



DOĞU ANADOLU İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

HAZIRLAYAN
MUTLU YILMAZ

Bu yayın, KOSGEB Tematik Proje Destek Programı Kapsamında, Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği tarafından yürütülen “İhracat Danışmanlığı Programı” kapsamında hazırlanmıştır.

İÇİNDEKİLER

BİRİNCİ BÖLÜM ULUSLARARASI PAZARLAMA VE İHRACAT İLİŞKİSİ

1.1 PAZARLAMA KAVRAMI VE PAZARLAMA KARMASI	13
1.2 İHRACAT SÜRECİ	13
1.2.1 İhracatın Gerçekleşme Öncesi Süreç	14
1.2.2 İhracatın Gerçekleşme Süreci	16
1.3 İHRACAT ÇEŞİTLERİ	17
1.3.1 İhracat Mevzuatına Göre İhracat Çeşitleri	18
1.3.1.1 Özellik Arz Etmeyen İhracat	18
1.3.1.2 Özelliği Olan İhracat	19
1.3.1.2.1 Kayda Bağlı İhracat	19
1.3.1.2.2 Ön İzne Bağlı İhracat	19
1.3.1.2.3 Konsinye İhracat	19
1.3.1.2.4 Bedelli İhracat	19
1.3.1.2.5 Bedelsiz İhracat	19
1.3.1.2.6 Hariçte İşleme Rejimi Kapsamında Yapılan İhracat	20
1.3.1.2.7 Kiralama Yoluyla İhracat	20
1.3.1.2.8 Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında Yapılan İhracat	20
1.3.1.2.9 Müteahhitlik Hizmeti Kapsamında Yapılan İhracat	20
1.3.1.2.10 Takas ya da Bağlı Muamele Kapsamında Yapılan İhracat	20
1.3.1.2.11 Serbest Bölgelere Yapılan İhracat	20
1.3.2 İhracat Yapılan Ülkeye Göre İhracat Çeşitleri	21
1.3.2.1 Avrupa Birliği Üyesi Ülkelere Yapılan İhracat	22
1.3.2.2. Türkiye'nin Serbest Ticaret Anlaşması İmzaladığı Ülkelere Yapılan İhracat	22
1.3.2.3. Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi Kapsamında Türkiye'ye Taviz Uygulayan Ülkelere Yapılan İhracat	23
1.3.3 İhraç Edilen Ürüne Göre İhracat	24
1.3.3.1. İhracat Sürecinde Üründeki Standarda Göre İhracat	24



1.3.3.2 Bitki ve Sağlık Ürünleri İhracatı	24
1.3.3.3 Hayvan Ürünleri İhracatı (Canlı Hayvan Dahil)	24
1.3.3.4 Analiz Gerektiren Ürünlerin İhracatı	25
1.3.4 Uluslararası Pazarlara Giriş Metoduna Göre İhracat Çeşitleri	26
1.3.4.1 Dolaylı İhracat.....	27
1.3.4.1.1 İhracat Acenteleri	28
1.3.4.1.2 Piggyback İhracat	28
1.3.4.1.3 İhracat Yönetim Şirketleri	28
1.3.4.1.4 İhracat Konsorsiyumları	28
1.3.4.2 Doğrudan İhracat	29
1.3.4.2.1 Yurtdışı Satış Bürosu	30
1.3.4.2.2 Yurtdışı Satış Temsilcileri	30
1.3.4.2.3 Acenteler	30
1.3.4.2.4 Distribütör ve Bayiler	30
1.3.4.2.5 İthalatçı ve Toptancılar	31
1.3.4.2.6 Perakendeciler	31
1.3.4.2.7 Nihai Tüketiciler	31



İKİNCİ BÖLÜM ULUSLARARASI TESLİM VE ÖDEME ŞEKİLLERİ

2.1 ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİNE GİRİŞ	35
2.1.1 Incoterms'ün Tarihçesi	36
2.1.2 Incoterms Kurallarının Tanımı ve Amacı	37
2.1.3 Incoterms	38
2.1.3.1 Tüm Taşıma Türlerini Kapsayan Kurallar	39
2.1.3.1.1 EXW	39
2.1.3.1.2 FCA	41
2.1.3.1.3 CPT	42
2.1.3.1.4 CIP	44
2.1.3.1.5 DAP	45
2.1.3.1.6 DAT	47
2.1.3.1.7 DDP	48
2.1.3.2 Deniz ve İçsu Taşımalarına Özgü Kurallar	49
2.1.3.2.1 FAS	49
2.1.3.2.2 FOB	51
2.1.3.2.3 CFR	52
2.1.3.2.4 CIF	54
2.2. DIŞ TİCARETTE ÖDEME ŞEKİLLERİNE GİRİŞ	55
2.2.1. Peşin Ödeme	58
2.2.2. Mal Mukabili Ödeme	59
2.2.3. Vesaik Mukabili Ödeme	61
2.2.4. Kabul Kredili Ödeme	62
2.2.5. Akreditif	63
2.2.5.1. Akreditif Çeşitleri	66
2.2.5.1.1 Teyitsiz Akreditif	67
2.2.5.1.2 Teyitli Akreditif	67
2.2.5.1.3 Geri Dönülemez Akreditif	67
2.2.5.1.4 Görüldüğünde Ödemeli Akreditif	67
2.2.6 Banka Ödeme Yükümlülüğü	67

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM İHRACATTA PAZAR ARAŞTIRMASI

3.1 PAZAR ARAŞTIRMASINA GİRİŞ	71
3.2 PAZAR POTANSİYELİNİN TAHMİNİ	76
3.2.1 İhracat Ülkesinin İhracat Mevzuatı	76
3.2.2 Pazara Giriş	78
3.2.3 Pazar Büyüklüğü, Biçimi ve Gelişimi	78
3.2.3.1 Tüketim	79
3.2.3.2 Talep	79
3.2.3.3 Pazarın Bölümlendirilmesi	79
3.2.4 Rekabet	81
3.2.5 Fiyatlar	82
3.3 ÜRÜN ARAŞTIRMASI	84
3.3.1 Ürün Nitelikleri	84
3.3.2 Ambalaj	85
3.3.2.1 İç Ambalajlama	85
3.3.2.2 Dış Ambalajlama	86
3.4 PAZARLAMA YÖNTEMLERİ İLE İLGİLİ BİLGİLER	88
3.4.1 Taşıma Sistemi	88
3.4.2 Satış ve Dağıtım Kanalları	89
3.4.3 Hizmetler	90
3.4.4 Reklam Satış ve Promosyonlar	90
3.4.5 Fiyatlar	91



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM İHRACATTA FİYATLANDIRMA

4.1 İHRACAT FİYATLANDIRMASINA GİRİŞ	97
4.2 İHRACAT FİYATININ TANIMI	97
4.3 FİYATLANDIRMADA INCOTERMS İLİŞKİSİ	99
4.4 FİYATLANDIRMA VE ÖDEME ŞEKİLLERİ İLİŞKİSİ	111
4.5 İHRACATTA FİYATLANDIRMA STRATEJİLERİ	112
4.6 İHRACAT SÜRECİNDE FİYATA ETKİ EDEN MALİYET UNSURLARI	113
4.7 İHRACATTA FİYATLANDIRMAYI ETKİLEYEN DİĞER FAKTÖRLER	114
4.8 İHRACATTA FİYATLANDIRMA TABLOSU	115

BEŞİNCİ BÖLÜM EKLER

EK 1 İHRACI YASAK OLAN MALLAR LİSTESİ	121
EK 2 İHRACI ÖN İZNE BAĞLI ÜRÜNLER LİSTESİ.....	123
EK 3 İHRACI KAYDA BAĞLI MALLAR LİSTESİ.....	128

ŞEKİLLER LİSTESİ

1. İhracat Süreci
2. İhracatın Gerçekleşme Öncesi Süreç
3. İhracatın Gerçekleşme Süreci
4. İhracat Çeşitleri
5. İhracat Yapılan Ülkeye Göre İhracat Çeşitleri
6. Uluslararası Pazarlara Giriş Metoduna Göre İhracat Çeşitleri
7. Dolaylı İhracat
8. Doğrudan İhracat
9. EXW
10. FCA
11. CPT
12. CIP
13. DAP
14. DAT
15. DDP
16. FAS
17. FOB
18. CFR
19. CIF
20. Peşin Ödeme
21. Mal Mukabili Ödeme
22. Vesaik Mukabili Ödeme
23. Akreditif Açılış Süreci
24. İhracatçı – Bayi – Toptancı – Perakendeci Sarmalı
25. Süreçsel Analize Giriş
26. 3 Can Simidi Tekniği
27. Birinci Can Simidi Tekniği ve Fiyatlandırma
28. İkinci Can Simidi ve Fiyatlandırma
29. Üçüncü Can Simidi Tekniği ve Fiyatlandırma Incoterms 2000
30. Üçüncü Can Simidi Tekniği ve Fiyatlandırma Incoterms®2010



TABLolar LİSTESİ

1. AB Üyesi Ülkelerin Listesi
2. STA Anlaşması Yürürlükte Olan Ülkeler
3. Incoterms Kurallarının Tarihçesi
4. Incoterms®2010 Gruplandırma Sistematiği
5. Akreditifte Taraflar
6. Akreditif Çeşitleri
7. Pazar Araştırması Kabul Tablosu
8. Pazar Potansiyelinin Tahmini
9. Ürün Gerekleri
10. Pazarlama Uygulaması
11. İhracat Fiyatlandırma Tablosu

EKLER LİSTESİ

1. İhracatı Yasak Olan Mallar Listesi
2. İhracı Ön İzne Bağlı Ürünler Listesi
3. İhracı Kayda Bağlı Mallar Listesi



**DOĞU ANADOLU
İHRACATÇILAR BİRLİĞİ**

BİRİNCİ BÖLÜM ULUSLARARASI PAZARLAMA VE İHRACAT İLİŞKİSİ



DOĞU ANADOLU
İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

İhracat Pazarlama Teknikleri





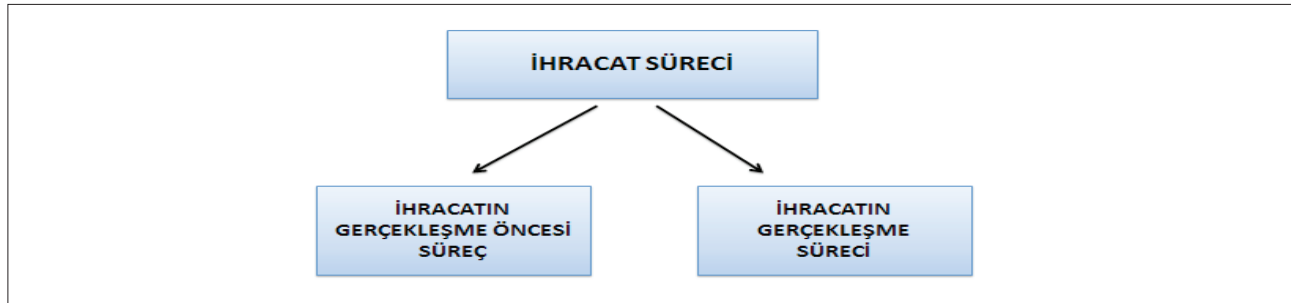
1.1. PAZARLAMA KAVRAMI VE PAZARLAMA KARMASI

Pazarlamayı genel anlamda değerlendirmek gerekirse, bir firmanın üretmiş olduğu mal ve hizmetleri hedef kitlesine pazarlama bileşenlerini kullanarak ulaştırma faaliyetleri olarak tanımlanabilir. Buradan hareket ile pazarlama faaliyetlerini dış ülkelerde yapma eylemine de kısaca Uluslararası pazarlama denmektedir. Tanım içinde belirtmiş olduğumuz pazarlama bileşenlerine ise, pazarlama literatüründe pazarlama karması adını vermekteyiz. Pazarlama karmasının kendi içerisinde 4 tane bileşeni bulunmaktadır. Bunlara aynı zamanda “4P” adı da verilmektedir. Bunlar; Product (Ürün), Place (Yer/Dağıtım), Price (Fiyatlandırma) ve Promotion (Tutundurma) olarak adlandırılmaktadırlar.

İşte pazarlama eylemleri, yukarıda ifade edilen 4P’nin koordineli bir şekilde yönetilmesi ile gerçekleşmektedir. Ayrıca pazarlama içinde satış kavramı da çok önemli bir yer tutmaktadır. Satış kavramını kısaca ülke içerisinde yapılan bir faaliyet olarak değerlendirebiliriz. Ayrıca satış eylemi firmaya para girişi yaptıran en önemli eylemdir. Eğer olayı pazarlamadan alır ve uluslararası pazarlamaya doğru gidersek, şöyle bir ifade de bulursak herhalde hata etmemiş oluruz. “Pazarlamada satış kavramı ne ise uluslararası pazarlamada ihracat kavramı da aynı şeydir.” Dolayısı ile bu kitabımızda uluslararası pazarlamanın alt bir fonksiyonu olan ihracatı gerçekleştirebilmek için yapılması ve bilinmesi gereken konuları aktarmaya çalışacağız.

1.2. İHRACAT SÜRECİ

Şekil.1.
*İhracat Süreci*¹



¹ Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN “Dış Ticaret Giriş” Ankara, Gazi Kitabevi, 3. Baskı 2013, s 143.

Firma ihracat yapmaya karar verdiğinde ve sonucunda da ihracatı gerçekleştirirken yapması gereken bir takım işlemler vardır ve bu işlemleri bizler ihracatın kendi süreci içerisinde değerlendiririz. Dolayısıyla ihracat süreçlerini iki temel başlık altında detaylandırmakta fayda vardır.

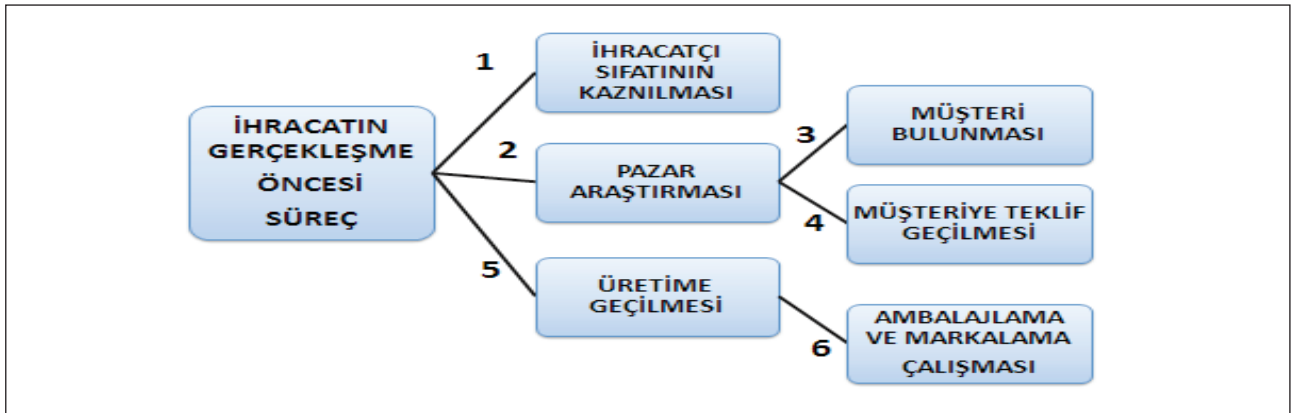
- İhracatın Gerçekleşme Öncesi Süreç
- İhracatın Gerçekleşme Süreci

Dolayısıyla ihracatçı firmalar operasyonlarını yönetirken olaya süreç bazında bakmaları ve bu süreçleri kendi içerisinde doğru yönetmeleri gerekmektedir.

1.2.1. İhracatın Gerçekleşme Öncesi Süreç

Burada kastedilen ihracatçı firmanın ithalatçıya malları göndermesinden önceki süreçtir ki bu süreç doğru yönetildiği takdirde ikinci süreç gerçekleşmektedir. Maalesef ki genellikle uygulama kısmında bu sürecin üzerinde çok fazla durulmamakta ve üstünkörü geçilmektedir. Bizce ihracatın ön koşulu diye kabul edeceğimiz bu sürecin kalitesi firmanın bir sonraki süreçteki kalitesini ve ihracatın sürekliliğini sağlayan bir unsurdur.

Şekil.2.
İhracatın Gerçekleşme Öncesi Süreç²



² Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN “Dış Ticaret Giriş” Ankara, Gazi Kitabevi, 3. Baskı 2013, s 143.



