekmektedir. Bunun ardından, dış ticaret operasyonları için aşağıdaki yollardan birisi seçilerek ilerlenmelidir.

- **Kendi bünyesinde dış ticaret birimi oluşturmak:** Firmaların önemli bir kısmı kendi bünyesinde dış ticaret birimi kurmaktadır. Bu birimde, dış ticaret operasyonlarına hakim, farklı kurumlarda bu alanda çalışmış kişilerden yararlanılması, dünyayı ve farklı kültürleri bilen kişileri bu yapı bünyesinde istihdam etmesi önemlidir.
- **Dış ticaret departman hizmeti alınması:** Firmaların kendi bünyesinde dış ticaret birimi kurmak yerine bu hizmeti sağlayan yapılardan hizmet alması mümkündür. BAZ Girişim'in de firmalar için dış ticaret departman hizmeti bulunmaktadır.
- **Genel Nitelikli Dış Ticaret Şirketleri, Konsorsiyum ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri:** Bu nitelikteki firmalar, ülkemizdeki üretici firmalarla anlaşarak belirli bir komisyon almak veya üstüne koymak kaydıyla ürünleri uluslararası alanda pazarlamaktadır.



İHRACATA UYGUN KALİTEDE ÜRETİM YAPMAK

İhracata başlarken en önemli hususlardan birisi dış pazarlara beklentilerine uygun üretim yapmaktır. İhracat, ülke içinde bugüne kadar bildiğimiz konulardan birçok boyutuyla farklılaşmaktadır. Dış pazarlara uygun üretim yapmak, iki nedenle zorunlu olmaktadır.

Birincisi, eğer bir kurumun tedarikçisi olarak ürünlerinizi üreteceksiniz, bu kurumlar sizden belirli standartlarda ve kalitede üretim yapmanızı, bunu uygunluk ve kalite belgeleriyle belgelendirmenizi isteyecektir. Bazı durumlarda bu durum, tedarik yapacağınız firmaya da ülkesindeki mevzuatlar tarafından zorunlu kılınmaktadır. Bazı ülke ve bölgelere satışta ise, belirli teknik düzenleme ve standartlar gerekli olabilmektedir. Bu durumun ileri düzeyde olması ticarete teknik engel olarak isimlendirilmektedir.

Dış pazarlara uygun üretim yapmanın ikinci nedeni ise farklı pazarlara uygun üretim yapmak zorunluluğundan gelmektedir. Kültür, tat, koku, iklim, giyim-kuşam gibi çok farklı nedenlerle ürün veya hizmetin farklı pazarlara uyumu gerekebilir. Firmaların ihracattan uluslararası pazarlamaya geçişte anlaması gereken en önemli husus, ihracata uygun ar-ge ve ür-ge yapabilecek kapasiteyi kurması ve ihraç pazarlarının istediği kalite üretim yapmasıdır.

Uluslararası pazarlara açılmak için doğru adımlar atmak, ihracatçı olmanın yasal gereklilikleri sağlamaktan daha önemli ve zordur.

İhracatçı olmak zor gibi düşünülse de, vergi numarasına sahip gerçek veya tüzel kişiler veya tüzel kişi statüsü olmasa da hukuki tasarruf yapma yetkisine sahip ortaklıklar aşağıdaki şartları sağlamaları kaydıyla ihracatçı olabilir.

- İlgili İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği'ne üye olmak.
- Bilge Kullanıcı Kodunu Almak
- Gümrük işlemlerini kimin yapacağına karar vermek
 - Bütün kişiler, gümrük mevzuatı ile öngörülen tasarrufları ve işlemleri kendileri yapabileceği gibi bu işlemleri gerçekleştirmek üzere bir temsilci tayin edebilirler.
 - Yüklümlü Kayıt Takip Sistemine firma ve vekalet(temsil) bilgilerini kaydetmek
 - İhraç edilecek ürünün GTİP'ini tespit etmek. Tarife, uluslararası eşya sınıflandırma ve vergilendirme cetvelidir. Her eşyanın Türk Gümrük Tarife Cetveline göre 12 rakamlı bir Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) altında beyan edilmesi gerekmektedir. 21 bölüm, 99 fasıl ve yaklaşık 18.000 kalemden oluşur. Örnek; 0703.10.19.00.11 – Kuru soğan. <https://uygulama.gtb.gov.tr/Tara> adresinden GTİP tespit etmek için faydalanabilirsiniz.
 - Tarım, zirai karantina, veterinerlik, vb. gibi ilgili kurumlardan gerekli izinleri almak. Bunun için ihracı ön izne bağlı mallar listesini inceleyebilirsiniz.

İHRACATIN FİNANSMANINI YARATMAK

İhracata başlamak, finansal okur-yazarlık alanında yetkinleşmenizi de gerektirir ve sizi bu alanda da geliştirir.

İhracatın finansmanı en önemli hususlardan birisidir. İhracat finansmanında alıcınızın peşin ödemesi yoluyla üretim için gerekli maddeleri temin edebilir, alıcınızın açacağı rotatif akreditifler gibi yöntemleri seçebilirsiniz.

İhracatın finansmanı için diğer bir husus ise, ihracatı artırmak için çalışan finans kurumlarından destek alma yoludur. Birçok ülkenin ihracat ve ithalat kredilerinde uzmanlaşmış EximBank'ları bulunur. Ülkemizde EximBank tarafından dış ticaretin geliştirilmesi amacıyla farklı kredi ve teminat mekanizmaları geliştirilmiştir. Bu mekanizmalardan etkili bir şekilde yararlanabilirsiniz.

İhracatı Geliştirme A.Ş. de son dönemde ihracatın finansmanı amacıyla kurulmuş bir yapıdır. Geleneksel bankaların ihracatın finansmanına ayırdığı krediler az olduğu için İGE A.Ş. benzeri yapılar ortaya çıkmakta ve sadece ihracat finansmanında uzmanlaşmaktadır. İGE A.Ş.'ye başvurarak 2 dakika içinde ihracat finansmanına erişip erişemeyeceğinizi anlayabilirsiniz.

Bunun yanı sıra, faktoring, leasing ve forfaiting gibi mekanizmaları da kullanarak ihracat finansmanı yaratabilirsiniz. Faktoring, vadeli ihracat gelirinizi faktor şirkete kırdırma sistemidir. Örneğin 3 ay vadeli 100 bin dolar alacağınızı faktoring şirketine devrettiğinizde size alacağınızın riskini hesaplayıp hemen mesela 95 bin dolar ödeyecektir.

Leasing, gelişmiş ülkelerin yatırım mallarını geliştirmekte olan ülkelerdeki yatırımcılara genelde beş yıl süre ile kiraladığı yöntemdir. Bu yolla ihracat artırılmaya çalışılır.

Forfaiting ise ithali istenen bir yatırım malı bedelinin bu malın ekonomik ömrüne yayılarak taksitlerle ihracatçıya ödenmesidir. Dış ticaretteki payı%1'ler seviyesindedir.

İHRACATTA RİSKLERİ YÖNETMEK



İhracatın finansmanında önemli diğer hususlardan birisi de riskleri yönetmektir. İhracatta riskler üç türdür.

Mala İlişkin Riskler: Mala ilişkin riskleri yönetmek için satış sözleşmelerinde teslim şekillerinin iyi bilinmesi ve belirlenmesi gereklidir. Hasar ve yararın geçeceği noktalar net olarak belirlenmelidir. Malların fabrikadan alıcıya kadar ulaşmasındaki her anına ilişkin sigortanın yapılması ve sigorta yapılırken sigortanın neleri kapsayıp kapsamadığının net olarak anlaşılması önemlidir.