Süreci kendi içerisinde şekil 2'deki numara sırasına göre detaylandırırsak;

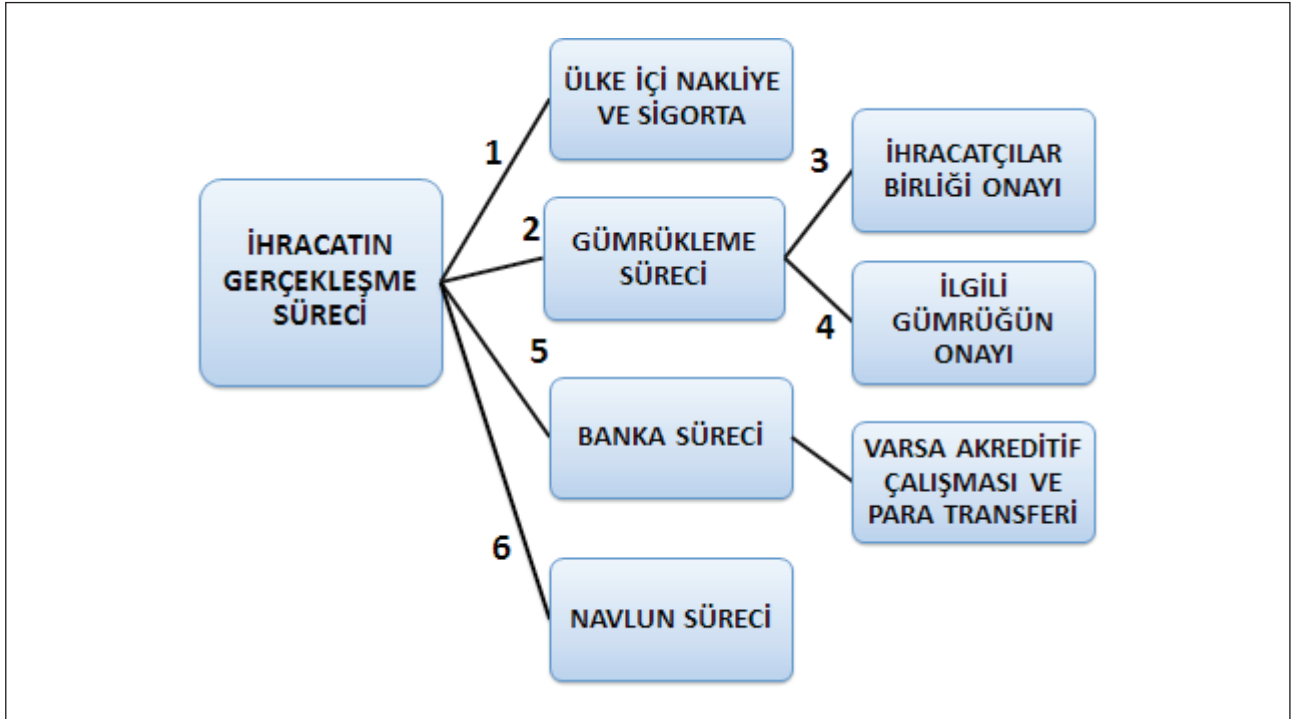
1. İhracat yapmayı düşünen bir firma ülkemiz mevzuatı gereğince ilgili ihracatçılar birliğine üye olmak durumundadır. Üyelikliğini gerçekleştiren firma açısından artık ihracat yapmasına Türk ihracat rejimi gereğince bir engel yoktur. (Bunun istisnaları mevzuat içerisinde vardır. Örneğin “İhracatı Yasak Ürünler” listesinde yer alan bir ürün ise ihracat mevzuatı gereğince ihracatçılar Birliğine üye olmuş olsanız bile ihracatı yapamazsınız ya da “İhracatı Ön İzne Bağlı Ürünler” listesinde yer alıyorsa ilgili devlet kurumundan izin almadan ihracatı yapamazsınız.)
2. Pazar araştırmaları, ihracatçı firmalar açısından belki de en önemli süreçtir diyebiliriz. Pazar araştırmasını yapacak personelin hem dış ticarete teknik bilgiye hem de pazar araştırması sürecindeki teknik bilgiye sahip olması beklenir. Öncelikle firma giriş yapmayı düşündüğü pazarda, pazar potansiyelinin tahminini yapmalıdır. Bunun için kendi ülkesinin ihracat mevzuatından, karşı ülkenin ithalat, gümrük ve kambiyo mevzuatına, pazarın büyüklüğüne, gelişimine, satacağı ürünle alakalı tüketim alışkanlıklarına, hedef kitle ve ekonomik - sosyal faktörleri göz önüne almalı daha sonraki süreçte de rakip analizlerine girmelidir. (Bölüm 3’de Pazar araştırması detaylı olarak incelenecektir.)
3. Firmamız Pazar araştırması sonucunda ihracat yapmaya karar verdiği bölge/ülke/ ülke gruplarında öncelikle mal satacağı bir müşteri bulmalıdır. AMA ithalatçı firmayı bulmadan önce bölge ve ülke bazında araştırma yapmalı daha sonraki süreçte firma arayışına gitmelidir. Örneğin hedef kitle olarak Afrika pazarında, Cezayir’i seçerse Cezayir’de müşteri arayışı içerisine gidilmez.
4. Bulduğu müşterilere daha sonra ihraç edeceği ürünle ilgili olarak detaylı bir teklif geçmelidir. Bu teklifin içinde malın miktarından teknik özelliklerine, ambalajlama detaylarından, ödeme şekline, teslim şekline ve olası teslim zamanına kadar detaylandırmalıdır.
5. Firmaya verilen tekliften sonra ihracatçı firma ile ithalatçı firma kendi aralarında anlaştıktan sonra ihracatçı firmamız teklife uygun malın üretimine geçmelidir
6. İhracatçı firma ürettiği ürününü verilen teklife göre ambalajlama, etiketleme ve markalama işlemleri yapıp gönderime hazır bir hale getirilmelidir.

Tüm bu aşamaları bitirdikten sonra artık ürünümüz ithalatçı firmaya gönderilecek duruma gelmiştir. Bunda sonra ise “ihracatın gerçekleşme sürecine” gelinmiştir. İsterseniz bu süreci de şekil 3 eşliğinde anlatmaya çalışalım.

1.2.2. İhracatın Gerçekleşme Süreci

Şekil.3.

İhracatın Gerçekleşme Süreci³



³ Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN “Dış Ticaret Giriş” Ankara, Gazi Kitabevi, 3. Baskı 2013, s 145.



Sürecin daha anlaşılır olması adına örnekle süreçteki her bir maddeyi teker teker açıklayalım. Örneğimiz ise Muş'ta yerleşik bir firmanın tekstil ile uğraştığını ve Irak'taki ithalatçı firmaya bir tır, bay ve bayan tekstil ürünlerini sattığını varsayalım. Yükleme Muş'taki fabrikadan yapılacak, teslim şekli CIP olacak ve ödeme şekli olarakda peşin ödeme metodu kullanılacaktır.

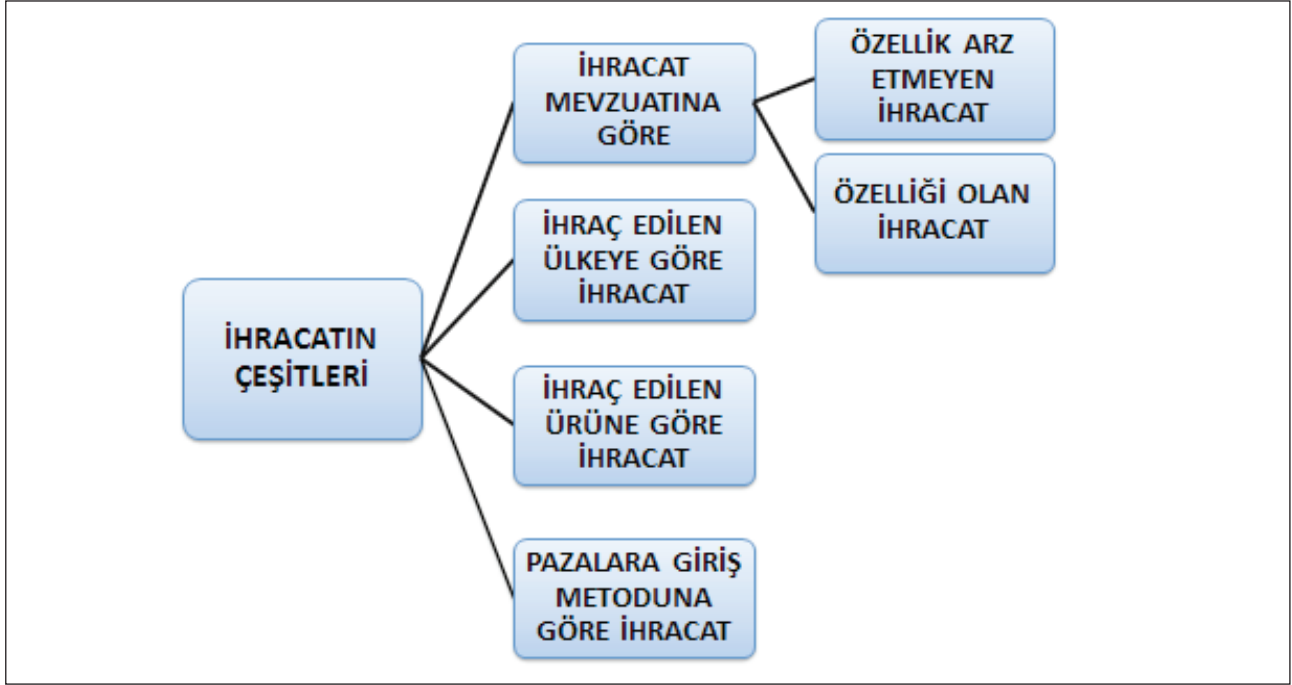
1. Muş'taki İhracatçı firma, malların fabrikasından tıra yükleyecek ve İran sınırında kadar iç nakliye ve süreçteki riskleri barındıran sigortayı kendi yaptıracaktır.
2. İhracatçı firma gümrükleme işlerini halletmesi için bir gümrük müşaviri ile anlaşır ve kendisine ihracat detay formu gönderir. Bu formda yüklemenin ithalatçı ve ürün bilgilerine kadar her şey vardır. Bu arada gümrük müşaviri, verilen bilgilere göre gümrük beyannamesini doldurur. İhracatçı ise ithalatçı adına kestiği Türkçe fatura ve çekli listesini hazırlar
3. Gümrük müşaviri hazırlamış olduğu Gümrük Çıkış Beyannamesini ilgili ihracatçılarına onaylatır.
4. Onaylanan gümrük beyannamesi ile gümrüğe giden gümrük müşaviri, eşyaya ait ilgili kontroller gümrükçe yapıldıktan sonra süreci bitirir.
5. Ödeme şeklimiz Peşin ödeme olduğundan, mal bedeli bankalar aracılığı ile ihracatçı firmaya ulaşır.
6. İhracatçı CIP teslim şekli anlaştığından dolayı navlun sürecini kendisi organize eder ve bedelini öder. Navlun sürecindeki risk içinde ithalatçı adına sigorta yaptırır. (Taşıma tek tır ile yapılacağından ihracatçı aynı zamanda iç nakliyeyi de karşılamıştı.)

1.3. İHRACAT ÇEŞİTLERİ

İhracat çeşitleri kendi içerisinde sınıflandırmak istersek 4 temel unsurdan yol çıkabiliriz. Bunlar;

- İhracat Mevzuatına Göre İhracat
- İhraç Edilen Ülkeye Göre İhracat
- İhraç Edilen Ürüne Göre İhracat
- Pazarlara Giriş Metoduna Göre İhracattır

Şekil.4.
İhracat Çeşitleri



1.3.1. İHRACAT MEVZUATINA GÖRE İHRACAT ÇEŞİTLERİ

Ülkemizin ihracat rejim ve yönetmeliği gereğince belirlenen ihracat çeşitleridir. Genel anlamda iki kategori içerisinde değerlendirebiliriz. Bunlar; “Özellik Arz Etmeyen İhracat” ve “Özellikli Olan İhracat” olarak ifade edilebilir.

1.3.1.1. Özellik Arz Etmeyen İhracat:

Ülkemizden, yabancı bir ülkeye mal satarken yani ihracat yaparken bilmemiz gereken bir unsurda yapılan ihracatın ürüne, ülkeye ve ihracat yapış şekline göre ihracat rejimi farklı uygulamalar getirir. Konuyu bu kapsamda değerlendirecek, Türkiye’deki kanun kararname veya uluslararası anlaşma-



larla ihracı yasaklanmış olan mallar veya ihracatın gerçekleşmesi için ülkemizdeki belli kurumların ön iznine tabi olan mallar veya İhracat Yönetmeliği'ndeki Kayda Mallar listesinde yer alan mallar veya diğer izinlerin söz konusu olmadığı ürünlerin ihracatı özellik arz etmeyen ihracat içerisine girer. Farklı bir açıdan bakarsak süreç ve ürün bağlamında farklılık göstermeden gerçekleşen ihracat, Özellik Arz Etmeyen İhracat olarak adlandırılır. Sonuç olarak normal bir ihracat sürecindeki gümrükleme işlemlerinin olduğu her türlü ihracat bu kapsamda değerlendirilebilir.

1.3.1.2. Özelliği Olan İhracat:

Bu başlık altında göreceğimiz ihracat şekilleri bu kapsam içerisinde yer almaktadır. Her türlü izin gereken veya farklı bir işlem sürecini kendi bünyesinde barındıran ihracat şekilleridir

1.3.1.2.1. Kayda Bağlı İhracat: Kayda Bağlı ihracat listesinde yer alan malların ihracatı kayda bağlı olarak gerçekleştirilir. İhracatı kayda bağlı olan mallar Ekonomi Bakanlığı tarafından belirlenir.

1.3.1.2.2. Ön İzne Bağlı İhracat: İhracat aşamasında eşyanın ihracatçının gerçekleşebilmesi için bazı ürünlerde devletin ilgili kurumlarından izin alınarak ihracat yapılabilmektedir. İşte bu kapsamda yapılan ihracata, İhracı ön izne bağlı ihracat denir. Örneğin Veteriner ilaçları veya gübre ihracatın da Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan izin alındıktan sonra ihracat yapılabilmektedir. Ürünün cinsine göre izin alınacak kurum farklılaşmaktadır.

1.3.1.2.3. Konsinye İhracat: Kesin satışı daha sonra yapılmak üzere yurtdışındaki alıcılara, komisyonculara, ihracatçının yurtdışındaki şube veya temsilcilerine mal gönderilmesini, yani ihracatını ifade etmektedir. Konsinye ihracatın gerçekleşebilmesi için öncelikle konsinye ihraç talepleri ilgili ihracatçılar birliğine yapılmak durumundadır.

1.3.1.2.4. Bedelli İhracat: Yurtdışına ihracatı yapılan bir ürünün karşılığında bedelinin alınması söz konusu ise bu kapsamda yapılan ihracat bedelli ihracattır. Bu ödenecek bedel para olabileceği gibi para haricinde mal, hizmet cinsinden de olabilir.

1.3.1.2.5. Bedelsiz İhracat: Yurtdışına gönderilecek eşyanın karşılığında herhangi bir bedel alınmıyorsa bu kapsamda yapılan ihracata bedelsiz ihracat denir. Örneğin firmaların ürün tanıtımı için gönderdikleri numune çalışmaları bu kapsamda değerlendirilebilir.

1.3.1.2.6. Hariçte İşleme Rejimi Kapsamında Yapılan İhracat: Ülkemizdeki bir ürünün geçici olarak yurtdışına işlenmek, tamir edilmek veya garanti kapsamında gönderilip gerekli işlemler yapıldıktan sonra tekrar yurda getirilmesi ile yapılan geçici bir ihracattır.

1.3.1.2.7. Kiralama Yoluyla Yapılan İhracat: İhracatçı firmaya ait olan bir malın belirli bir süreyle geçici olarak yurtdışındaki bir firmaya kiralanarak belirli bir süre ve bedel karşılığında kiralanıp tekrar ülkeye getirilmesi ile sonuçlanan ihracat çeşididir.

1.3.1.2.8. Dâhilde İşleme Rejimi Kapsamında Yapılan İhracat: Bir firmanın ürününü üretirken eğer kullandığı hammadde veya yarı mamul ürünler, ülke piyasası içerisinde pahalı ise ve firma bu ürünleri yurtdışından daha ucuza bulabiliyorsa hammadde veya yarı mamulü devletten almış olduğu izinle ülkeye getirip bu ürünü nihai ürün haline getirdikten sonra yurtdışına ihraç etmesiyle sonuçlanan ihracat şekline “Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında Yapılan İhracat” denir. Bu süreç içerisinde getirmiş olduğu ürünler için herhangi bir vergi (gümrük vergisi veya KDV gibi) ödenmemektedir

1.3.1.2.9. Müteahhitlik Hizmeti Kapsamında Yapılan İhracat: Ülkemizdeki yerleşik müteahhitlik firmalarının yurtdışında; inşaat, montaj, taahhüt işlerini yaparken kullanabilecekleri bir ihracat şeklidir.

1.3.1.2.10. Takas ya da Bağlı Muamele Yoluyla Yapılan İhracat: Takas, iki ülke arasında olmak üzere ihraç ya da ithal edilecek mal veya hizmetin bedelinin kısmen veya tamamen mal, hizmet veya teknoloji transferiyle sağlanmasını ifade eder. Yani ödememin tamamı veya bir kısmı paradan farklı araçlarla yapılmaktadır. Bağlı Muamele ise, takas işleminin ikiden fazla ülke arasında yaptığımızda kullandığımız bir araçtır.

1.3.1.2.11. Serbest Bölgelere Yapılan İhracat: Eğer ki bir firma, Türkiye içerisinde faaliyet gösteren bir firma ise ve Serbest Bölgedeki firmaya satış yaparsa, bu şekilde yapılan bu satışların hepsi ihracat rejim gereği, ihracat olarak kabul edilirler.



NOT

İhracatı Yasak Olan Mallar listesini EK1, İhracatı Ön İzne Tabii Ürünler Listesini EK2, İhracatı Kayda Bağlı Ürünler listesini EK3'te bulabilirsiniz.