Ödemeye İlişkin Riskler: Ödemeye ilişkin riskler ödeme sistemleri, akreditif, havale, ülke ve firma istihbaratı, ihracat kredi sigortası ve reinsurance ile yönetilir. Ödemeye ilişkin riskleri yönetmek için alıcının bankalar, ticaret müşavirlikleri, ticaret odaları internet ve diğer kanallar aracılığıyla iyice araştırılması gereklidir. Akreditif, maliyetli ama en güvenli ödeme aracıdır. Kredi sigortası ve karşı garanti gibi uygulamalar da ödemeye ilişkin riskleri yönetmekte önemli araçlardır. Firma istihbaratı için ise son üç yıldaki hesap hareketlerinin istenmesi, Ticaret Odasından kapasite raporu alınması, bağlı bulunduğu işadamları derneklerinden referans istenmesi, ticaret müşavirliği kanalıyla araştırma yaptırılması mümkün olabilmektedir.

Kura İlişkin Riskler: İhracatçılar zaman zaman özellikle vadeli alacaklarında kur riskine katlanmak zorunda kalmakta, kimi zaman açık pozisyonda yakalanmaktadır. İhracatçılar, ihracat tutarını forward sözleşme ile TL'ye veya başka bir döviz cinsine sabitleyebilir. Vadeli ithalatçılar da aynı şekilde forward işlemi kullanabilir. En yaygın hedging işlemleri forward, swap, futures ve opsiyondur.

- Swap: Bir vadenin başka bir vade ile değiştirilmesidir.
- Forward: Bir döviz cinsinin anlaşma yapıldığı tarihte belirlenen kurdan alınıp satılmasıdır.
- Option: Belirli bir kıymetin belirli bir tarihte veya öncesinde belirli bir fiyattan alınıp satılmasıdır.
- Futures: Belirli bir kıymetin sabit fiyat üzerinden bir zaman dilimi içinde alınıp satılmasıdır.

HEDEF PAZARLARI BELİRLEMEK VE PAZAR ARAŞTIRMASI YAPMAK

“Hedef pazarları belirlemeden dünyaya açılmaya çalışmak, dünyanın tüm dillerini öğrenmeye çalışmak gibi beyhude bir çabadır.”

Hedef Pazarları Belirlemek

Hedef pazarları belirlemek günümüzde oldukça kolaylaşmış durumdadır. Bunun için yapılması gereken gümrük müşavirinizden ürünün GTİP'ini aldıktan sonra TradeMap ve Kolay İhracat gibi ücretsiz platformlardan ürüne ilişkin pazarları kolayca çekmektir. İhracat robotu gibi uygulamalarla, dünyada ve ülkemizin dış ticaretin ürününüzün ticaretinin yönlerini hızlıca öğrenebilirsiniz.

Yurtdışı Pazar Araştırması Yapmak

Hedef pazarları belirledikten sonra ise, bu pazarlarda yurtdışı pazar araştırmasıyla derinleşmeye yönelik çalışmalara girişmek gerekmektedir. Yurtdışı pazar araştırmalarında ana başlıklar aşağıdaki gibi olabilir.

- Hedef pazarın büyüklüğü ve potansiyeli
- Pazarın yapısı, özellikleri ve trendleri
- Pazara ilişkin mevzuat ve düzenlemeler
- Vergi, gümrük ve kambiyo mevzuatı
- Rekabet koşulları ve rakiplerin durumu
- Kültür ve dil farklılıkları
- Lojistik ve taşımacılık imkanları



DIŞ TİCARETTE TESLİM ŞEKİLLERİ

Dış Ticarete Teslim Şekilleri, Milletlerarası Ticaret Odası tarafından hazırlanıp güncellenen INCOTERMS'ler ile belirlenir. En son çıkan INCOTERMS 2020 olmasına rağmen hala yaygın olarak INCOTERMS-2010'a atıf yapılmaktadır. Teslim şekilleri, malın yarar ve zararının ne zaman satıcıdan alıcıya geçtiğini gösterir. Müzakereler esnasında bu kavramların bilinmesi ve sözleşmelere bilinmeyen kavramların eklenmemesi önemlidir. En yaygın kullanılan teslim şekli kavramı FOB (Güvertede Teslim) ve CIF (Cost-Insurance-Freight)'tir. Diğer bir kavram EXW'nün anlamı ise fabrika çıkışında teslimdir. Teslim şekillerinde taşıma, elleçleme ve sigortanın maliyetinin kimin tarafından üstlenileceği belirtilir. Bazı teslim şekillerinde sigortanın iki taraf tarafından üstlenmediği kısımlar da olabilir. Sözleşme müzakerelerinde bu hususların kapsamlıca gözönünde bulundurulması, imzadan önce gerekirse bir uzmandan destek alınması önemlidir. Aşağıda INCOTERMS-2010'a göre hazırlanmış alıcı-satıcı sorumluluğunu gösteren tablo bulunmaktadır.

INCOTERMS
TARAFLARIN SORUMLULUKLARI VE MASRAFLARIN PAYLAŞIMI

	Incoterms 2010	Mal Bedeli	Kontrol Ambalaj ve İşaretleme	Çıkış Gümrük işlemleri, lisans ve izinler	İhracat vergi resim ve harçlar	Yükleme	Taşıma Ücreti	Sigorta	Boşaltma	Varış gümrük izinleri, lisans ve izinler	İthalat vergi resim ve harçlar
1	EXW	S	S	A	A	A	A	-	A	A	A
2	FCA	S	S	S	S	A	A	-	A	A	A
3	CPT	S	S	S	S	S	S	-	A	A	A
4	CIP	S	S	S	S	S	S	S	A	A	A
5	DAT	S	S	S	S	S	S	-	S	A	A
6	DAP	S	S	S	S	S	S	-	A	A	A
7	DDP	S	S	S	S	S	S	-	A	S	S
8	FAS	S	S	S	S	A	A	-	A	A	A
9	FOB	S	S	S	S	S	A	-	A	A	A
10	CFR	S	S	S	S	S	S	-	A	A	A
11	CIF	S	S	S	S	S	S	S	A	A	A

A- ALICI S-SATICI

A photograph showing four people in a meeting. On the left, a man with a beard and glasses is speaking. Next to him is a man with curly hair. On the right, a woman with blonde hair is listening. They are all looking towards the left side of the frame.

DIŞ TİCARETTE ÖDEME ŞEKİLLERİ

Dış ticaret, ũlkeler arasındaki ticari iőlemlerdir ve ödeme yŕntemleri de bu işlemler için oldukça önemlidir. Dış ticarettde kullanılan ödeme yöntemleri, satıcının ve alıcının risklerini minimize etmek için kullanılır. Dış ticarettde kullanılan ödeme yöntemleri arasında açık hesap, tahsilat ve ödeme, akreditif, banka garantisi ve önceden ödeme yöntemleri bulunur.

Açık hesap yöntemi, satıcının malları gönderdikten sonra belirli bir süre içinde ödeme yapılması anlamına gelir. Bu yöntem, satıcının müşteri güvenini kazanması için kullanılır, ancak alıcının ödeme riskini artırır.

Tahsilat ve ödeme yöntemi, alıcının ödeme yapmadan önce malları alması ve daha sonra ödeme yapması anlamına gelir. Bu yöntem, satıcıya mallarını gönderdikten sonra ödeme garantisi verir, ancak alıcıya ödeme yapmadan önce malı kontrol etme fırsatı verir.

Akreditif yöntemi, alıcının bankasının satıcının bankasına ödeme yapması için talimat verdiği bir yöntemdir. Bu yöntem, satıcının ödeme garantisi sağlar, ancak alıcının ödeme yapmadan önce malı kontrol etme fırsatı yoktur.

Banka garantisi yöntemi, satıcının ödeme garantisi alması için bir banka tarafından sağlanan bir yöntemdir. Bu yöntem, satıcının malı göndermeden önce ödeme garantisi almasını sağlar.

Önceden  deme yöntemi, alıcının malları ödeme yapmadan önce satıcıya ödemesini sağlayan bir yöntemdir. Bu yöntem, satıcının ödeme garantisi almasını sağlar ve alıcının ödeme riskini minimize eder.

Dış ticarettde kullanılan ödeme yöntemleri, satıcı ve alıcı arasındaki riskleri minimize etmek için kullanılır. Her yöntemin kendine özgü avantajları ve dezavantajları vardır ve doğru yöntem seçimi, iőlem için önemlidir.

“İhracatın doğası hızlı bir değişim içinde. Artık müşteriye bulan değil, müşterinin sizi bulduğu dijital pazarlama stratejileri ile ilerlemek tercihten öte zorunluluk.”

1990'larda fuarlara kataloglar çuvallarla taşınır ve dağıtılırdı. Herkes çantasına katalogları doldurur ve giderdi. Sonra kataloglar hızla e-postalara girdi. Şimdi kataloglar da iş kartları da QR kodlarında. 2000'li yıllarda başlayan dijital pazarlama çalışmalarının etkisi giderek daha fazla pazarlama bütçelerinde yer buluyor. Potansiyel müşteri adayı bulma denilen "lead generation" ve potansiyel müşterilerle temasa geçecek çağrı merkezlerinin önemi giderek artıyor. İhracat pazarlaması artık önemli oran dijitalle kaymış durumda.

Dijitalde reklamlar ucuz, etkili ve ölçülebilir. Dijitalde aynı zamanda LinkedIn ve Instagram üzerinden otomasyon programlarıyla B2B pazarlaması için de elverişli imkanlar sunuyor. E-posta pazarlaması ölüyor, öldü denilse de hala önemli potansiyelleri içinde barındırıyor. Eskiden bildiğimiz Ticaret Müşavirlerinden derlenen listelerle iş yapmanın önemi ise giderek azalıyor.

Türkiye'de ihracata yönelik dijital pazarlama yapabilecek ajans sayısı oldukça kısıtlı. Google, Meta, Amazon, vb. tüm dijital mecralar için entegre reklam yönetimi yapabilecek ajanslara ihtiyaç büyük. Bu noktada, iletişim ajansıyız diye size gelenler, üç post hazırlarız, bedeli şu kadar dediklerinde "Posting is not marketing" deyip etkili dijital pazarlama stratejileri talep edin ve lütfen bilenlerle çalışın.

İHRACATA YÖNELİK DEVLET DESTEKLERİ



“Devlet desteklerine güvenmeyin,
devlet desteklerinden mahrum kalmayın.”

Türkiye'de devlet destekleri oldukça çeşitlidir. Bu durum aynı zamanda bu desteklerden yararlanacak firmalarda da kafa karışıklığına neden olabilmektedir. İhracata yönelik devlet destekleri kabaca aşağıdaki gibidir:

KOSGEB tarafından verilen destekler: KOBİ niteliğinde firmalara fuar destekleri ve yurtdışı pazar araştırması destekleri sağlanmaktadır.

Ticaret Bakanlığı tarafından verilen destekler: Ülkemizde dış ticaretten sorumlu ana kuruluş Ticaret Bakanlığıdır. Ticaret Bakanlığı tarafından verilen destekleri aşağıdaki başlıklar halinde incelemek mümkündür.

- Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi
- Mal ihracatına ilişkin destekler
- Hizmet ihracatına ilişkin destekler
- E-ihracata ilişkin destekler

Bunların yanısıra, Ticaret Bakanlığı tarafından Dahilde ve Hariçte İşleme gibi rejimler kapsamında dış ticarete gümrük vergisinin askıya alınması gibi usullerle işleyen sistemler de bulunmaktadır.

Bu desteklerden etkili bir şekilde yararlanarak firmalarınızı uluslararası alana konumlandırmanız mümkündür. Unutmayın: Almadığınız her destek, rakiplerinize borç verdiğiniz rekabet gücünüzdür.

“İran'da anlaşma imzadan sonra müzakere edilir.”

İhracata başlarken farklı kültürleri bilmek ve bu kültürlere uygun iş yapmak önemlidir. Her kültürde hediyeleşme, müzakere, sözleşmelere sadakat, kelimelerin ve vurguların farklı anlamlara gelmesi, dakiklik, rahatlık, iş konuşulacak yerlerin farklı olması gibi hususlar bulunabilmektedir.

Genel olarak, dünya haritasını gözünün önüne getirdiğinizde

- Doğunun rengi kırmızı, batının rengi mavi, Ortadoğu'nun rengi bu ikisinin karışımları, Afrika'nın rengi kahverengidir. Örneğin Arapça'da deve tüyünü anlatan 40 farklı renk vardır. Bu durum, tasarımdan dünyayı anlamlandırmaya kadar birçok alanda iş yapışı etkilemektedir.
- Uygarlıkların ana besin kaynakları Asya'da pirinç, Avrasya'da buğday, Amerika'da mısırdır.
- Yazılı sözleşmeler Batı'da tamamen bağlayıcı görülürken Doğu'ya gidildikçe bağlayıcılığın azaldığı görülür.
- Doğuya söz, Batıya göz medeniyeti denir.

İş yapılırken tüm bu hususları gözönünde bulundurmak, dünyayı bilen, tanıyan insanlarla ihracata açılmaya çalışmak bu nedenle önemlidir.

“Yanlış kişilerle iş yapmak paradan daha önemlisi itibar kaybettirir.”

Yabancı Alıcının Güvenilirliği Nasıl Araştırılır?

Alıcı firmadan finansal durumunu belgelemesi istenebilir.

İhracatçı, bankası aracılığıyla alıcının bankasından alıcıya ilişkin bilgileri isteyebilir. Alıcının bankasının garantisini almayı deneyebilir.

Firmaya ilişkin profil bilgileri, ortaklık yapısı, faaliyetleri, sektördeki yeri, mali yapısı, bankalarla ilişkisi, borç/alacak ilişkisi, ticari saygınlığı ve elbette kredibilitesi araştırılmadan işe başlanmamalıdır.

Firmanın varsa TR'deki daha önce iş yaptığı referansları ile görüşülebilir.

EXİMBANK aracılığıyla ihracat faktoringi yaptırılabilir. Bu sayede EXİMBANK, firmaya ilişkin ticari istihbaratı kendi kanalları ile yapacaktır.

Ticaret Müşavirlik ve Ataşelikleri ile temasa geçerek bilgi edinilebilir.

Alıcı firmanın bağlı olduğu Ticaret ve Sanayi Odasından bilgi edinilebilir.

“Ticari anlaşmazlıkların önlenmesinin en etkili yolu, etkili danışmanlık almaktır.”

- Bazı ülkeler, sözleşmede yer alsa bile alternatif çözüm yollarını kabul etmemektedir.
- TR'de kural olarak ulusal hukukumuz gerekse uluslararası anlaşmalar ticaretten doğan uyuşmazlıkların halli konusunda taraflara tam bir serbesti tanımıştır.
- Satım sözleşmesi iyi yapılmalıdır.
- Sevk öncesi gözetim ve muayene yapılmalı, gerekli kalite ve yükleme belgeleri alınmalıdır.
- Mümkünse peşin ödeme veya akreditifli ödeme tercih edilerek risk en aza indirilmelidir.
- Ticaret Müşavirlik ve Ataşeliklerinden gerekirse anlaşmazlığın çözümü için destek istenebilir.
- Tahkim maddesi veya ayrı bir ek tahkim sözleşmesi, satış sözleşmesine eklenmelidir.
- Tüm bunlardan çözüm alınmazsa, yargı yoluna gidilmelidir.