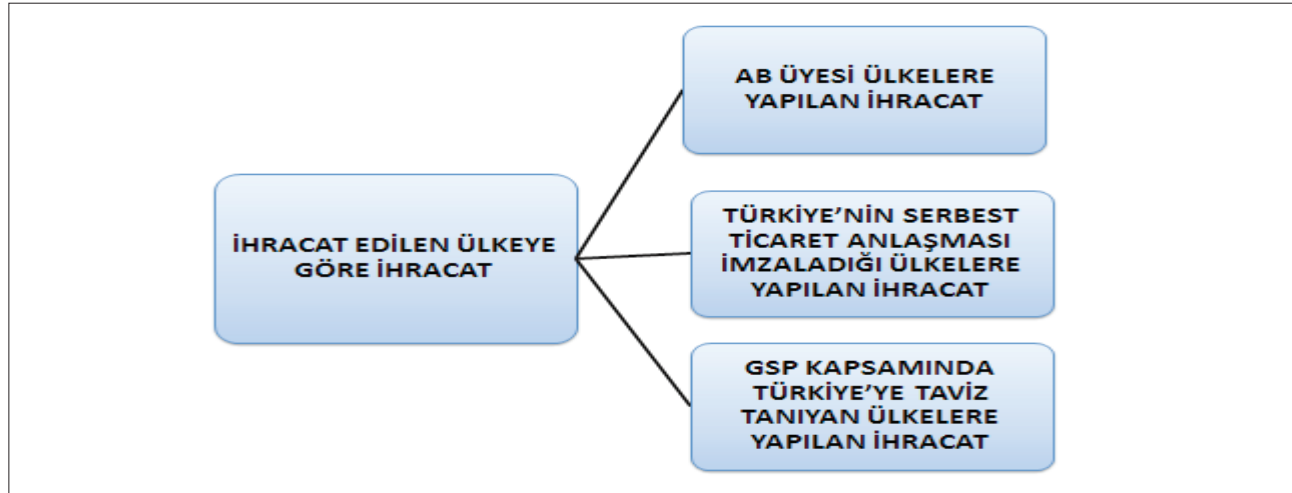
1.3.2. İHRACAT YAPILAN ÜLKEYE GÖRE İHRACAT ÇEŞİTLERİ

Bu kapsamda yapılan ihracat kendi arasında üçe ayrılır. Bunlar;

- Avrupa Birliğine yapılan ihracat,
- Serbest ticaret anlaşması imzalanan ülkelere yapılan ihracat ve
- Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi kapsamında Türkiye'ye taviz tanıyan ülkelere yapılan ihracat.

Şekil.5.

İhracat Yapılan Ülkeye Göre İhracat Çeşitleri ⁴



⁴ Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN “Dış Ticaret Giriş” Ankara, Gazi Kitabevi, 3. Baskı 2013, s 151.

1.3.2.1. Avrupa Birliği (AB) Üyesi Ülkelere Yapılan İhracat:

Türkiye Avrupa birliği üyesi ülkelerle, 1995 yılında imzaladığı ve 1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği anlaşmasıyla, Avrupa Birliği üyesi ülkelere göndermiş olduğu her türlü sanayi ürünü gümrük vergisinden muaf olarak ihracatını yapabilmektedir. Tabi bunun tersi bizim içinde geçerlidir. Ayrıca İşlenmemiş tarım ürünleri de Gümrük birliği kapsamında AB'nin diğer ülkelere (üçüncü ülkeler) Ortak Gümrük tarifesiyle tercihli tarife uygulayarak, bu üçüncü ülkelere göre ürünlerimiz daha az gümrük vergisi ödenerek girmektedir.

Tablo 1.

AB Üyesi Ülkelerin Listesi⁵

1	Almanya	11	Hırvatistan	21	Macaristan
2	Avusturya	12	Hollanda	22	Malta
3	Belçika	13	İrlanda	23	Polonya
4	Birleşik Krallık (İngiltere) ⁷	14	İspanya	24	Portekiz
5	Bulgaristan	15	İsveç	25	Romanya
6	Çek Cumhuriyeti	16	İtalya	26	Slovakya
7	Danimarka	17	Kıbrıs (Güney Kıbrıs Rum Cumhuriyeti)	27	Slovenya
8	Estonya	18	Letonya	28	Yunanistan
9	Finlandiya	19	Litvanya		
10	Fransa	20	Lüksemburg		

1.3.2.2. Türkiye'nin Serbest Ticaret Anlaşması (STA) İmzaladığı Ülkelere Yapılan İhracat:

Serbest ticaret anlaşmaları, anlaşmaya taraf olan ülkeler arasında bürokrasi, tarife ve tarife dışı engellerin kaldırılması ya da minimum düzeye çekilebilmesi için yapılan anlaşmalardır. Türkiye'nin 18.06.2016 tarihi itibarıyla Serbest ticaret anlaşması imzaladığı ülkelerle yapmış olduğu ihracatta, Türkiye'ye tercihli tarife uygulanmaktadır.

⁵ Tablo 1 alfabetik sıraya göre hazırlanmıştır

⁶ İngiltere BREXIT oylamasıyla AB üyeliğinden çıkma kararı almıştır. Ama çıkma süreci henüz tamamlanmamıştır.



Tablo 2.
STA ile Yürürlükte Olan Ülkeler

1	Arnavutluk	10	Malezya
2	Bosna Hersek	11	Morityus
3	EFTA ⁸	12	Mısır
4	Fas	13	Suriye ⁹
5	Filistin	14	Sırbistan
6	Güney Kore Cumhuriyeti	15	Şili
7	Gürcistan	16	Tunus
8	Karadağ	17	Ürdün
9	Makedonya	18	İsrail

Kaynak: www.ekonomi.gov.tr 18.06.2016

NOT

Gümrük Birliği kapsamında AB üyesi ülkelerle yapılan sanayi ürünleri ihracatında A.TR belgesi düzenlenirken, İşlenmemiş tarım ürünleri ihracatında ise EUR.1. belgesi düzenlenir. Serbest Ticaret Anlaşması yapmış olduğumuz ülkelere yapılan ihracatta EUR.1 belgesi düzenlenir.

1.3.2.3. Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi (GSP) Kapsamında Türkiye'ye Taviz Uygulayan Ülkelere İhracat:

GSP sistemi, bazı gelişmiş ülkelerin, dış ticaret sürecinde gelişmekte olan ülkelere tek taraflı olarak tanımış oldukları bir ayrıcalıktır. Burada dikkat edilmesi gereken husus, bu ayrıcalığın tüm ithalat ürünleri için geçerli olmadığıdır. Bu yüzden GSP sistemi içerisinde ayrıcalık tanınan ürünlerin listesine önceden bakmakta ve ona göre hareket etmekte fayda vardır. Bu listedeki ayrıcalık, tavizli gümrük oranlarıdır. Yani diğer ülkelere göre daha az gümrük vergisi alınmasıdır.

⁷ EFTA üyesi ülkeler; İsviçre, Norveç, İzlanda, Lihtenştayn

⁸ Türkiye ile Suriye Arasında Serbest Ticaret Alanı Tesis Eden Ortaklık Anlaşması 6 Aralık 2011 tarihli Bakanlar Kurulu Kararı ile askıya alınmıştır.



NOT

Türkiye'ye tavizli gümrük oranı uygulayan ülkelere ihracat sürecinde Özel Menşe Şahadetnamesi olan FORM- A düzenlenmektedir.

1.3.3. İHRAÇ EDİLEN ÜRÜNE GÖRE İHRACAT

Ürünün kendi özelliğinden kaynaklanan ihracatın uygulama sürecinin farklılaştığını ve ihracat çeşidi olarak ayrı tasnif edildiğini görmekteyiz. Bu tasnifi kendi içerisinde 3 bölüme ayırabiliriz.

1.3.3.1. İhracat Sürecinde Üründeki Standarda Göre İhracat:

Türkiye'deki standart çalışmaları Türk Standartlar Enstitüsü, Ekonomi Bakanlığı Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü ve bazı özel şirketlerin vermiş oldukları kalite sistemlerini bu çalışmalar içerisinde değerlendirebiliriz.

1.3.3.2. Bitki ve Bitkisel Ürünlerin İhracatı:

Bu ürünlerin ihracatın yapacak olan firmalar öncelikle, ürünlerinde herhangi bir hastalık, zararlı madde ve ilaç kalıntılarının olmadığını göstermesi ve bunu ilgili resmi kurumlardan onaylanmış bir şekilde belgelemesi gerekmektedir ki, işte bu belgeye “Bitki Sağlık Sertifikası” demekteyiz. Bu ürünlerle ilgili sertifika çalışmaları için Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığına bağlı Tarım İl Müdürlükleri ve Zirai Karantina Müdürlükleri ile irtibata geçilmesi gerekmektedir. İhracat esnasında Bitki Sağlık Sertifikasının ilgili gümrük idarelerine sunulması gerekmektedir. Ayrıca tarım ürünlerin ihracatında Borsa Tescil Beyannamesinin de düzenlenerek ilgili gümrük idaresine sunulması gerekmektedir.

1.3.3.3. Hayvan Ürünleri İhracatı (Canlı Hayvan Dâhil):

İhracatçıların canlı hayvan, hayvansal maddeler ve deniz ürünleri ihracatında, bu ürünlerin insan ve hayvanlara geçebilen hastalıklardan temiz olduğunu gösterir “Sağlık Sertifikalarını” temin etmeleri gerekmektedir. Bu sertifikalar için yetkili kuruluş, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığına bağlı Tarım İl Müdürlükleri'dir.



1.3.3.4. Analiz Gerektiren Ürünlerin İhracatı:

İhracat sürecinde bazı ürünlerden ekspertiz raporu istenmektedir. Bu ürünler; halı, hediyelik eşya, lületaşından yapılan pipo vb. ürünlerdir.

- **Halı ihracatında**, öncelikle bilmemiz gereken en önemli unsur “Eski Eserler Mevzuatı” gereğince eski eser niteliği taşıyan tüm malların ihracatı yasaktır. İhracatı yapılacak halıda bu kapsamda değerlendirilirse (eski bir eser ise) ihracatı yasaktır. İşte bu kapsamda, ihraç edilmesi düşünülen halıların eski eser olup olmadığının tespiti amacıyla ihracatçı firmanın ilgili ticaret ve /veya sanayi odasına bir dilekçe ile başvurup ilgili oda tarafından ekspertize tabi tutulan ürünün eski eser olmadığını gösterir bir rapor verilirse, ilgili gümrük işlemlerini ihracatçı yapabilmektedir. Yani halı ihracatını gerçekleştirebilecektir.
- **Hediyelik Eşya İhracatında** Yine “Eski Eserler Mevzuatı” gereğince bu sefer bakırdan ve pirinçten imal edilen hediyelik eşyaların ihracatı kanun gereğince müze ekspertizlerine ilgili rapor hazırlanmaktadır. İhracatçı firma ilgili odaya yapacağı başvuru ile bu ekspertiz raporunun alınması ile ilgili süreci başlatılır.
- **Lületaşından imal edilen ürünlerin ihracatında**, ham lületaşının yurtdışına ihracatının engellemek amacıyla, ihraç edilmesi düşünülen lületaşı ürünlerin ihracatının yapılabilmesi için ekspertiz raporuna ihtiyaç vardır.

Ayrıca mevzuat açısından ayırdığımız ihracatı ön izne tabi ürünlerin ihracatını da bu başlık altında değerlendirmekte mümkündür. Hatırlanacağı üzere ihracatı ön izne tabi ürünler listesinde yer alan bu ürünlerin ihracatından önce devletin ilgili kurumlarından izin alınması gerekiyordu. İzin alınması gereken devlet kurumları ise izin alınacak ürüne göre değişmekteydi. Örneğin silah (av ve spor silahları hariç) ihracatı yapacak bir firmanın Milli Savunma Bakanlığından, Kimyasal gübreler haricindeki gübrelerin Gıda Tarım ve Hayvancılık bakanlığından veya Nükleer alanda kullanılan malzeme, ekipman ve ilgili teknolojinin ihracatına izin verilebilmesi için Türkiye Atom Enerjisi Kurumundan izin alınması gerekmektedir.

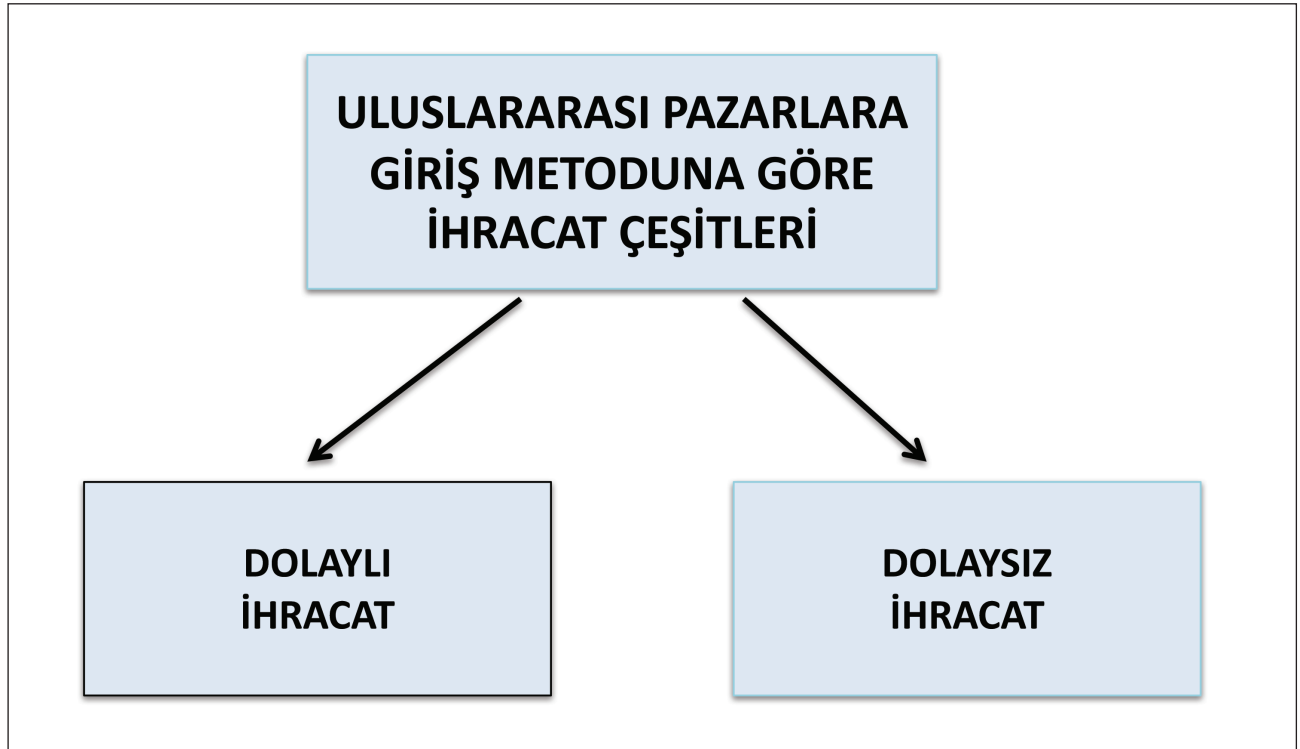
1.3.4. ULUSLARARASI PAZARLARA GİRİŞ METODUNA GÖRE İHRACAT ÇEŞİTLERİ

İhracatın çeşitlerini incelerken başka bir ayrıştırmada ülkeye giriş yapma metoduna göre yapılmaktadır. Bu kapsamda ihracatı ikiye ayırabiliriz. Bunlar;

- Dolaylı ihracat
- Dolaysız (Direkt) İhracattır.

Şekil.6.

Uluslararası Pazarlara Giriş Metoduna Göre İhracat Çeşitleri⁹

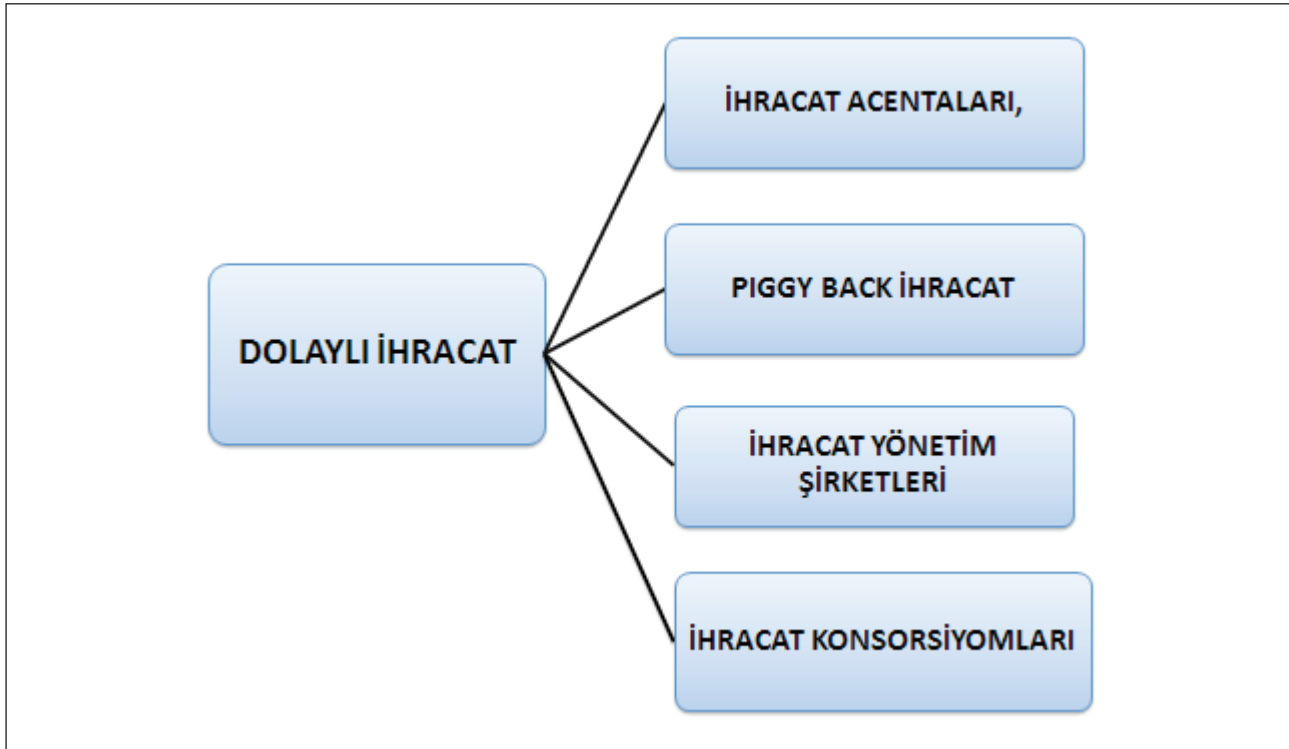


⁹ a.g.e, s 155.