“Yaptırımlar ticareti durdurmaz. Sadece maliyetini artırır.”

Yaptırımlar siyasi hedeflerinin yanı sıra giderek önemi artan bir şekilde dış ticarete korunma aracı haline geliyor.

Her Alan Yaptırım Kapsamında mı?

Bazı alanlar her şekilde yaptırım dışında kalıyor. En dar anlamda gıda, ilaç, hijyen ürünleri denilen insani ticaret dediğimiz kısım, belirli şartlar dahilinde yine yaptırım dışında kalıyor.

Bazen şirketler, yaptırımlara uymayıp sorunlarla karşılaşabiliyor. "Benim ABD ile işim yok" deyip ticaret yapan birçok firma, sonrasında parasının bloke edilmesi, dolar hesaplarının kapatılması, ticari hayatının son bulması gibi hususlarla karşılaşabiliyor.

Yaptırımlar, finansal atom bombaları gibi

Ticaretin en önemli mekanizması para transferi. Para transferi için otoyollar, dolar ile kurulmuş. Dünya ticaretinin kabaca yüzde 60'ı dolar ile yapılıyor. Bunun yanı sıra Euro, Japon Yeni, Yuan gibi rezerv para birimleri de var. Ülkeler, finansal sistemdeki ağırlıklarını yaptırımlarda kullanıyor.

Yaptırım uygulanacak firmalar nasıl belirleniyor?

Genelde yaptırımlarda en önemli takip SWIFT üzerinden yapılıyor. Bunun dışında yaptırım uygulayan ülkeler, farklı istihbari kaynaklar kullanarak da yaptırımları delen kişi ve kurumları takip edebiliyor.

Firmaların, yaptırımlara ilişkin de nitelikli destek alması firmanın ve yöneticilerinin ileride sorunlarla karşılaşmaması için oldukça önemli.

HİZMET TİCARETİ



Dünyada hizmet devrimi yaşanmaktadır. Küresel gayri safi yurtiçi hasılanın (GSYİH) ve istihdamın üçte ikisini hizmet sektörleri oluşturmaktadır. Ülkemiz, doğal kaynak yönünden genel olarak zayıf bir konumdadır. Ülkemiz bu zaafiyetini hizmet sektörlerinde uzmanlaşmaya giderek kapatmaya çalışmaktadır. Kronik dış ticaret açığı veren ülkemizin hizmet ihracatı gelirlerinin de dış ticaret açığının kapatılmasına katkıları olması beklenmektedir. Bu hususlar doğrultusunda, Türkiye'de Ticaret Bakanlığı bünyesinde Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü kurulmuş durumdadır. Türkiye'nin belli başlı hizmet sektörlerini ele alırsak,

- **Eğitim sektörü:** 300 binden fazla yabancı öğrenci Türkiye'de eğitim almakta, bu sayının bir milyona ulaşması hedeflenmektedir.
- **Sağlık turizmi sektörü:** Türkiye'de sağlık turizminde dünyada önde gelen ülkelerden birisi haline gelmiştir.
- **Film ve dizi sektörü:** Türkiye, ABD'den sonra en fazla film ve dizi ihracatı gerçekleştiren ülke konumundadır.
- **Yurtdışı Müteahhitlik Sektörü:** Türk Müteahhitlik Sektörü, ENR listesine her yıl Çin'den sonra en çok firma sokan ülkedir.
- **Gayrimenkul Sektörü:** Türkiye, gayrimenkul alanında dünyada önde gelen ülkeler arasına girmiştir.

Türkiye'de hizmet sektörlerine sağlanan devlet destekleriyle Türkiye'nin hizmet sektörlerinin önümüzdeki dönemde giderek güçleneceği görülmektedir. Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğünün yapılanması aşağıdaki gibidir.



“Uluslararası ticari kuruluşlar, ticaretin düzenlenmesi ve kolaylaştırılması için kritik önemdedir.”

Dünya ticaretini düzenleyen uluslararası kuruluşlar bulunmaktadır. Bunların en önemlileri Dünya Bankası, IMF ve Dünya Ticaret Örgütüdür. Dünya Bankası altyapı yatırımlarına kredi verir. IMF, ödemeler dengesi krizi yaşayan ülkelere krediler sağlar.

Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) ise dış ticaretin belkemiğini oluşturan yapıdır. 1995'te kurulmuştur. Halen 160 civarında ülke DTÖ'ye üyedir. DTÖ, ülkeler arası ticaretin belirli kural ve ilkeler etrafında yürümesini sağlar. Bu ilkeler aşağıdaki gibidir:

- MFN - En Çok Kayrılan Ülke Şartı: Bir ülkeye verilen gümrük vergisi indirimi, tüm ülkelere sağlanmalıdır.
- Ulusal Muamele Kuralı: Gümrük vergisi ödenip ülke içine giren mala ayırımcı uygulama yapılmamalıdır.

DTÖ bünyesinde farklı anlaşmalar vardır ve ülkeler bu anlaşmaların dilediğine imza koyar. Bu anlaşmalar aşağıdaki gibidir.

- GATT: Mal ticaretini düzenler.
- GATS: Hizmet ticaretini düzenler.
- TRIPS: Fikri Mülkiyet Haklarını Düzenler
- Anlaşmazlıkların Halli Mekanizması
- TPRM: Ticaret Politikası Gözden Geçirme Mekanizmalarını düzenler.
- Kamu Alımları: TR taraf değil.

Birleşmiş Milletler'e bağlı uzmanlık kuruluşları da dünya ticaretinde önemli rol oynar. Örneğin BM Gıda ve Tarım Örgütü, açlıkla mücadele için ihaleler düzenler. UNCTAD, teknik işbirliği ve teknoloji transferi alanında çalışır.

Kalkınma Bankaları da dış ticarete önemli rol oynayan yapılardır. Bu kurumlar tarafından verilen krediler; otoyollar, okul, hastane gibi altyapı yatırımlarına ve hükümetlerin ülke ekonomilerinin işleyişini geliştirmek üzere hazırladıkları programlara yöneliktir. IBRD, EBRD, Asya Kalkınma Bankası, Afrika Kalkınma Bankası, İslam Kalkınma Bankası gibi kurumlar bunlardan bazılarıdır. Türkiye'nin taraf olduğu kurumlardan ülkemizin kredi almasının yanı sıra, bu kurumların açtığı ihalelere katılım sağlamak da mümkündür.

GÜMRÜK BİRLİĞİ VE SERBEST TİCARET ANLAŞMALARI

Dünya ticaretinde bölgeselleşme eğilimi giderek artmaktadır. İkinci Dünya Savaşı öncesinde Kuzey-Güney ticareti şeklinde gerçekleşen dünya ticareti, İkinci Dünya Savaşı sonrasında gelişmiş ticari bloklar arasına kaymıştır. Dünyada temelde üç gelişmiş ekonomik kutup bulunmaktadır. Kuzey Amerika, Avrupa ve Doğu Asya. Gelişmiş kuzeyin yanında gelişmekte olan dünyada da bölgeselleşme eğilimleri bulunmaktadır. Dünyada ikili ticaret anlaşmalarının önemi ise giderek azalmaktadır. Bir ülkeyle ticaret yapmak istediğinizde ülkenin içinde bulunduğu ekonomik blokların da incelenmesi önemlidir. Ekonomik bloklar içinde ülkeler, ortak gümrük tarifeleri, teknik düzenlemeler ve teşvikler uygulayabilmektedir.

Dünyada önde gelen ekonomik bütünleşmeler aşağıdaki gibidir.

- Avrupa Birliği / Avrasya Ekonomik Birliği / NAFTA / ASEAN / APEC / MERCOSUR

Gelişmiş ülkeler, en az gelişmiş ülkelere belirli ürünlerde pazar açabilmektedir. Örneğin Etiyopya'ya tekstilde pazar açabilmekte, bu avantajlardan yararlanmak için Etiyopya'ya yatırımcılar yönelebilmektedir.

Türkiye'nin Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği Anlaşması bulunmaktadır. AB'nin imzaladığı serbest ticaret anlaşmalarına Türkiye de sonrasında taraf olmaktadır. Türkiye, AB ile Gümrük Birliği Anlaşması kapsamında ikili anlaşma imzalarken Gümrük Birliği'nin kapsadığı alanlarda taviz veremez. Türkiye'nin halihazırda ekonomik anlaşmaları olduğu ülkelerin listesi aşağıda dikkatinize sunulmaktadır.

YÜRÜRLÜKTEKİLER		MÜZAKERELERİ TAMAMLANANLAR		MÜZAKERELERİ DEVAM EDENLER		GİRİŞİMDE BULUNULANLAR
STA		STA		Aktif STA Müzakereleri	Diğer STA Müzakereleri	STA
EFTA (1992) Revize EFTA (2021)	Sırbistan (2010) Revize Protokoller (2019)	Lübnan		Japonya	Peru	Vietnam
İsrail (1997)	Karadağ (2010) Revize Karadağ (2022)	Katar		Tayland	Kolombiya	Hindistan
Makedonya (2000)	Şili (2011)	Sudan		Endonezya	Kamerun	Orta Amerika Ülkeleri
Bosna Hersek (2003) Revize Bosna Hersek (2021)	Morityus (2013)	Ukrayna		B.A.E	MERCOSUR	ABD
Tunus (2005)	G. Kore (2013)	TTA			Kongo D.C.	Kanada
Filistin (2005)	Malezya (2015)	Özbekistan Pakistan			Körfez İşbirliği Konseyi	Cezayir
Fas (2006)	Moldova (2016)			Aktif TTA Müzakereleri	Ekvator	Güney Afrika Cumhuriyeti
Mısır (2007)	Faroe A. (2017)			Moritanya	Meksika	Afrika Karayip Pasifik Ülkeleri
Arnavutluk (2008)	Singapur (2017)				Seyşeller	Libya
Gürcistan (2008)	Kosova (2019)				Cibuti	
Birleşik Krallık (2021)	Venezuela (2020)				Çad	
TTA					Somali	
İran (2015)	Azerbaycan (2021)					

DIŞ TİCARETTEKİ İLGİLİ KURUMLARI TANIMAK

“Hiçbir  lke, ticaret yaptığı için batmamıştır.”

- **Ticaret Bakanlığı**, iç ve dış ticaret ile ilgili temel kuruluştur. Ticaret araştırmaları ve politikaları, devlet destekleri, yurtdışında ticari temsilciliklerin atanması gibi birçok husus, bu kurumun bünyesinde yürütülmektedir.
- **TOBB**: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği: 1950 yılında kurulmuştur. TR’deki oda ve borsaların ba lı olduğu yapıdır. Ekonomik ve sektörel raporlar hazırlama, çalıştaylar yapma, Milletlerarası Ticaret Odası Türkiye Milli Komitesini kurmak ve faaliyetlerini yürütmek gibi çalışmaları vardır. A-TR dolaşım belgesi ve TIR karnesi ile ilgili sorumlu kuruluştur.
- **TÜM**: Türkiye İhracatçılar Meclisi ve İhracatçı Birlikleri: TÜM, 27 sektör, 61 İhracatçı Birliği ile 100 bini aşkın ihracatçıyı temsil eden Türkiye ihracatının tek çatı kurulu udur. Birliklerin gelirleri şunlardır:
 - a) Giriş aidatı,
 - b) Yıllık aidat,
 - c) Nispi  deme,
 - d) Diğer gelirler.
 - İhracatçı Birliklerinin gelirlerinin %8’i TÜM’e aktarılır.
- **EXİMBANK**: Mal ve hizmet ihracatını yapan kurumları destekler. Kredi ve sigorta olmak üzere iki destek ürünü bulunur. 2021 yılında 46,1 milyar dolar destek vermiştir. Verdiği desteklerin yarısı kredi, yarısı sigorta mahiyetindedir. 15.500 civarında firma ile çalışmaktadır. KOB  oranı eskiden az iken giderek artmaktadır. Dünyada  lkeler, riskine göre bankalar tarafından sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma, 1’den 6’ya kadar olmaktadır. 1 en güvenilir, 6 en güvenilmezdir. Genelde 5 ve 6’ncı derecede olan ülkelere yapılan ihracat sigortalandırmasına bankalar isteksiz yaklaşmaktadır. Sahra-altı Afrika’da birçok ülke bu durumdadır.
- **DEİK**: 1985 yılında kurulan Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu - DEİK, Türk  zel sektörünün dış ticaret, uluslararası yatırımlar, hizmetler, m teahhithlik ve lojistik başta olmak üzere, dış ekonomik ilişkilerini yürütme; yurt içi ve yurt dışında yatırım imk nlarını araştırma; Türkiye’nin ihracatını artırmaya katkı sağlama ve benzeri i  geliştirme çalışmalarını koordine etmekle görevlendirilmiş kurumudur. DEİK bünyesinde ülke, sektör ve özel amaçlı i  konseyleri ile çalışma grupları bulunmaktadır.
- **TCMB**: Kambiyo rejimi bağlamında önemli rolleri vardır. 32 sayılı Karar bu kurumun uhdesinde yürütülür. Bu karar doğrultusunda geçerli mevzuatımızda mal ve hizmet ihracatı yapan kurumların ihracat geliri dövizini 180 gün içinde ülkemize getirmesi ve %40’ını TL’ye çevirmesi gerekmektedir. Bunun takibi ise, ihracat işlemini yapan banka tarafından gerçekleştirilir. Suriye, Irak, İran ve Afganistan’a yönelik işlemler ise bu hükümden istisnadır.

DIŞ TİCARETTE KULLANILAN BELGELER

“Belgeler, dış ticaret işlemlerinde yapılan anlaşmaların hukuki dayanağıdır ve işlemlerin doğru, zamanında ve güvenilir bir şekilde gerçekleştirilmesi için büyük önem taşır.”

Kurumlarda yürütülen işlemlerin resmi, ispatlayıcı, kurumu geliştirici yönü belgelere dayanır. Ticari işlemlerin özü belgelere dayanır. Dış ticarete kullanılan belgeler oldukça çeşitlidir. Bu belgeleri kabaca aşağıdaki şekilde sınıflandırabiliriz.

- Ticari Belgeler
 - Faturalar, çekli listesi, kontrol gözetim belgesi, imalatçı analiz belgesi, vb.
- Resmi Belgeler
 - Dolaşım Belgeleri, menşe şahadetnamesi, kontrol belgesi, sağlık sertifikası, radyasyon belgesi, vb.
- Taşıma Belgeleri
 - Konşimentolar ve diğer taşıma belgeleri
- Sigorta Belgeleri
 - Flotan sigorta poliçesi, sigorta mektubu ve sigorta poliçesi, sigorta sertifikası
- Finansman Belgeleri
 - Poliçe, bono, antrepo makbuzu, rehin senedi, kontrol ve numune alma yetki belgesi, teslim emri, vb.