1.3.4.1. DOLAYLI İHRACAT

Dolaylı ihracat, çoğu kez ihracat yapmak isteyen firmanın, ihracat süreçlerini bilmemesi, ihracatı yönlendirecek ve yönetecek personele sahip olmaması, personeli yurtdışındaki müşteriye ile ilişkileri götürebilecek teknik ve yabancı dil bilgisi olmaması gibi nedenlerden dolayı tercih edilmektedir. Süreçte bu işleri yapacak bir aracı firma devreye girmekte ve ihracatçı firmanın adına bu işleri yönetmektedir.

Şekil.7.
Dolaylı İhracat ¹⁰



¹⁰ a.g.e, s 156.

1.3.4.1.1. İhracat Acenteleri:

Bu kapsam içerisinde ihracat acenteleri, tüccarlar, ihracat ticaret firmaları yer almaktadır. İhracat acentelerini kendi içerisinde değerlendirmek istersek ya belirli bir sektörde uzmanlaşmış ya da belirli bir pazar üzerinde uzmanlaşmış olan genellikle küçük ölçekli firmalardır.

1.3.4.1.2. Piggyback İhracat:

Piggybak ihracatı anlayabilmek için öncelikle Piggybak firmasının ne olduğunu anlamamız gerekir. Piggybak firması, ihracatçı firmanın başka ülkelerdeki dağıtım faaliyetlerini yürüten firmalar olarak tanımlanabilir.

Piggyback ihracat ise; yurtdışı pazarlarda belli bir sirkülasyon yakalamış ve tecrübeli bir firmanın dağıtım ağına yeni bir ürün ekleyerek, eklemiş olduğu ürünü satan firmanın ürünlerinin ihracatını yapması olayıdır.

1.3.4.1.3. İhracat Yönetim Şirketleri:

İhracat Yönetim Şirketleri, mallarını satacağı üreticiler adına ya da kendi adlarına komisyon, ücret ya da vekâlet ücreti artı komisyon karşılığında satmakta ve satışla ilgili işlemleri yerine getirmektedirler.

1.3.4.1.4. İhracat Konsorsiyumları:

İhracat konsorsiyumları aynı sektörde veya benzer ve alt sektörlerde faaliyet gösteren firmaların ihracat süreçlerindeki firma tecrübesini geliştirmek ve bu konsorsiyum içerisinde olan firmaların ihracat hacimlerini artırmak amacıyla, üyelerin gönüllük esasına göre bir araya geldikleri örgütlenmelerdir.

Ülkemiz özelinde ihracat yapan veya yapmak isteyen KOBİ'lerin bu konsorsiyum altında örgütlenmelerini devletimiz desteklemektedir. Bu kapsamda bir araya gelen firmalar mevzuat açısından "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri" (SDŞ) olarak ifade edilmektedir. Ülkemizde SDŞ'lere verilen teşvikler her zaman normal ihracat firmalarına verilen teşviklerden daha fazladır.



1.3.4.2. DOĞRUDAN İHRACAT

Doğrudan ihracatta, ihracatçı tüm ihracat süreçlerini kendisinin üstlenerek gerçekleştirdiği bir ihracat modelidir. Yani ihracatçının başka bir ülkede müşteri bulmasından mal bedelinin alınmasına kadar tüm sorumlulukları ihracatçı firmanın kendisi üstlenmektedir diyebiliriz.

Şekil.8.
*Doğrudan İhracat*¹¹

DOĞRUDAN İHRACAT

YURT DIŞI SATIŞ BÜROSU/ŞİRKETİ
YURTDIŞI SATIŞ TEMSİLCİLERİ
ACENTALAR
DİSTRİBÜTÖRLER/BAYİLER
İTHALATÇILAR VE TOPTANCILAR
PERAKENDECİLER
NİHAİ TÜKETİCİLER

¹¹ a.g.e, s 156.



1.3.4.2.1. Yurt dışı Satış Bürosu / Şirketi:

İhracatçı firmalar, diğer ülkelerde satışlarını direkt o ülke içerisinde pazarlamasını yapmak üzere kendi satış bürolarını kurabilirler. İşte bu kapsamda faaliyet gösterdiğinde bu tür yapılanmalar firmanın yurt dışı satış bürosu veya şirketi olarak adlandırılır. İhracatçı firmalar bunun sayesinde ithalatçı ülke pazarındaki toptancı, acente, perakendeci ve nihai tüketicilere çok daha rahat ulaşabilme imkânına kavuşup ihracatlarının sürekliliğini sağlayabilirler..

1.3.4.2.2. Yurtdışı Satış Temsilcileri:

Yurtdışı satış temsilcileri, İhracatçı firmanın ihracat yaptığı veya yapmayı düşündüğü ülkede kurulu olan ve ihracatçı firmanın yurtdışı pazarlarda temsil edip ihracatçı firma adına satış yapan firmalardır. Genellikle satış temsilcileriyle belirli bir zaman dilimi için sözleşme yapılmaktadır. Süreçten her iki tarafta memnunsu bu sözleşme süreleri karşılıklı olarak uzatılabilmektedir.

1.3.4.2.3. Acenteler:

Yurtdışı acenteler yapı itibarıyla ülke içerisinde faaliyet gösteren acentelere benzerlik gösterirler. Acenteler genel itibarıyla, ihracatçı firmanın hedef ithalatçı pazarında ihracatçıya müşteri bulan ve ihracatçı firma adına olası ithalatçıyla pazarlık yapan işletmelerdir.

1.3.4.2.4. Distribütör ve Bayiler:

Dış ticaret bağlamında distribütörlük çalışmalarını ülke distribütörü olarak düşünürsek, genellikle ihracatçı firmanın malını ithalatçı ülkede satmaya yetkili tek kuruluştur. Distribütör firma eğer kurabilirse kendi dağıtım ve satış ağını bayiler aracılığı ile devam ettirmeye çalışır. Distribütörler, malı direkt olarak ihracatçı firmadan satın aldıklarından bu ürünlerin mülkiyetini almakta ve her türlü risk ve sorumluluğun altına girmektedir. Dolayısıyla ülke içerisinde devamlı satış yaptıklarından genellikle stokla çalışmakta ve stok ürün bulundurmaktadırlar. Dolayısıyla İthalatçı ülke içerisinde malı direkt distribütör sattığından satış sonrası hizmetlerden de distribütör sorumlu olmaktadır.



1.3.4.2.5. İthalatçılar ve Toptancılar:

İhracatçı firma, ithalatçı ülkedeki herhangi bir firmaya mal satabileceği gibi ithalatçı ülkedeki toptancı firmaya da satabilir. Aradaki temel fark, normal ithalatçı almış olduğu ürünü kendi ihtiyaçları için kullanırken, toptancı ithalatçı ise, ihracatçıdan almış olduğu ürünü kendisi aldıktan sonra ülke içerisinde satışını yapar.

1.3.4.2.6. Perakendeciler:

Toptancı ithalatçılar normalde kendi ülkelerindeki perakendecilere mal satarlar ama ihracatçı firma perakendeci firmaya ulaşabiliyorsa ithalat ülkesindeki perakendecilere de mal satabilir. Dolayısıyla ithalat ülkesindeki perakendeciler, ihracatçı firmaların ürünlerini ithalat ülkesinde bulunan ve nihai(-son) tüketicilere satan firmalardır.

1.3.4.2.7. Nihai (Son) Tüketiciler:

Aslında ihracatçı firmanın ithalat ülkesindeki tüm aracıları devreden çıkarıp ki bunlar içerisinde perakendecilerde vardır. Direkt olarak son tüketiciye ulaşmasıdır. Dolayısı ile ihracatçı firma kendi ürünlerini ithalatçı ülkede açacağı depo veya mağaza türü yerlerde ithalat ülkesindeki son tüketiciye ulaşma imkânına sahip olmaktadır. Bu şekilde ihracatçı firma ithalat ülkesindeki diğer tarafların tüm kazançlarına da talip olmuş ve ithalat ülkesindeki diğer aracılardan kazançlarını direkt olarak kendisi almıştır.



İKİNCİ BÖLÜM ULUSLARARASI TESLİM VE ÖDEME ŞEKİLLERİ



DOĞU ANADOLU
İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

İhracat Pazarlama Teknikleri



2.1. ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİNE GİRİŞ

Dış ticaretin en önemli unsurlarından bir tanesi, ihracatçı firmanın ürününü ithalatçı ülkeye nasıl göndereceğini ve bu gönderim aşamasındaki maliyet ve risklerin hangilerinin ihracatçı firmaya ait olduğunun belirlenmesidir. İşte bizler bu kapsamda düzenlenen kurallara “INCOTERMS” diğer bir ifadeyle “Teslim Şekilleri” demektediriz.

Teslim Şekillerini daha iyi anlayabilmek adına kısa bir soru sorup cevabını vermeye çalışalım. “Teslim Şekilleri diğer bir ifadeyle Incoterms ne işe yarar”? Bu sorumuza cevap vermeden önce bir örnek olay üzerinden gidelim ve daha sonra sorumuza cevap verelim.

ÖRNEK 1

Muş'ta faaliyet gösteren Yılmazlar firması yapmış olduğu pazar araştırması ve seyahatleri neticesinde Irak'ta müşteri bulmuş ve Irak Erbil'deki firmaya, bir tır tekstil ürünleri satmak için anlaşmıştı.

Şimdi burada başka bir soru soralım. “Yılmazlar firması malları Irak'a gönderirken hangi süreçlerle karşı karşıya kalacaktır”?

Bu süreçleri maddeler halinde sıralarsak;

- Muş'taki Yılmazlar firmasının malları fabrikasından araca yüklenmesi
- Irak'a giderken malların ihracat gümrüklemesinin yapılması
- Navlun¹ bedelinin ödenmesi
- Navlun süreci için sigorta yapılması
- Irak'a gelen ürünlerin ithalat gümrükleme işlemlerinin yapılması
- Irak devletine ödenecek mali yükümlülüklerin² ödenmesi

¹ Navlun: Uluslararası Taşıma süreci ve ücreti

² İthalat ülkesindeki mali yükümlülükler, varsa gümrük vergisi, KDV vb. vergileri ifade etmektedir.



- Irak'taki firmaya kadar olan iç nakliye masrafları ve süreçteki riskler
- Irak'taki firmaya gelen ürünlerin boşaltılması

Örnek 1 de yer alan olayda, Yılmazlar firması genel olarak yukarıda maddelerde belirtilen süreçlerle karşı karşıya kalır.

Şimdi gelelim ilk sorumuzun cevabına ama öncesinde sorumuzu hatırlayalım.

“Teslim Şekilleri diğer bir ifadeyle Incoterms ne işe yarar”?

Sorumuzun cevabını şimdi daha net bir şekilde verebiliriz. Incoterms dış ticaret sürecinde³ ihracat ülkesindeki bir malın ithalat ülkesine gönderilirken hangi taşıma aracıyla gönderileceğini, ihracat ve ithalat gümrükleme işlemlerinin hangi tarafın yapacağını ve süreçteki masraf ve risklerin hangi tarafa ait olduğunu belirlememize yarar.

2.1.1. INCOTERMS'ÜN TARİHÇESİ

Bir önceki bölümde de ifade ettiğimiz üzere Incoterms kavramından kastımız Türkçe ifadesiyle Teslim Şekilleridir,

Incoterms kuralları Milletlerarası Ticaret Odası ⁴(MTO) tarafından oluşturulmuş kurallar bütünüdür. MTO merkezi Fransa Paris'tedir. Dolayısıyla uluslararası bir kuruluş tarafından oluşturulan bu kurallar tüm dünyada kabul görmüştür. Incoterms kuralları ilke defa 1936 yılında oluşturulmuştur. Günümüze kadar ise bir hayli değişiklikler geçirerek günümüze kadar gelmiştir. Aşağıdaki tabloda şu ana kadar oluşturulan Incoterms kurallarının tarihçesini olarak görebilirsiniz.

³ Incoterms genel anlamda dış ticarete kullanıldığı için dış ticaret süreci denmiştir. Arzu edildiği takdirde Incoterms iç ticarete de kullanılır.

⁴ İngilizcesi, “International Chamber of Commerce” (ICC)

Tablo.3.
Incoterms Kurallarının Tarihçesi

1	1936
2	1953
3	1967
4	1976
5	1980
6	1990
7	2000
8	2010

Dolayısıyla günümüzde en son versiyon Incoterms®2010 kurallarıdır. Incoterms®2010, 1 Ocak 2011 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

2.1.2. INCOTERMS KURALLARININ TANIMI VE AMACI

Incoterms; uluslararası ticarete alıcı ve satıcının hak ve yükümlülüklerini belirleyen uluslararası standart kurallar *bütünüdür*.⁵ Tanımı örnek olayımızla detaylandırmak istersek, Muş'taki Yılmazlar firması (satıcı) ile Irak'taki firmanın (alıcı) birbirlerine olan yükümlülükleri, örneğin navlun bedelini veya ithalat ülkesindeki gümrük vergilerini ödemek kimin yükümlülüğünde ise bunların belirlenen Incoterms kuralına göre yükümlü olan tarafın yerine getirmesidir.

Incoterms kurallarının amacı ise, tanımda da ifade edildiği gibi standart kurallar oluşturarak farklı ülkelerdeki farklı ihracat veya ithalatçıların birbirleri ile anlaşabilecekleri ortak bir dil oluşturmaktır. Yani Muş'taki ihracatçı firma ile ithalatçı ister Irak, ister Hollanda isterse Nijerya olsun hiç fark etmez hangi ülke olursa olsun, kendi aralarında anlaşırken Incoterms kuralları sayesinde rahatça anlaşabilmelerini sağlayan ortak bir dil olmasıdır.

⁵ Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN, “İhracat Anlamak ve Yönetmek İçin Bilmeniz Gereken Her Şey”, 2. Baskı, Optimist Yayınları, Haziran 2013, s.66.

2.1.3. INCOTERMS®2010

Incoterms®2010 daha önceden de ifade ettiğimiz üzere 1. Ocak 2011 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Incoterms kurallarının bir önceki versiyonu ise Incoterms 2000 kurallarıydı. Dolayısıyla son versiyon ile önceki versiyon arasından bir takım farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıkları aşağıdaki gibi sınıflandırabiliriz.

1. Incoterms 2000’de kaldırılan kurallar
2. Incoterms®2010’da eklenen kurallar
3. Incoterms 2000’de yer alıp, Incoterms®2010’da değişikliğe uğramayan kurallar
4. Incoterms 2000’de yer alıp, Incoterms®2010’da değişikliğe uğrayan kurallar

Incoterms®2010’kendi içerisinde iki ana grup olmak üzere toplamda 11 teslim kuralından oluşmaktadır. Bunlar aşağıda Tablo.4’de belirtilmiştir.

Tablo.4.
Incoterms®2010 Gruplandırma Sistematigi⁶

Tüm Taşıma Türlerini Kapsayan Kurallar	Deniz ve İçsu Taşımalarına Özgü Kurallar
EXW İşyerinde Teslim	FAS: Gemi Doğrultusunda Masrafsız
FCA Taşıyıcıya Masrafsız	FOB: Gemide Masrafsız
CPT Taşıyıcıya Ödenmiş Olarak	CFR: Masraflar ve Navlun
CIP Taşıma ve Sigorta Ödenmiş Olarak	CIF: Masraflar, Sigorta ve Navlun
DAT Terminalde Teslim	
DAP Belirlenen Yerde Teslim	
DDP Gümrük Resmi Ödenmiş Olarak Teslim	

⁶ Mutlu Yılmaz, Ahmet Özken, “111 Soruda Incoterms” İstanbul, Optimist Yayınları 2013, s 71.

Tablo.4’ü incelediğimizde Incoterms®2010 kapsamında gruplandırma sistematüğini “Taşıma Türleri” baz alınarak yapıldığını görmekteyiz. Dolayısıyla gruplandırmada Denizyolu için ayrı bir model oluşturulurken diğer taşıma türleri ise, tüm taşıma türleri olarak bir arada değerlendirilmiştir.