Bir ürünün dış ticaretini yaparken gümrük müşavirimiz ile temasa geçip ürünlerin ihracında veya ithalinde herhangi bir belgeye, kısıta, yasaklamaya ve ön izne bağlı olup olmadığını öğrenmemiz, bu belgeleri temin ettikten sonra ithalat işlemlerine başlamamız gerekmektedir. Gümrük Müşavirleri veya dileyen herkes, mevzuat.net gibi sitlere üye olup dış ticaretini yapmak istediği ürünün ihtiyaç duyduğu belgeleri görebilir.

Dış ticaret yapan tüm kişiler için bilinmesi gereken en önemli husus, tüm iş ve işlemlerini olabildiğince belgelendirmiş, sözleşmelere dayandırmış şekilde yapılandırmalarıdır.

“AB Yeşil Mutabakatı, 1 Ocak 2026'dan itibaren firmalarımızı aşamalı ve çok boyutlu şekilde etkilemeye başlayacak. Firmalarımızın şimdiden buna hazırlık yapması gerekli.”

Yeşil dönüşüm günümüzde dış ticareti en çok belirleyen kavramlardan biri olarak göze çarpıyor. Sınırdaki karbon düzenlemeleri, yeşil finansman, tedarik zincirlerinin yeşillenmesi gibi kavramları kimileri gelişmiş ülkelerin kendilerini koruması için geliştirdiği yeni korumacılık olarak görüyor. Gelişmiş ülkeler ise, iklim ve çevre krizi sorunların üstesinden gelmek için bu uygulamaların mutlaka hayata geçirilmesini savunuyor.

Dış ticarete biçim veren ve Paris Anlaşması olarak da bilinen Küresel İklim Anlaşması artık dış ticareti biçimlendiriyor. Ülkeler, bu anlaşmada karbon salınımlarını azaltma dahil birçok yükümlülük üstleniyor. Avustralya'dan ABD'ye, Japonya'dan AB'ye kadar her ülke veya ticari bölgede bu anlaşma doğrultusunda adımlar atılıyor.

Türkiye'nin ekonomik bütünleşme içinde olduğu AB'de yeşil dönüşümle ilgili çalışmalarda öncü ekonomik blok. AB ülkeleri tarafından imzalanan Yeşil Mutabakat dönüşüm sürecinin temel taşlarından biri. 2019 yılında ortaya çıkan ve 2021 yılında yürürlüğe giren mutabakat, Avrupa Birliği ülkeleri için bağlayıcı hale geldi. Türkiye'nin de imzaladığı mutabakatın hedefi temel olarak Avrupa'nın 2030 yılına kadar karbon salınımlarını azaltma ve 2050 yılına kadar dünyanın ilk karbon-nötr kıtası olmak. Buna yönelik atılan adımlar ise bir hayli geniş kapsamlı. Bunlar

- 2030 yılında, 1990'a kıyasla net emisyonların en az yüzde elli beş oranında azaltılması
- 2050 yılında iklim-nötr olma
- 2050 sonrasına yönelik negatif emisyon taahhüdü ortaya koyma.

Bu iddialı hedeflere ulaşmak için özellikle enerji yoğun sektörlerden başlamak üzere birçok sektörde karbon ayak izinin ölçümü ve azaltılması, yeşil finansman imkanlarının artırılması, sürdürülebilir ulaşım, döngüsel ekonominin geliştirilmesi gibi hususlar yer alıyor. Firmaların yeşil dönüşüm kapsamında gitmesi gereken çok yol var. Hızlıca kendilerini bu yeni gerçekliğe uyarlaması gerekiyor.

TEMİNAT SÖZLEŞMELERİ



“Güven, dış ticarete en önemli değerlerden biridir ve teminat sözleşmeleri, taraflar arasındaki güveni sağlayarak işlemlerin sorunsuz bir şekilde tamamlanmasını temin eder.”

Teminat sözleşmeleri ticari hayattaki güven sorununa çözüm olmak için ortaya çıkmıştır. Teminat sözleşmeleri, sözleşmedeki yükümlülüğünü yerine getirmeyen kişiden kaynaklı riskin, kişinin sözleşme imzası öncesinde vermiş olduğu teminat mektubunun kırılması hususunu düzenler. İhaleye katılacak kişi veya kurumdan talep edilen ve ihalenin kendisinde kalması halinde, teklifi ile bağlı kalmasını güvence altına alır. İhaleye katılan kişi, ihale kendisinde kalmasına rağmen, ihale şartnamesine uygun olarak sözleşme yapmaz ise, ihaleci kuruluşun, sözleşme yapılmamasından kaynaklanan zararının tazmini amacına hizmet etmektedir. Teminat mektupları kabaca üç türdür.

1. Geçici Teminat Mektupları

- Geçici teminat mektupları, ülke içi ya da milletlerarası nitelikli bütün ihalelerde kullanılmaktadır.
- Geçici teminat mektubu, ihaleye katılacak kişilerin ciddiyetini gösterir.
- Geçici teminat mektupları, süreli olup, ihale süresine paralel bir süre teminat fonksiyonunu ifa edecektir.
- İhale için öngörülen sürecin tamamlanmasından sonra, geçici teminat mektuplarının teminat fonksiyonu da kalmayacaktır.
- Genelde ihale miktarının %1-5'i arasında olur.

2. Avans Teminat Mektupları

- Avans teminat mektupları, edim borçlusunun edimini ifaya başlayabilmesi için, edim alacaklısı tarafından verilen avansı güvence altına alma amacına hizmet eden teminat mektubudur.
- Edim borçlusu ya da yüklenici, almış olduğu avans karşılığı edimini ifa etmesi halinde, avans teminat mektupları ya miktar olarak düşürülecek ya da iade edilecektir.
- Avans teminat mektubu uygulaması, borcun zaman içerisinde kısımlara ayrılarak ifa edildiği sözleşme türlerinde görülmektedir. Örneğin, inşaat yapım işleri.
- Milletlerarası uygulamada, avans teminat mektubu oranı normalde %5-20 arasında değişmekte, sözleşme değerinin %33'üne kadar yükseldiği de görülmektedir.

3. Kesin Teminat Mektupları

- Edim borçlusu, temel ilişkiden doğan yükümünü sözleşmeye uygun olarak ifa etmez ise, edim alacaklısı, garantör bankadan teminat mektubunun paraya çevrilmesini talep edebilecektir.
- Milletlerarası uygulamada, edim borçlusu ile edim alacaklısı arasındaki sözleşme değerinin %5-20'si arasında değişmekte olup, genellikle sözleşme değerinin %10'u oranında kesin teminat mektubu talep edildiği görülmektedir.

“Nakliyat sigortaları, taşımacılık sektöründe yaşanabilecek kazalar veya kayıplar gibi risklerle mücadele etmek için işletmelere ve müşterilere büyük bir güven ve güvence sağlar.”

Sigorta, hayatımızın her alanında karşılaşılabileceğimiz olası risklerin maddi etkilerinden korunmak için önemli bir araçtır. Sigortanın dört ayağı vardır:

- oluşması muhtemel ve parayla ölçülebilir risk
- prim
- sigortacı
- tazmin

Dış ticaret işlemlerinde de sigorta aynı ilkeler etrafında şekillense de, bazı durumlarda sigortanın farklılaştığı görülür. Dış ticarete sigorta, işletmelerin ticari risklerini yönetmek, finansal kayıplardan korunmak ve iş sürekliliğini sağlamak için önemli bir araçtır. Dış ticaret işiyle uğraşanların sigorta konusuna özellikle dikkat etmesi gerekmektedir. Mallara ilişkin ticari çıkarı olan kişiler, mutlaka sigorta yaptırmalıdır. Sigorta yaptırırken satıcının deposundan alıcının deposuna kadar tüm yolculuk boyunca malın sigortalı olması önemlidir.