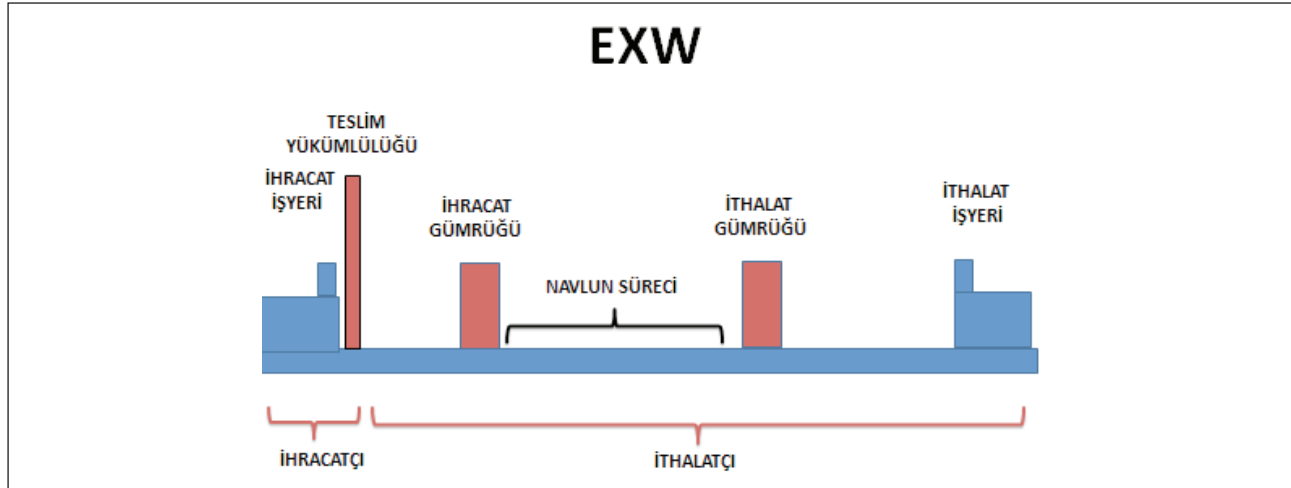
Bundan sonra 2 ana grup içerisinde yer alan 11 tane teslim şeklini diğer ifadeyle kuralını gruplandırma sistematüğini baz alarak, her birini detaylı olarak açıklamaya çalışalım. Bu çalışmaya başlamadan önce “Teslim Yükümlülüğü” kavramını bilmemiz gerekir. *Teslim Yükümlülüğü; İhracatçı firmanın olası riski ve çoğu zamanda maliyetleri devrettiği yer olarak kısaca tanımlayabiliriz. Dolayısıyla, Her bir teslim şeklini açıklarken “İhracatçı teslim etme yükümlülüğünü nerede yerine getirir”? Sorusunun cevabını vererek açıklayacağız.*

2.1.3.1 Tüm Taşıma Türlerini Kapsayan Kurallar:

Bu gruplandırma içerisinde toplamda yedi tane teslim kuralı vardır. Bunlar; EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DAT, DDP teslim kurallarıdır.

2.1.3.1.1. EXW (Ex Work)

Şekil. 9.
EXW





- İhracatçı firma malları teslim etme yükümlülüğünü kendi işyeri olarak belirttiği yerde yerine getirir. Örnek şeklimizde, ihracatçı fabrikada teslim etme yükümlülüğünü yerine getirmiş.
- İhracat gümrükleme işlerinin yapılacağı yere kadar olan iç taşıma ve süreçteki riskler ithalatçı firmaya aittir.
- İhracat gümrükleme işlemlerini ithalatçı firma yerine getirir.
- Navlun bedelini ithalatçı öder⁷,
- Navlun süresindeki olası risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.
- İthalat ülkesinde gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ithalatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat ülkesindeki mali yükümlülükleri ithalatçı firma yerine getirir.
- İthalatçı ülkede iç taşıma masrafları ve bu süreçteki risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.
- İthalat ülkesine varışta malların boşaltma masrafları ithalatçıya aittir.

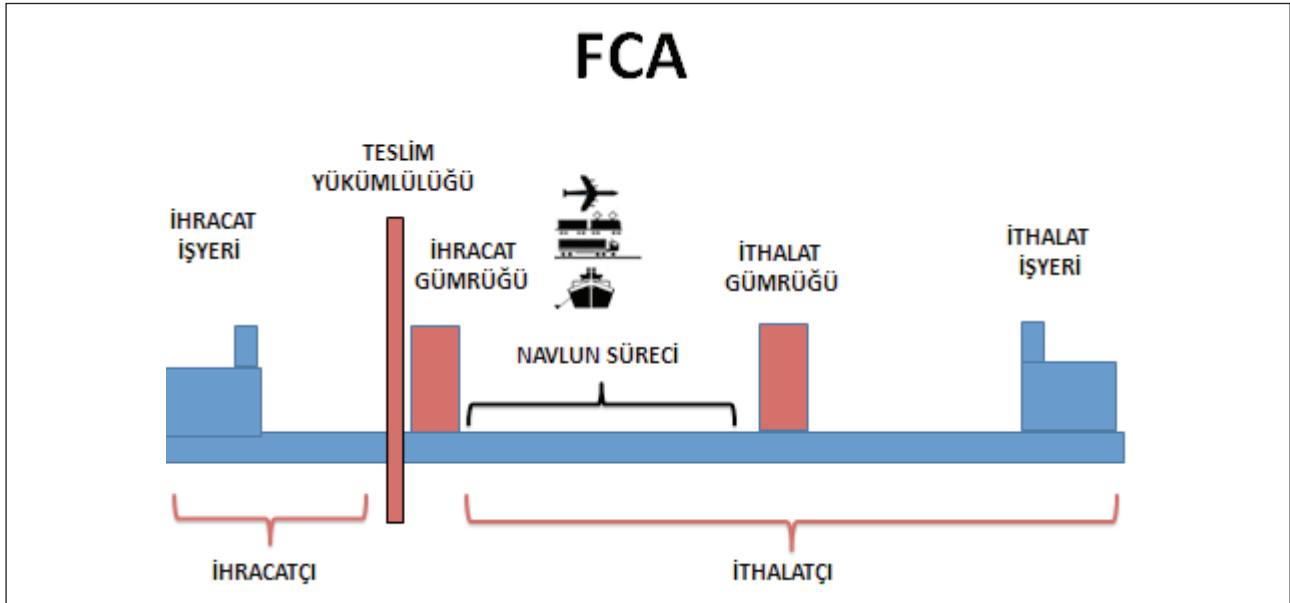
Kısaca ihracatçı firma malı üretmekte ve kendi işyerinde teslim etmekte ve sonrasındaki süreçte hiçbir işleme karışmamakta⁸ ve süreçteki maliyetleri üstlenmemektedir.

⁷ Navlun bedelini ithalatçının ödemesi ticari bir teamüldür. EXW kuralında navlun bedelinin kimin ödeyeceği belirtilmemiştir.

⁸ İthalatçı firma ithalat gümrükleme işlemlerini yapacak durumda değilse, ihracatçı firmanın ihracat gümrüklemesinin maliyeti ithalatçıya ait olmak üzere ihracatçının yapmasını MTO tavsiye etmektedir. Ülkemizde EXW gerçekleşen ihracatlarını %99,9 oranında ihracat gümrükleme işlemlerini ihracatçının yükümlülüğü olmasa bile ihracatçı firma yapmaktadır.

2.1.3.1.2. FCA (Free Carrier)

Şekil. 10.
FCA

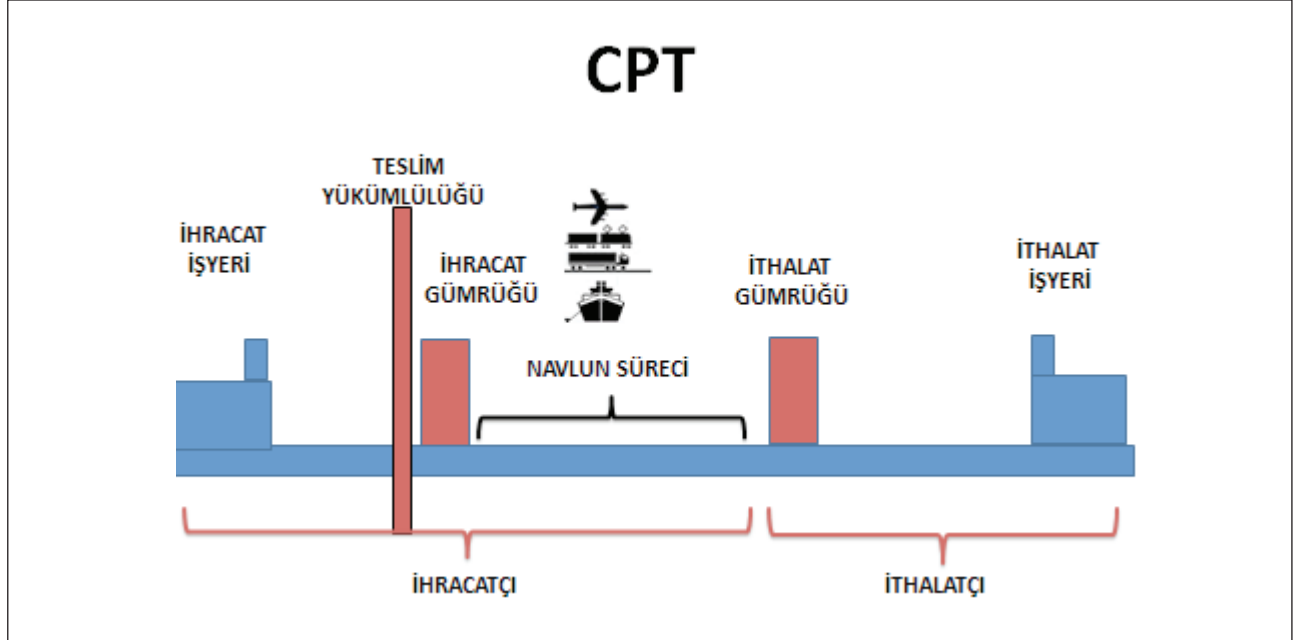


- İhracatçı firma malları teslim etme yükümlülüğünü, ihracatçı ülkede belirlenen herhangi bir yerde (navlun bedelini ithalatçı ödediği için ithalatçının belirlemesi daha rasyoneldir) yerine getirir. Örneğin ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü ihracatçı işyerinde, ihracat gümrükleme yerinde veya nakliyecinin işyerinde gibi değişik yerlerde yerine getirebilir. Bu yer anlaşmaya göre değişebilmektedir. Şeklimizde ise ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü ihracat gümrüklemesinin yapılacağı yerde yerine getirmiştir.
- İhracat gümrüklemesinin yapılacağı yere göre (Şekil.10 baz alınarak ifade edilmektedir.) iç nakliye masrafları ve bu süreçteki risk ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.

- İhracat gümrükleme işlemlerini ihracatçı firma sonuçlandırır
- Navlun bedelini ithalatçı firma öder
- Navlun sürecindeki ve sonraki aşamalarındaki olası risk faktörü ithalatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat gümrükleme işlemlerini ithalatçı sonuçlandırır.
- İthalat ülkesindeki mali yükümlülükleri ithalatçı firma yerine getirir.
- İthalat ülkesindeki boşaltma masrafları ve boşaltma sürecindeki riskler ithalatçı firmaya aittir.

2.1.3.1.3 CPT (Carriage Paid To..)

Şekil. 11.
CPT

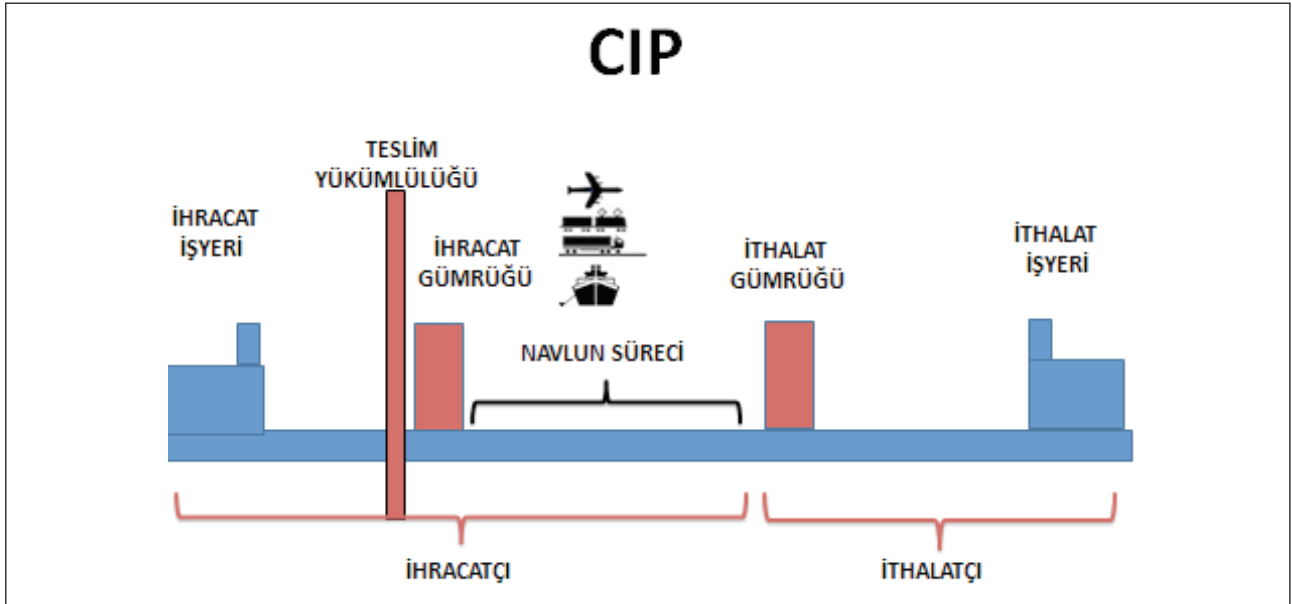




- İhracatçı firma, malları teslim etme yükümlülüğünü ihracatçı ülkede belirlenen herhangi bir yerde yerine getirir. Örneğin ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü ihracatçı işyerinde, ihracat gümrükleme yerinde veya nakliyecinin işyerinde gibi değişik yerlerde yerine getirebilir Bu yer anlaşılmaya göre değişebilmektedir. Şeklimizde ise ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü ihracat gümrüklemesinin yapılacağı yerde yerine getirmiştir.
- İhracat gümrüklemesinin yapılacağı yere göre (Şekil.11 baz alınarak ifade edilmektedir.) iç nakliye masrafları ve bu süreçteki risk ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İhracat gümrükleme işlemlerini ihracatçı firma sonuçlandırır
- Navlun bedelini ihracatçı firma öder
- Navlun sürecindeki ve sonraki aşamalardaki olası risk faktörü ithalatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat gümrükleme işlemlerini ithalatçı sonuçlandırır.
- İthalat ülkesindeki mali yükümlülükleri ithalatçı firma yerine getirir.
- İthalat ülkesindeki boşaltma masrafları ve boşaltma sürecindeki riskler ithalatçı firmaya aittir.

2.1.3.1.4 CIP (Carriage Insurance Paid to..)

Şekil. 12.
CIP

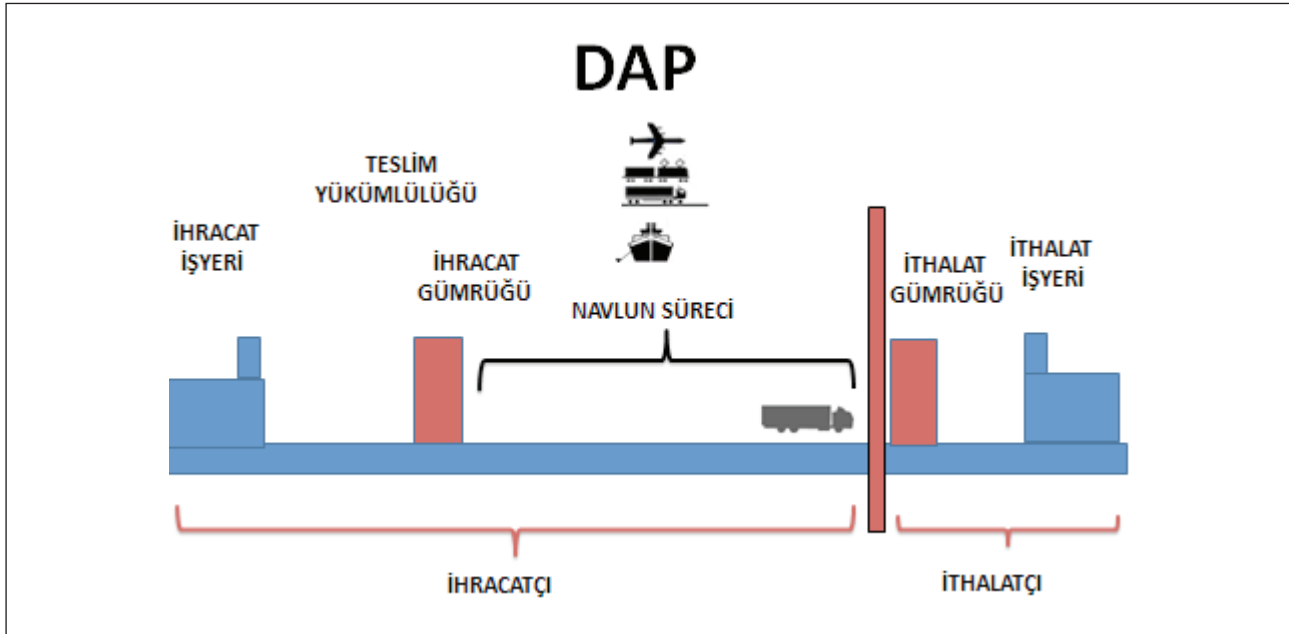


- İhracatçı firma, malları teslim etme yükümlülüğünü ihracatçı ülkede belirlenen herhangi bir yerde yerine getirir. Örneğin ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü ihracatçı işyerinde, ihracat gümrükleme yerinde veya nakliyecinin işyerinde gibi değişik yerlerde yerine getirebilir. Bu yer anlaşmaya göre değişebilmektedir. Şeklimizde ise ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü ihracat gümrüklemesinin yapılacağı yerde yerine getirmiştir.
- İhracat gümrüklemesinin yapılacağı yere göre (Şekil.12 baz alınarak ifade edilmektedir.) iç nakliye masrafları ve bu süreçteki risk ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İhracat gümrükleme işlemlerini ihracatçı firma sonuçlandırır
- Navlun bedelini ihracatçı firma öder

- Navlun sürecindeki ve sonraki aşamalardaki olası risk faktörü ithalatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- Navlun sürecindeki risklerle alakalı sigortayı, (minimum riskleri içeren [C Clause]) ihracatçı firma yapar.
- İthalat gümrükleme işlemlerini ithalatçı sonuçlandırır.
- İthalat ülkesindeki mali yükümlülükleri ithalatçı firma yerine getirir.
- İthalat ülkesindeki boşaltma masrafları ve boşaltma sürecindeki riskler ithalatçı firmaya aittir.