Sigorta risklerine ilişkin hususları Londra Sigortacılar Enstitüsünün belirlediği yük klozları standardı belirlemektedir. Sigorta riskleri dar veya geniş klozlar olarak yapılandırılmıştır.

- Dar klozlar: Malın taşındığı araca ilişkin riskleri kapsar.
- Geniş klozlar: Taşıma aracının niteliğiyle ilgisi olmayan diğer hususlar da kapsama alınır.
- Tam ziya klozu: En dar kapsamlı teminattır. Mal ancak tamamen zayı olursa ödeme yapılır.
- Geniş klozlar (All Risks), savaş, grev, ayaklanma vb. riskleri karşılamaz.
- Genelde bütün riskler (all risks) sigorta yapılır.
- Ambalajlamada gerekli özenin gösterilmemesi sonucu oluşacak hasar sigorta kapsamı dışında kalır.
- Gecikme de sigorta kapsamı dışında kalan bir husustur. Mal gecikmeden dolayı bozulursa sigorta bozulan malın bedelini bozulma gecikme nedeniyle olduğu için karşılamaz.
- Bazı ülkeler, ithalat yapan firmalarına ithalat malları için kendi sigorta firmalarından sigorta yaptırmasını şart koşabilir.
- Farklı iş kollarında veya ürünlerde farklı tür sigortalar gelişmiş olup, kapsadığı riskler farklı olabilir. Buna da dikkat edilmesi ve yaygın kullanılan sigortanın kullanılması gerekir.
- Lloyd's, İngiltere merkezli uluslararası bir sigorta piyasası ve dünya gemicilik bilgilendirme merkezidir.
- Klozları dikkatli seçmek, kapsayan ve kapsamayan hususları tam olarak anlamak firmaların dikkat etmesi gereken en önemli alandır.
- Sigorta poliçelerinde klozların tüm içeriği yer almaz. Bunu sigortacıdan istemek de gereklidir.

“Müzakere yapmak, silahsız savaőa benzer.”

- Dış ticaret müzakereleri yapılırken öncelikle sözleşmenin dilinin ne olacağı ve sözleşmeye hangi ülke hukukunun uygulanacağı ilk aşamada net bir şekilde belirlenmelidir.
- Sözleşmelerde ya milletlerarası kuruluşların hazırladığı standart sözleşmeler ya da tarafların kendi hazırladığı sözleşmeler kullanılmaktadır. Taraflar kendi sözleşme hazırlasa bile standart sözleşme maddelerine atıfta bulunabilir. Tecrübeli olmayan tarafların standart sözleşmeleri kullanması önerilir.
- Sözleşme dili ile müzakere dilinin aynı olması önerilir.
- Müzakere esnasında karşılıklılık, esneklik, ödün verme ve saldırgan olmama ilkelerine dikkat edilmelidir.
- Özellikle uzun vadeli bir sözleşme imzalanıyorsa karşı tarafın müzakere ve sözleşme kültürü araştırılmalıdır. Örneğin, İran'da "Anlaşma imzadan sonra müzakere edilir." denir. Sözleşme, yazılı kültürün zayıf olduğu Asya kültüründe kesinliği değil bir ilişkinin başladığını gösterir. Batı'da ise müzakerelerin başarıya ulaştığını gösterir.
- Mükemmel sözleşme veya sözleşme taslağı yoktur. Her bir sözleşmede tarafların kendi şartları ve menfaat dengesinde müzakere edilmelidir.
- Taraflar arasında toplantılar tutanakla kayıt altına alınmalı, gizlilik sözleşmesi imzalanmalı, müzakere sırasında elde edilen bilgiler üçüncü kişilerle paylaşılmamalıdır.
- Müzakere ve sözleşmeye ilişkin giderlerin nasıl paylaşılacağı da ilk anda kararlaştırılmalıdır.
- Nihai hale gelmemiş tüm sözleşme metinleri, e-posta veya diğer mecralarda paylaşılsa bile mutlaka üstüne taslak (draft) yazısı eklenmelidir.
- Sözleşme müzakere yetkilisi ve imza yetkilisi ile ilgili hususlar en başta netleştirilmelidir.

“Kurumsal kimlik ve yazışmalar, işletmenin dış dünyada yansıttığı imajın temel unsurlarından biridir ve doğru bir şekilde oluşturulması, işletmenin itibarını ve güvenilirliğini artırır.”

Dış Ticaret Sözleşmeleri Nasıl Hazırlanmalı?

Dış Ticaret Sözleşmeleri hazırlanırken çok dikkatli olunmalı, karmaşık maddelerin konulması engellenmeli, kavramlar ve maddeler üzerinde mutabık kalınmalıdır. Bir dış ticaret sözleşmesinde aşağıdaki maddelerin olması uygun olacaktır.

- Sözleşmenin tarafları ve iletişim bilgileri
- Sözleşmenin yapıldığı yer ve tarih (Sözleşmeye uygulanacak hukuk belirlenmemişse sözleşme yeri hukuku uygulanması ihtimali yüksektir.)
- Tanımlar (Gerektiği kadar tanım olmalı. Ne eksik, ne fazla. Tanımlarda sözleşme tarafları aynı anlamı çıkarmalı)
- Sözleşme dili maddesi
- İfa sürecine ilişkin madde (Edim borcu, para borcu)
- Taşıma şekli ve ambalajlamayla ilgili madde
- Gözetim şekline ilişkin madde
- Mücbir sebep maddesi
- Cezai şart maddesi
- Uyuşmazlık çözümüne ilişkin madde

Dış Ticaret Yazışmaları Nasıl Yapılmalı?

- Dış ticaret yazışmalarını genelde firmalar ve bankalar yapar.
- Dış ticaret yazışmaları açık, anlaşılır ve sade olmalıdır. Yazışmalarda bilinmeyen ve karmaşık teknik terimlerin, kelime ve cümlelerin metinde yer almasından kaçınılmalıdır.
- Yapılan yazışmanın firmanıza ilişkin ilk ve belki de en önemli intibayı bırakacağı unutulmamalıdır.
- Yazışmada konu, selamlama hitabı, tarih, muhatap açısından gerekli olacak tüm bilgiler, kapanış hitabı, ad/soyad, görev, telefon, şirketin bilgileri gibi hususlar yer almalıdır.
- Yazışmalar kurumsal kimliğe uygun şekilde yapılmalı, e-posta imzaları, belgeler, yazı fontları, vs. tümünde bu hususa dikkat edilmelidir.

“Fuarlar, ticaretin ruhudur.”

Tarihsel olarak fuarlar Avrupa'da çok gelişmiştir. Kuzeyin üretimi, güneyin ticareti, ortanın finansa gelişmesinin tarihsel bir arkaplanı vardır. Fuarlar sektörel ve genel nitelikli olabilir. Her sektörde dünya çapında bilinen belli başlı fuarlar vardır. Bunların sıkı takip edilmesi gerekir. Paris CIAL fuarı gibi.

Fuarlarda devlet destekleri bulunmaktadır. Devlet desteği bulunan fuarlar, Ticaret Bakanlığı sitesinde yayınlanmaktadır. Fuarlara bireysel katılım, işbirliği kuruluşları ile katılım veya milli katılım ile katılabilirsiniz.