2.1.3.1.5. DAP (Delivered at Place)

Şekil. 13.
DAP



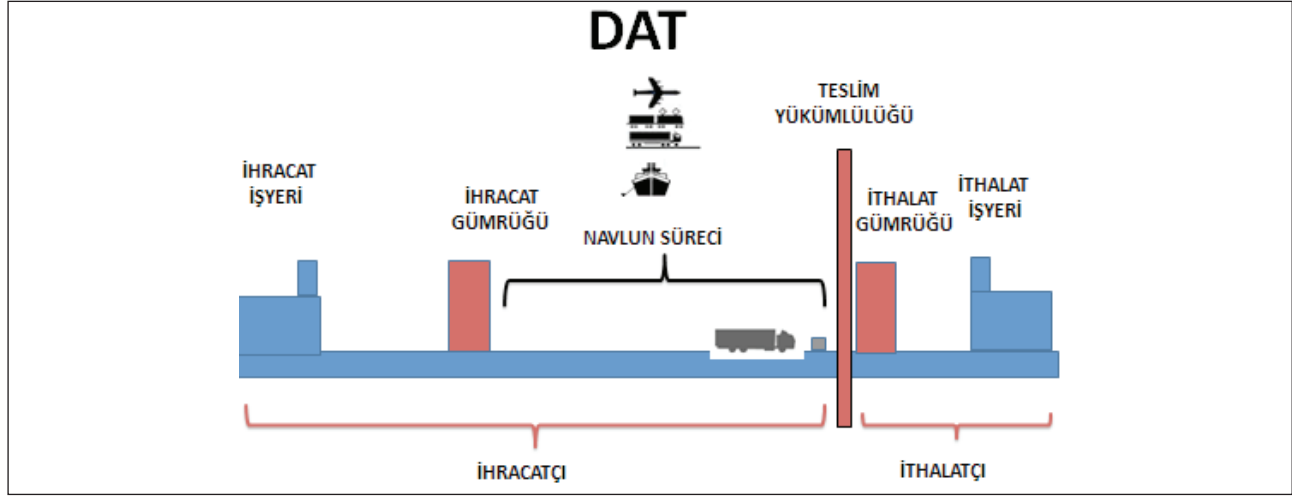


- İhracatçı firma malları teslim etme yükümlülüğünü, ithalatçı ülkede belirlenen herhangi bir yerde, mallar taşıma aracından boşaltılmamış bir şekilde yerine getirir. Örnek olarak Şekil 13’de ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü ithalat gümrüğünde yerine getirmiştir.
- İhracat gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- Navlun bedelini ihracatçı firma öder
- Navlun sürecindeki olası risk faktörü ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat ülkesindeki gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ithalatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat ülkesindeki mali yükümlülükleri ithalatçı firma yerine getirir.
- İthalat ülkesindeki boşaltma masrafları ve boşaltma sürecindeki risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.

2.1.3.1.6. DAT (Delivered at Terminal)

Şekil. 14.

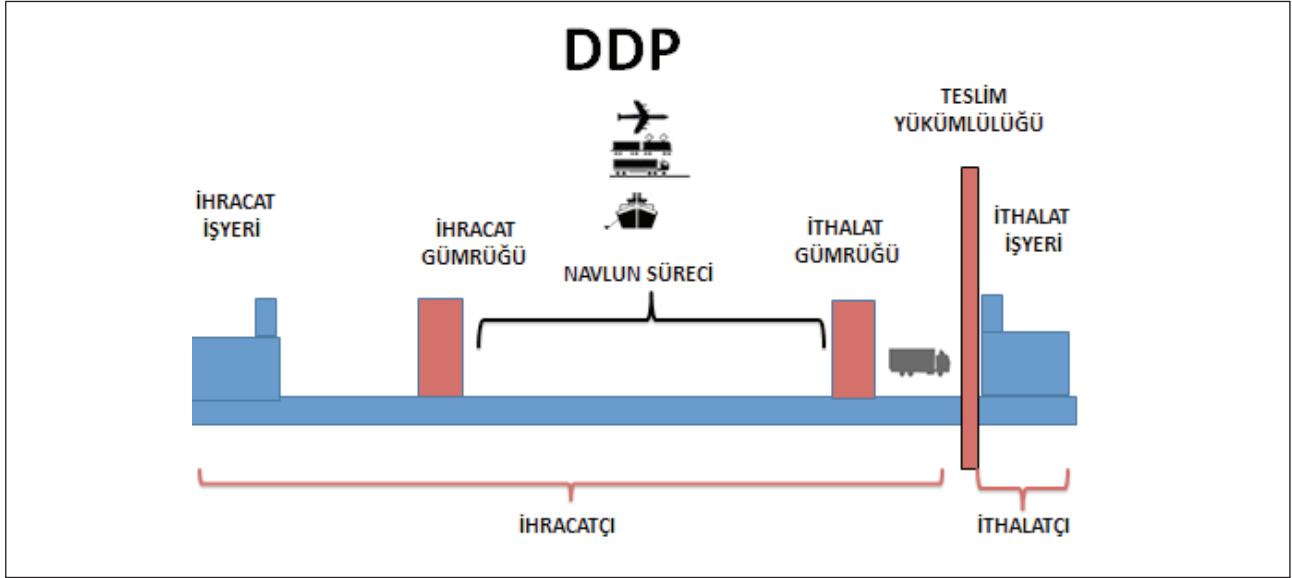
DAT



- İhracatçı firma malları teslim etme yükümlülüğünü, ithalatçı ülkede belirlenen herhangi bir yerde, mallar taşıma aracından boşaltılmış bir şekilde yerine getirir. Örnek olarak Şekil 14’de ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü ithalat gümrüğünde yerine getirmiştir.
- İhracat gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- Navlun bedelini ihracatçı firma öder
- Navlun sürecindeki olası risk faktörü ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat ülkesindeki gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ithalatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat ülkesindeki mali yükümlülükleri ithalatçı firma yerine getirir.
- İthalat ülkesindeki boşaltma masrafları ve boşaltma sürecindeki risk faktörü ihracatçı firmaya aittir.

2.1.3.1.7. DDP (Delivered Duty Paid)

Şekil. 15.
DDP



- İhracatçı firma malları teslim etme yükümlülüğünü, ithalatçı ülkede belirlenen herhangi bir yerde, mallar taşıma aracından boşaltılmamış bir şekilde yerine getirir. Örnek olarak Şekil 15'te ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü ithalatçı firmanın işyerinde yerine getirmiştir.
- İhracat gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- Navlun bedelini ihracatçı firma öder
- Navlun sürecindeki olası risk faktörü ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat ülkesindeki gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.

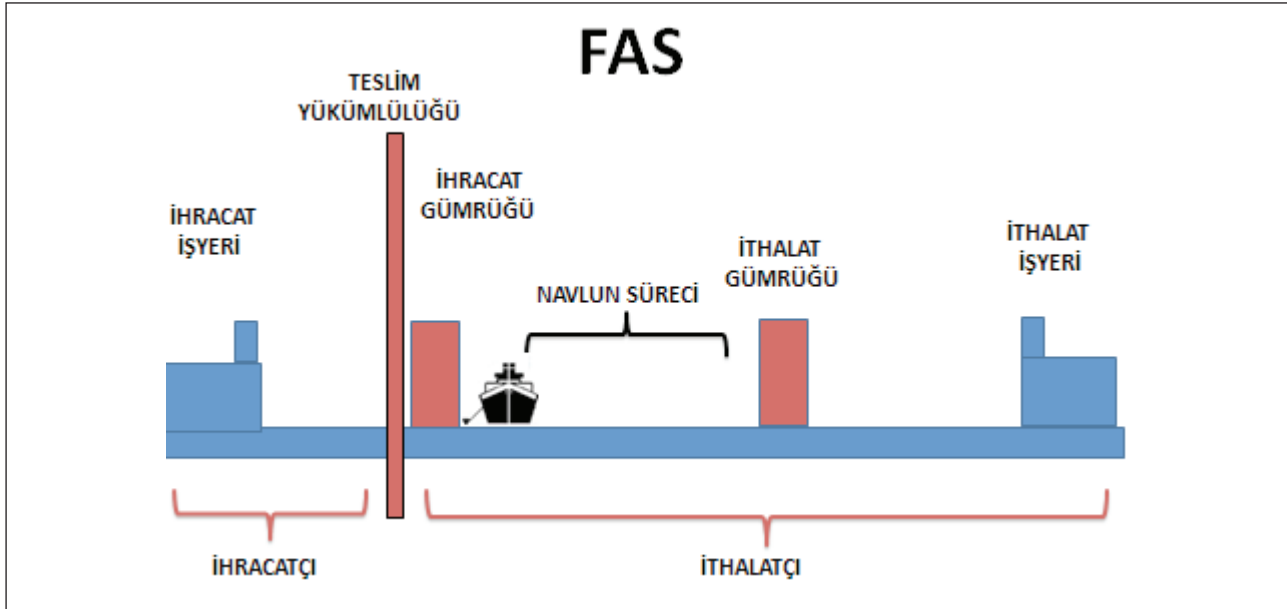
- İthalat ülkesindeki mali yükümlülükleri ihracatçı firma yerine getirir.
- İthalat ülkesindeki boşaltma masrafları ve boşaltma sürecindeki risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.

2.1.3.2. Deniz ve İç su Taşımalarına Özgü Kurallar

Bu gruplandırma sistematğinde toplamda 4 tane teslim kuralı vardır. Bunlar; FAS, FOB, CFR ve CIF teslim kurallarıdır. Bu teslim kurallarının ortak yönü hepsinde sadece denizyolu taşıma metodunun kullanılır olmasıdır.

2.1.3.2.1. FAS (Free Alongside Ship)

Şekil. 16.
FAS



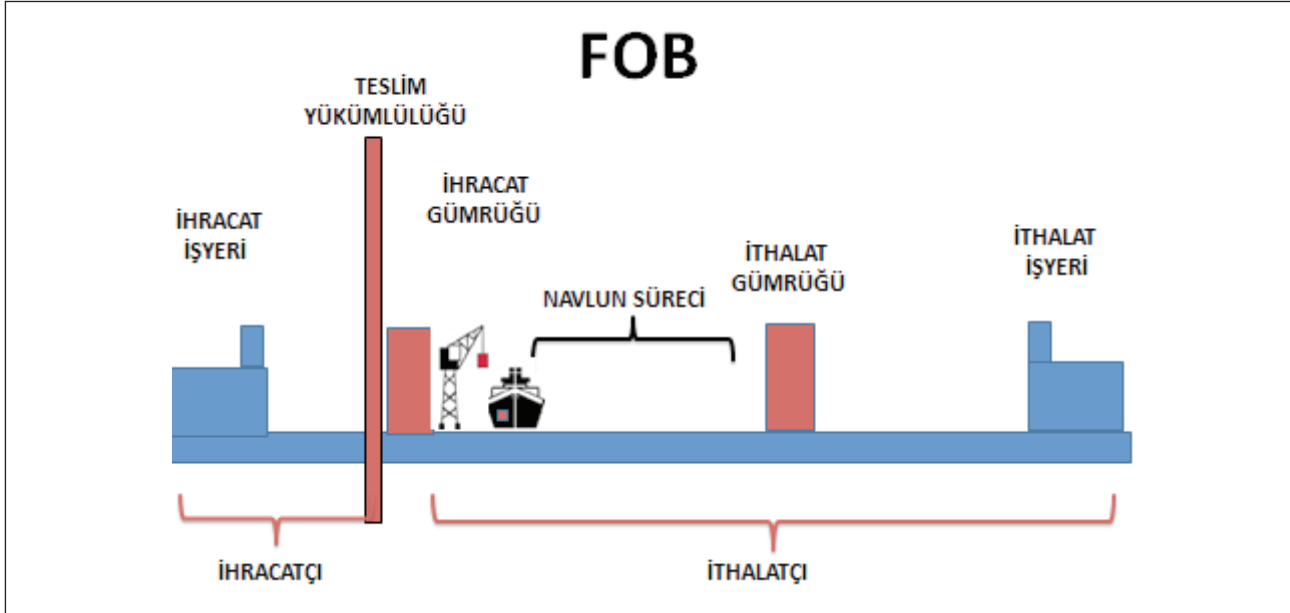
- İhracatçı firma malları teslim etme yükümlülüğünü ihracat ülkesinde belirlenen yükleme limanında, gemi limana demir atmış bir şekilde, ilgili limana getirerek yerine getirir.



- İhracat limanına kadar olan iç taşıma ve bu taşıma sürecindeki olası risk faktörü ihracatçı firmaya aittir.
- İhracat gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- Gemiye yükleme masrafları ve bu süreçteki risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.
- Navlun bedelini ithalatçı öder
- Navlun sürecindeki ve sonrasındaki olası risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.
- İthalat limanındaki boşaltma masrafları ve bu süreçteki olası risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.
- İthalat ülkesindeki gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ithalatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat ülkesindeki mali yükümlülükler ithalatçı firma tarafından ödenir.
- İthalat ülkesindeki iç nakliye ve iç nakliye sürecindeki risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.

2.1.3.2.2. FOB (Free on Board)

Şekil. 17.
FOB

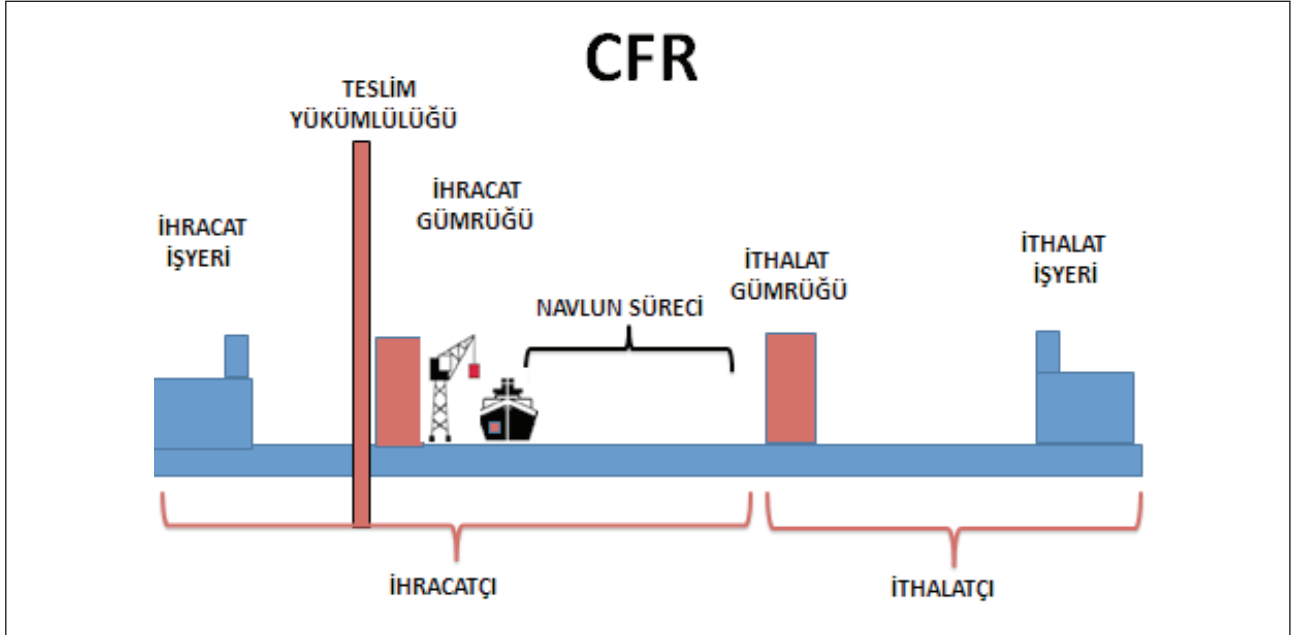


- İhracatçı firma malları teslim etme yükümlülüğünü ihracat ülkesinde belirlenen yükleme limanında, mallar gemiye yüklenmiş bir şekilde yerine getirir.
- İhracat limanına kadar olan iç taşıma ve bu taşıma sürecindeki olası risk faktörü ihracatçı firmaya aittir.
- İhracat gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- Gemiye yükleme masrafları ve bu süreçteki risk faktörü ihracatçı firmaya aittir.
- Navlun bedelini ithalatçı öder.

- Navlun sürecindeki ve sonrasındaki olası risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.
- İthalat limanındaki boşaltma masrafları ve bu süreçteki olası risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.
- İthalat ülkesindeki gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ithalatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat ülkesindeki mali yükümlülükler ithalatçı firma tarafından ödenir.
- İthalat ülkesindeki iç nakliye ve iç nakliye sürecindeki risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.

2.1.3.2.3. CFR (Cost Insurance and Freight)

Şekil. 18.
CFR

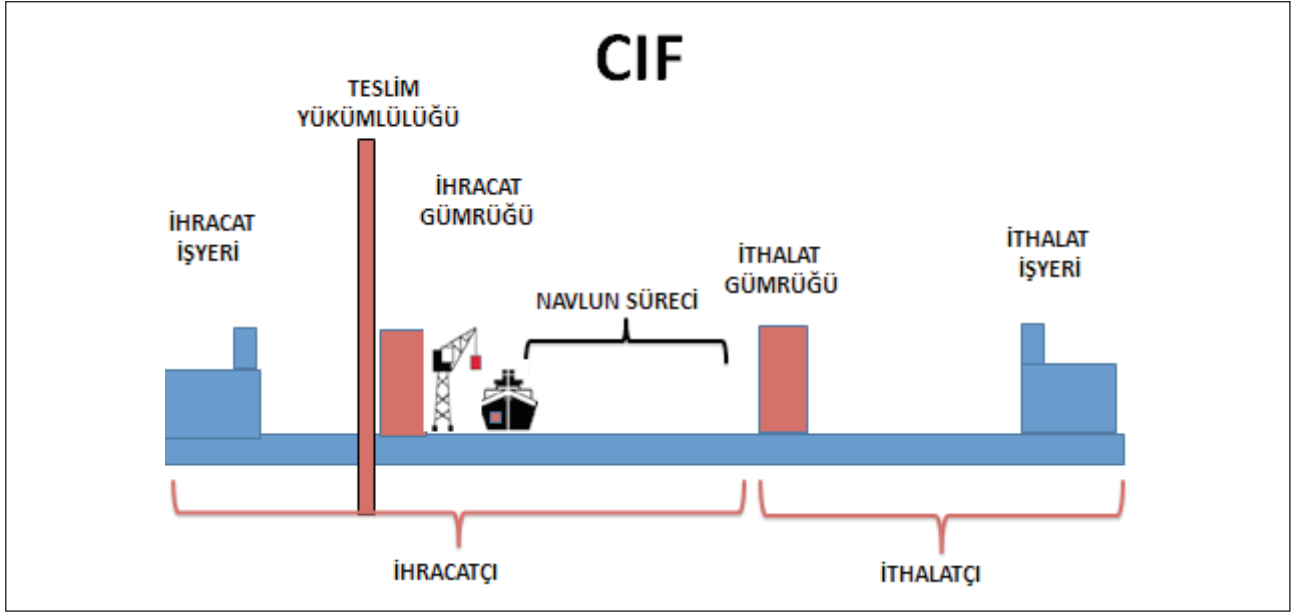




- İhracatçı firma malları teslim etme yükümlülüğünü ihracat ülkesinde belirlenen yükleme limanında, mallar gemiye yüklenmiş bir şekilde yerine getirir.
- İhracat limanına kadar olan iç taşıma ve bu taşıma sürecindeki olası risk faktörü ihracatçı firmaya aittir.
- İhracat gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- Gemiye yükleme masrafları ve bu süreçteki risk faktörü ihracatçı firmaya aittir.
- Navlun bedelini ihracatçı öder
- Navlun sürecindeki ve sonrasındaki olası risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.
- İthalat limanındaki boşaltma masrafları ve bu süreçteki olası risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.
- İthalat ülkesindeki gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ithalatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat ülkesindeki mali yükümlülükler ithalatçı firma tarafından ödenir.
- İthalat ülkesindeki iç nakliye ve iç nakliye sürecindeki risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.

2.1.3.2.4. CIF (Cost Insurance and Freight)

Şekil. 19.
CIF



- İhracatçı firma malları teslim etme yükümlülüğünü ihracat ülkesinde belirlenen yükleme limanında, mallar gemiye yüklenmiş bir şekilde yerine getirir.
- İhracat limanına kadar olan iç taşıma ve bu taşıma sürecindeki olası risk faktörü ihracatçı firmaya aittir.
- İhracat gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ihracatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- Gemiye yükleme masrafları ve bu süreçteki risk faktörü ihracatçı firmaya aittir.
- Navlun bedelini ihracatçı öder
- Navlun sürecindeki ve sonrasındaki olası risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.



- Navlun sürecindeki olası risklere karşı sigorta yapma yükümlülüğü ihracatçı firmaya aittir. Bu sigorta sözleşmesi minimum riskleri barındıran (C Clause) sigorta olması yeterlidir.
- İthalat limanındaki boşaltma masrafları ve bu süreçteki olası risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.
- İthalat ülkesindeki gümrükleme işlemlerini sonuçlandırmak ithalatçı firmanın yükümlülüğündedir.
- İthalat ülkesindeki mali yükümlülükler ithalatçı firma tarafından ödenir.
- İthalat ülkesindeki iç nakliye ve iç nakliye sürecindeki risk faktörü ithalatçı firmaya aittir.

2.2. DIŞ TİCARETTE ÖDEME ŞEKİLLERİNE GİRİŞ

Dış ticarete kullanılan para esasına dayanan 6 adet ödeme şekli vardır. Bu ödeme şekilleri aşağıda verildiği gibidir.

1. Peşin Ödeme
2. Mal Mukabili Ödeme (Açık Hesap)
3. Vesaik Mukabili Ödeme
4. Kabul Kredili Ödeme
5. Akreditif
6. Banka Ödeme Yükümlülüğü

İhracatçı firmanın en önemli sorunlarından bir tanesi, satmış olduğu mal bedelini ülkeye getirme çabasıdır. Dolayısıyla ihracatçı firmaların her bir ödeme şeklinin kendi içerisindeki riskleri ve çalışma metodunu doğru bir şekilde bilmesi gerekmektedir.

Kurumsal anlamda firmalar ödeme şekillerine karar vermeden önce bir takım soruların cevaplarını kendi bünyelerinde vermeleri gerekir. Bu sorular ise genel anlamda aşağıdaki gibidir



- Süreci kim finanse edecek? Diğer bir deyişle kim kredilendirecek?
- Süreçteki finansman riskini kim üstlenecek?
- Ödeme hangi para birimi üzerinden yapılacak?
- Taşıma maliyetlerini kim üstlenecek?
- Politik ve yasal riskler nelerdir?

İsterseniz süreci örneklendirerek anlatmaya çalışalım. Üretici bir firmamız olsun. İthalatçı firmadan almış olduğu sipariş üzerine ödeme şekli olarak 6 ay vadeli şeklinde anlaşmış olsunlar. Teslim şekli olarak ta CIP teslim şekli üzerine anlaştıklarını varsayalım Şimdi üretici firmamız malın üretiminden ithalatçıya gönderilme aşamasına kadar hangi süreçlerle karşı karşıya kalır onları teker teker maddeler halinde anlatmaya çalışalım.

- ✓ Malın üretimini yapabilmek için öncelikle hammadde veya yarı mamul alacak ve bunlara ödeme yapacak
- ✓ Üretim hattının çalışmasıyla birlikte enerji maliyetleri ve işçi maliyetlerine yapılacak ödemeler
- ✓ Mal üretildikten sonra etiketleme ve ambalajlama yapılması ve bunlara ödeme yapılması
- ✓ İhracat gümrükleme işlemlerinin yerine getirilmesi ve bu süreçte yapılan masraflar
- ✓ Navlun ve sigorta bedelinin ödenmesi ve malın yola çıkarılması

Malların yüklemesinin yapılıp ithalatçıya gönderildikten sonra 6 aylık sürecin başlaması ifade eden bir süreci gördük ki ödeme ile alakalı 6 aylık süreç yeni başlayacaktır. Dolayısıyla üretim sürecinden, malların gönderilme aşamasına kadar olan kısmı özetlemeye çalıştık. İşte burada ihracatçı firma şu soruları soracaktır.

“ Ben tüm süreci ithalatçı adına neden finanse ediyorum”

“İthalatçı firma beni banka gibi kullanmış ve tüm süreci farkına varmadan bana finanse ettirmiş”



Şimdi örneğimizi farklı bir şekilde düşünelim. Bu sefer ihracatçı firmamız, ithalatçı firma ile peşin ödeme şekli üzerine anlaşmış olsun ve teslim şekli olarak ta EXW teslim şeklini seçmiş olsunlar. Aynı örnek üzerinden gidersek mal bedeli peşin gönderildiğinden ihracatçı firma aşağıdaki süreçleri ithalatçı firmanın gönderdiği para ile yerine getirecektir.

- ✓ Malın üretimini yapabilmek için öncelikle hammadde veya yarı mamul alacak ve bunlara ödeme yapacak. *(Bu ödemeyi ithalatçının gönderdiği para ile yapacak)*
- ✓ Üretim hattının çalışmasıyla birlikte enerji maliyetleri ve işçi maliyetlerine yapılacak ödemeler. *(Bu ödemeleri ithalatçının gönderdiği para ile yapacak)*
- ✓ Mal üretildikten sonra etiketleme ve ambalajlama yapılması ve bunlara ödeme yapılması. *(Bu ödemeleri ithalatçının gönderdiği para ile yapacak)*

Sonuç olarak ihracatçı firma ilerleyen aşamalarda detaylı olarak göreceğimiz ödeme şekillerine karar vermeden önce şu soruların cevaplarını kesinlikle önceden vermek durumundadır.

- ✓ İhracatçı firma olarak süreci finanse edebilir miyim? Edersem bana olan katkısı var mıdır?
- ✓ Süreci ithalatçı firmanın finanse etmesini mi istiyoruz. Eğer öyle ise ithalatçıyı buna nasıl ikna ederiz?
- ✓ Sürecin finansmanın da ithalatçı firma ile anlaşamadıysak kendi kaynaklarımızla sürecin hangi aşamasına kadar finanse edebiliriz.
- ✓ Süreci finanse edersem süreçteki risk faktörü ödeme şekline göre hangi tarafın üzerinde olacaktır.

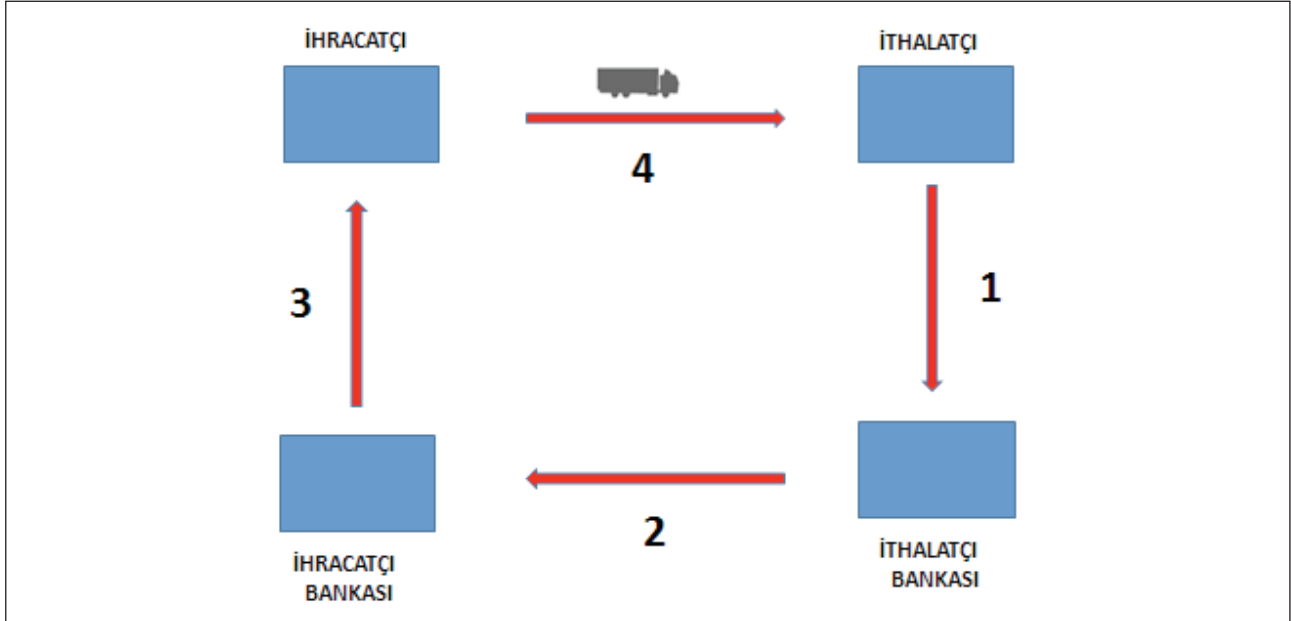
Ödeme şekline karar vermeden önce cevaplamamız gerek diğer soruları değerlendirirsek,

- Ödemeye konu olarak döviz cinsi çok önemlidir. Çünkü parite farkı belki de dış ticaretteki en önemli risklerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Makro ölçekte bile değerlendirirsek, Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) açıklamasına göre Türkiye 2015 yılında sadece USD/ Euro paritesinden kaynaklı negatif etki 12,5 milyar USD civarında olduğu ifade edilmiştir.

- Süreçte belirleyeceğimiz Teslim Şeklinin (INCOTERMS) hangisinin olacağını belirlemekte önemlidir. Örneğimiz hatırlarsak İhracatçı firma CIP teslim şekli üzerinde 6 ay vadeli ödeme olacak şeklinde anlaşmıştı. Dolayısıyla hem sattığı ürünü vadeyle satmakta hem de ithalatçı adına navlun ve sigortayı ödeyip navlun sürecini 6 ay boyunca ithalatçı adına finanse etmekteydi.
- Bir diğer cevaplandırılması gereken soru ise ticaret yapacağımız ülke ile ülkemiz arasındaki politik riskler ve yasal engellerdir. Örnek verirse Rusya ile uçak düşürme krizinden sonra bazı ürünlere Rusya'nın yasak getirmesi örnek olarak verilebilir.

2.2.1. PEŞİN ÖDEME

Şekil. 20.
Peşin Ödeme



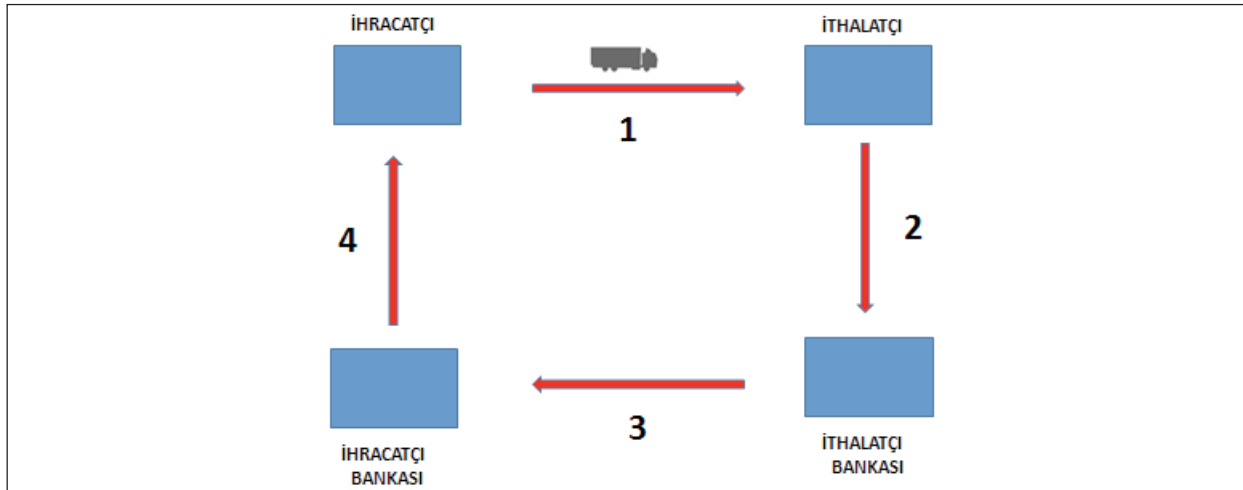
Mal bedelinin ihracatçıya önceden ödenmesiyle gerçekleşen bir ödeme şeklidir. Şekil 20'ye göre her bir maddeyi teker teker açıklayalım.

1. İhracatçı ve ithalatçı kendi aralarında peşin ödeme metodunda anlaşılır. İthalatçı firma anlaşmış oldukları mal bedelini kendi bankası aracılığı ile transfer etme sürecine başlar.
2. İthalatçı bankasından ihracatçı bankasına mal bedeli transfer edilir
3. İhracatçının hesabının olduğu ihracatçı bankasına para gelir ve ihracatçı firma parayı çeker
4. İhracatçı siparişe uygun olarak ürettiği malları ithalatçıya göndermek için yüklemesini yapar ve gönderir.

Süreç kendi içerisinde değerlendirildiğinde ithalatçı firma peşin ödeme metodunda sürecin tamamını ihracatçı firma adına finanse eder. İhracatçı açısından en avantajlı ödeme şekli olarak değerlendirilen peşin ödemede ihracatçı firma açısından en büyük problem ithalatçı firmanın peşin ödemeye ikna edilmesidir.