Fuarların öncesinde, sırasında ve sonrasında yapılması gerekenler önemlidir. Öncesinde hedef pazar, hedef pazardaki fuarlar, fiyatları, fuarın önceki dönem ziyaretçileri, kimlerin katıldığı, ticaret müşavir ve ataşeliklerinin değerlendirmeleri vb. gibi hususlar analiz edilmelidir.

Fuar standı ve sergilenecek ürünler belirlenmeli ve bunların bahsekonu ülkeye gönderimi için yeterli zaman tanınacak şekilde fuar fuar organizatörü ve gerekmesi durumunda idaresi ile gerekli görüşmeler yapılmalıdır.

Fuarda tercüman ihtiyacı için fuar organizatöründen veya Ticaret Müşavirliğinden destek alınmalıdır.

Fuar sırasında varsa bayileriniz ve müşterileriniz de fuara davet edilmeli, ilişkilerin derinleştirilmesine çalışılmalıdır. Fuarlarda stantlar boş bırakılmamalı, geç açma ve erken kapama gibi hususlardan kaçınılmalıdır.

Devlet desteği alınacaksa fuar gözlemci raporu için firmanın değerlendirmeleri mutlaka gözlemciye iletilmelidir.

Fuar sonrasında fuara ilişkin değerlendirmeler şirket içinde paylaşılmalı, fuarda görüşülen kişilerle e-posta ve diğer kanallar üzerinden ilişkilerin derinleştirilmesine çalışılmalıdır.

TİCARİ İSTİHBARAT



Ticari istihbarat, bir firmanın rekabet gücünün özünü oluşturur. Çin gibi ülkelerin ekonomik mucizsinin arkasında 2000'li yıllarda yetiştirdiği 15 bin ticari istihbarat uzmanı bulunmaktadır. Ticari istihbaratın boyutları kabaca aşağıdaki gibidir.

Pazar İstihbaratı: Girilecek pazarı etkili bir pazar araştırmasıyla incelenmesidir.

Patent İstihbaratı: Patent, ticari savaş sanatıdır. Google Patents veya Escapenets aracılığıyla incelenebilir. Patent istihbaratı, yükselen ve geriye giden, yatırım yapılması veya yapılmaması gereken sektörleri göstermesi, firmanın ar-ge ve inovasyon kapasitesinin yöneleceği alanların belirlenmesi açısından önemlidir. Patent ve diğer fikri mülkiyet işlemleri için etkili danışmanlık alınması önemlidir.

Marka tescili: Markanızı TR'de tescil ettirmiş olsanız bile girmek istediğiniz pazarlarda da tescil ettirmeniz önemlidir. Markanıza yönelik ihlalleri takip etmeniz de en az markanızı kaydettirmeniz kadar önemlidir. The Global Brand Database, Dünya Fikri Mülkiyet Hakları Örgütü tarafından (WIPO) işletilir. Madrid Protokolü doğrultusunda ulusal, bölgesel ve uluslararası ticari marka kayıtlarını otomatik olarak sisteme yükler.

İhale İstihbaratı: İhale istihbaratı için ticaret müşavirliklerinin/ataşeliklerinin sitelerini inceleyerek ülkedeki ihalelerin yayınlandığı linkleri takip edebilirsiniz. Bunun yanı sıra, uluslararası alanda ihaleleri takip edebileceğiniz siteler bulunmaktadır.

Rakip İstihbaratı: Rakiplerin diğer ülkelere ihracatları, katıldığı fuarları takip etme, rakiplerin daha önce satış yaptığı firmalara webarchive gibi siteler aracılığıyla erişerek tekli verme yoluyla yapılması mümkündür.

Finansal İstihbarat: Rakiplerin borsadaki durumları, KAP Bildirimleri benzer bildirimleri yoluyla incelenebilir.

Ticari İstihbarat: Trade Atlas, TradeMap, vb. yoluyla yapılması mümkündür. Rakiplerinizi e-posta ile iltalamak, e-bülten altyapılarına girerek rakiplerinizi hakkında bilgileri edinmek de önemlidir.

Firma İstihbaratı: SDN ve Banka Karalisteleri gibi listeler aracılığıyla takip edilmesi mümkündür.

DIŞ TİCARETTE SAHTECİLİK VE DOLANDIRICILIK

“Sahteciliği engellemenin en iyi yolu, dürüstlük, şeffaflık ve kalite standartlarına uygunluk ilkelerini benimsemek ve tüm ticari ilişkilerde bu değerleri korumaktır.”

Tarih boyunca ticaretin olduğu her yerde sahtecilik ve dolandırıcılıkla kolay yoldan para kazanmak isteyenler olmuştur. Sahtecilik ve dolandırıcılıkla mücadele için yapılması gerekenler bellidir. Bunlar kabaca aşağıdaki gibidir:

- Tüm işlemlerimizde güvene değil önleme dayalı ilerleyeceğiz.
- Duygusal baskılara taviz vermeyeceğiz.
- “Malım gümrükte takıldı. Şu belgeyi alırsam az vergi vereceğim. Bugün gümrüğün çalışmasının son günü, uzun bir tatile girecek. Malı gümrükten çekemezsem üretimim durur.” gibi baskılara kendimizi güvene almadan boyun eğmeyeceğiz.
- Kültürel farklılıklar var diye uluslararası ticari ilkelerden sapmayacağız. "Burada iki kişinin sözlü şahitliği yeterlidir." denildiğinde bile müzakere edilen şartları ele aldığımız belge hazırlayacağız.
- Açgözlü olmayacağız. Çok cazip tekliflere karşı daha bir dikkatli olacağız. Teklifi veren kişilerle uzun yıllardır güvene dayalı ilişki geliştirmediysek daha da dikkatli olacağız. Çok farklı ticari istihbarat kanallarından firmayı sorgulayacağız.
- Zaman baskısı, duygusal baskı gibi hususlara karşı dikkatli olacağız.
- Ülkede bulunan Ticaret Müşavir ve Ataşeliklerinden firmaya ilişkin bilgi edinmeye çalışacağız. Firmanın bağlı olduğu Ticaret ve Sanayi Odalarından firmanın güvenilirliğini sorgulayacağız.
- Sözleşme ve akreditiflere bilmediğimiz, anlamadığımız ibareleri koydurmayacağız.
- Sözleşme ve akreditiflerde gerçekleşmesi mümkün olmayan ibareleri koydurmayacağız. Örneğin, olmayan bir limanda teslim şartının akreditife yazılmasının akreditifte rezerve yol açacağını ve ödemenin yapılmayacağını bileceğiz.
- Gözetim firmalarını dış ticaret işlemlerimizde daha sık kullanacağız.
- İşlemlerimizin her anında bilmediğimiz alanlarda danışmanlık hizmeti almaktan çekinmeyeceğiz.
- İnternet siteleri çok profesyonel görünse bile, sitelerin sahte olabileceğini göz önünde bulundurup, başka kanallardan da kontrol etmeyi unutmayacağız.
- Üçüncü kişilere kurumlarımızın sistemlerini kullandırmamamız, antetli kağıda yazılı bilgi/belge verirken gereğinden fazla bilgi/belge/imza nüshası gibi şeyleri vermememiz gerekli. Kötü niyetli kişiler hızlıca bunların üstünde değişiklik yapabilir ve firmamızı zor duruma düşürebilir.

BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ
Girişim, küresel pazarları
kazanmada devlet
destekleri, dijital pazarlama
ve ihracat danışmanlığıyla
yanınızda.

bazgirisim.com



+90 545 149 95 27