2.2.2. MAL MUKABİLİ ÖDEME

Şekil. 21.
Mal Mukabili Ödeme





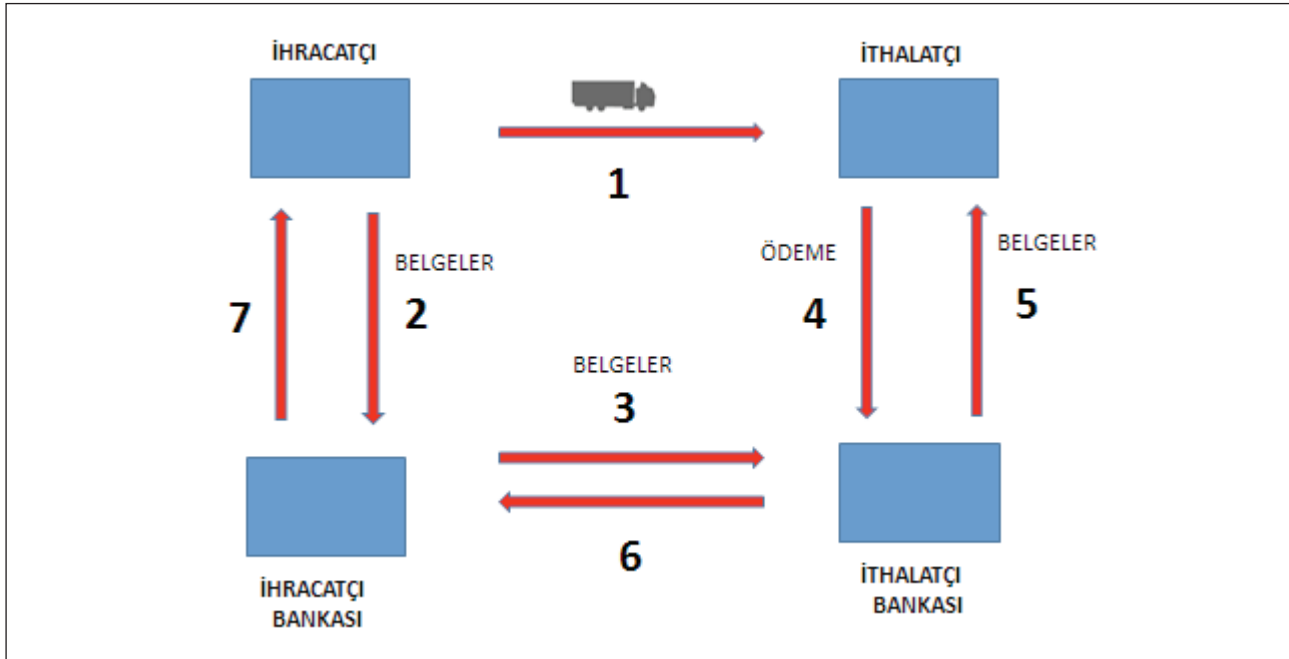
1. İhracatçı ve ithalatçı firma kendi aralarında “Mal Mukabili Ödeme” şekline göre anlaşılır. İhracatçı firma siparişe uygun malları üretir, yüklemesini yapar ve ithalatçı firmaya gönderir. Bu esnada ithalatçı firmanın malları kendi ülkesinden çekebilmesi için gereken evrakları ya nakliye firmasıyla, ya kargo şirketiyle ya da şartsız olarak ithalatçı bankaya gönderir. İthalatçı firma, ithalat gümrüğüne gelen malları çekebilmesi için nakliye firmasıyla gelen evraklarla birlikte başvurusunu yapıp ithalat işlemlerini gerçekleştirir.
2. İthalatçı firma malın ithalatını yaptıktan sonra ihracatçı firma ile anlaşmış olduğu mal bedelini gönderir
3. İthalatçı bankadan ihracatçı bankasına para transfer edilir
4. İhracatçı firma kendi hesabına gelen mal bedelini çeker.

Mal Mukabili Ödeme şeklinde ihracatçı firma süreci ithalatçı firma adına finanse etmektedir. Ayrıca bu finansman riski de ihracatçı firma üzerindedir.

Ödeme metoduyla alakalı risk faktörünü analiz edersek ithalatçı firmanın malın ithalatını yaptıktan sonra mal bedelini ödememe riski bulunmaktadır. Dolayısıyla ihracatçı firmaların mal mukabili ödeme metodunu seçerken oldukça dikkatli olmaları gerekmektedir. Mal Mukabili Ödeme yöntemi ayrıca “Açık Hesap” olarak ta adlandırılmaktadır.

2.2.3. VESAİK MUKABİLİ ÖDEME

Şekil. 22.
Vesaik Mukabili Ödeme



1. İhracatçı ve ithalatçı firma kendi aralarında “Vesaik Mukabili Ödeme” şekline göre anlaşılır. İhracatçı firma siparişe uygun malları üretir, yüklemesini yapar ve ithalatçı firmaya gönderir.
2. İhracatçı firma ithalatçı firmanın mallarını kendi ülkesinin gümrüğünden çekebilmesi için gerekli evrakları kendi bankasına şartlı olarak ithalatçıya göndermesi için teslim eder.
3. İhracatçı banka belgeleri ithalatçı bankaya gönderir.
4. İthalatçı firma gelen evrakları kendi bankasından alabilmek için mal bedelini kendi bankasına öder.

5. Mal bedelini ödedikten sonra ithalatçı bankası belgeleri ithalatçı firmaya teslim eder ve ithalatçı bu belgelerle birlikte ithalat işlemini gerçekleştirir.
6. İthalatçı banka mal bedelini ihracatçı bankaya transfer eder.
7. İhracatçı firma hesabına gelen mal bedelini çeker

Vesaik Mukabili Ödeme metodunda ihracatçı firma süreçte ithalatçı firmaya finanse eder ayrıca finansman riskini de kendi içinde barındırır.

Ödeme metoduyla alakalı risk faktörünü analiz edersek Mal Mukabili Ödeme yöntemine göre Vesaik Mukabili Ödeme metodunun riski daha azdır. Ayrıca ithalatçı firmanın malları çekmeme riski bulunmaktadır.

2.2.4. KABUL KREDİLİ ÖDEME

Kabul Kredili Ödeme Şeklinde, mal bedeli ithalatçı tarafından poliçe karşılığında ve poliçede belirlenen süre sonunda ödenir. Buradan hareketle kabul kredili ödemede ön koşul, vadeli ödemenin poliçe karşılığında yapılmasıdır.

Kabul Kredili Ödeme kendi içerisinde 3'e ayrılır. Bunlar;

1. Kabul Kredili Mal Mukabili
2. Kabul Kredili Vesaik Mukabili
3. Kabuk Kredili Akreditif

Poliçe kavramı dış ticarete önemli belgelerden bir tanesidir. Uluslararası ticarete poliçenin geçerli olabilmesi için İngilizce olarak poliçe olarak ifade edilmesi gerekmektedir. Yani ilgili poliçede “Bill of Exchange” ifadesinin kullanılması gerekmektedir. Bazı zamanlarda “Draft” ifadesi de kullanılmaktadır. Poliçede bir diğer önemli unsur ise poliçenin düzenleneceği tarafın yani borcu ödemekle yükümlü tarafın belirlenmesidir. Kabul kredili ödemenin üç tane çeşidi olduğundan bazı zamanlarda poliçenin düzenleneceği taraf yazılırken karışıklık yaşanmaktadır. O yüzden aşağıdaki nota dikkat etmemiz gerekmektedir.



NOT

Ödeme şeklimiz;

- ✓ Kabul Kredili Mal Mukabili ödeme ise poliçe ithalatçı adına düzenlenir. Çünkü esas borçlu ithalatçıdır
- ✓ Kabul Kredili Vesaik Mukabilinde ise poliçe yine ithalatçı adına düzenlenir. Çünkü esas borçlu ithalatçıdır.
- ✓ Kabul Kredili akreditifte ise poliçe her zaman banka/bankalar adına düzenlenmektedir. Çünkü ithalatçı adına ödeme yükümlülüğü altına giren taraf/tafalar bankalardır.

Kabul kredili ödemelerde, kabul kredili akreditif haricinde diğer iki çeşitte poliçenin vadesinde ödenmeme halinde ithalatçı firmanın riski karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda ihracatçı firmalar bankalardan ilgili poliçeye garanti vermesini isteyebilirler. Bu kapsamda bankalar bu isteği yerine getirdikleri zaman yapmış oldukları bu işleme sektörde “AVAL” ifadesi kullanılmaktadır.

Burada ayrıca başka bir soru daha karşımıza çıkmaktadır. Kabul Kredili Akreditif ödeme şeklinde mademki poliçe banka/bankalar adına düzenlenecekse peki poliçeler hangi banka adına düzenlenecektir. Eğer ki akreditif çeşidimiz “teyitsiz akreditif”⁹ ise poliçe ithalatçı banka adına düzenlenecekken, akreditif çeşidimiz “teyitli akreditif”¹⁰ ise bu sefer ihracatçı banka adına düzenlenecektir.

2.2.5. AKREDİTİF

Öncelikle akreditifin basit bir tanımını yapalım. “Akreditif; banka/bankaların lehtara (ihracatçı) vermiş oldukları şartlı bir ödeme garantisidir” diyebiliriz. İhracatçı bağlamında düşündüğümüzde ise ödemenin banka tarafından garanti altına alındığını ve lehtarın akreditif şartların göre yükümlülüğünü yerine getirdiği takdirde, ödemenin banka/bankalar tarafından yapılacağını bilmesidir.

Akreditif sürecinde tarafları tanımlarken ihracatçı veya ithalatçı kavramlarını kullanmıyoruz. Çünkü akreditif terminolojisinde taraflar teknik olarak farklı şekilde tanımlanmıştır. Aşağıdaki tabloda genel anlamda dört tarafın ifade biçimi ve karşılıkları bulunmaktadır.

⁹ **Teyitsiz Akreditif:** Mal bedelinin ödeme taahhüdünü sadece ithalatçı bankanın vermesi

¹⁰ **Teyitli Akreditif:** Mal bedelinin ödeme taahhüdünü ithalatçı bankaya ilaveten genellikle ihracatçı bankanın vermesi

Tablo.5.
Akreditifte Taraflar

AMİR	Alıcı (İthalatçı)
AMİR BANKA	Alıcı Bankası (İthalatçı Bankası)
LEHTAR	Satıcı (İhracatçı)
LEHTAR BANKA	Satıcı Bankası (İhracatçı Bankası)

Akreditif çalışmaları aynı Incoterms kurallarında olduğu gibi Milletlerarası Ticaret Odası (MTO) Tarafından oluşturtulmaktadır. Bu kurallar yine Incoterms kurallarında olduğu gibi zaman içerisinde değişikliğe uğramıştır. Bu kuralların en sonuncusu ise UCP 600 kurallarıdır.

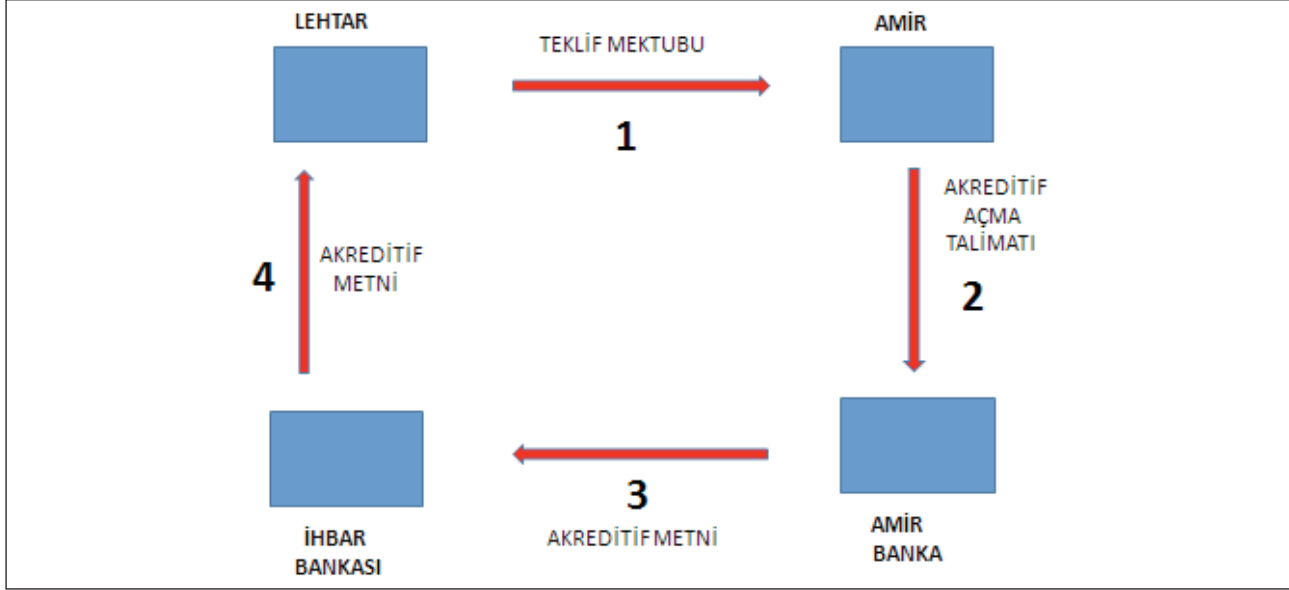
Akreditifler çalışma sistemi olarak, olduğu gibi “belgeler” bazında çalışırlar. Dolayısıyla başlangıçta akreditif tanımını yaparken belirttiğimiz “şartlı ödeme garantisidir” cümlesini bu bağlamda değerlendirebiliriz. Şarttan kasıt ise; Lehtar akreditif şartlarına uygun belgelerini zamanında ve eksiksiz olarak vermesidir. Dolayısıyla lehtar, akreditif şartlarına uygun ibraz yaptığı mal bedelinin kendisine ödeneceğini bilir ayrıca amirde lehtar akreditif şartına uygun belge ibraz yapmaması durumunda ise mal bedelinin lehtara ödenmeyeceğini bilir.

Sonuç olarak akreditifler ile ilgili şöyle bir cümle kurabiliriz. Akreditif süreçte her iki tarafı da (lehtar-amir) koruyan bir ödeme şeklidir. Ama her iki tarafı eşit bir şekilde mi korur? Sorusuna cevabımız ise hayırdır. Süreçte lehtar sistem içerisinde daha fazla korunmaktadır. Daha detaylı bilgi için bkz.¹¹

Akreditif kullanım süreci, akreditif çeşitleri bağlamında farklılık göstereceğinden ve akreditifin kendi içinde çok fazla çeşidinin olmasından, kitabımızda şekil olarak sadece açılış süreci detaylandırılacak geri kalan kullanım şekli ise, akreditif çeşitleri açıklanırken kısaca üzerinden geçilecektir.

¹¹ Mutlu Yılmaz, “111 Soruda Akreditif ” İstanbul, Optimist Yayınları 2013, s 38.

Şekil. 23.
Akreditif Açılış Süreci



1. Lehtar amire satacağı ürünle ilgili teklif mektubunu (Proforma Fatura) göndermiş ve amir ile akreditif ödeme şekli üzerinde anlaşmışlardır.
2. Amir, lehtarın teklifini kabul etmiş ve ödeme şekli akreditif olduğundan kendi bankasına akreditif açılış talimatını vermiştir.
3. Amir banka, amirin talebi üzerine lehtar adına geri dönülmez bir ödeme taahhüdü altına girerek akreditifi açmış ve bu akreditif metninin lehtar bankaya göndermiştir.
4. Lehtar banka (İhbar bankası olarak değerlendirilmiş)¹² amir banka tarafından kendisine gönderilen akreditifi lehtara ihbar eder. Böylelikle akreditif süreci başlamış olur.

¹² Akreditif sürecinde ihbar bankası ve lehtar bankanın her zaman aynı banka olması şartı yoktur. Dolayısıyla lehtar banka ile ihbar bankası farklı olabilir. Örneğimizde ise lehtar bankası ile ihbar bankasının aynı olduğu varsayılmıştır.

2.2.5.1. Akreditif Çeşitleri

Akreditifin kendi içinde birçok çeşidi olmakla birlikte, kitabımız kapsamında dört tanesi genel olarak detaylara girilmeden anlatılacaktır. Bu kapsam içinde akreditifin tüm çeşitlerini bir arada görebileceğin çalışma tablo 6’da, hem Türkçe hem de İngilizce karşılıklarıyla bulabilirsiniz.

Tablo 6 ¹³
Akreditif Çeşitleri

	TÜRKÇE	İNGİLİZCE
1	Teyitsiz Akreditif	Unconformed L/C ¹⁵
2	Teyitli Akreditif	Confirmed L/C
3	Geri Dönülemez Akreditif	Irrevocable L/C
4	Görüldüğünde Ödemeli Akreditif	At Sight L/C
5	Vadeli Akreditif	Deferred Payment L/C
6	Kabul Kredili Akreditif	Credit Acceptance L/C
7	İştira Akreditif	Negotiation L/C
8	Kırmızı Şartlı Akreditif	Red Clause L/C
9	Yeşil Şartlı Akreditif	Green Clause L/C
10	Karışık Ödemeli Akreditif	Mixed Payment L/C
11	Rotatif (Yenilenebilen)	Revolving L/C
12	Transfer (Devredilebilir) Akreditif	Transferable L/C
13	Karşılıklı Akreditif	Back to Back L/C
14	Teminat Akreditif	Stand By LC

¹³ Mutlu Yılmaz, “111 Soruda Akreditif ” İstanbul, Optimist Yayınları 2013, s 42.

¹⁴ L/C: Akreditifin İngilizce olarak kısaltmasıdır. Açılımı: **Letter of Credit**.



2.2.5.1.1. Teyitsiz Akreditif: Ödeme yükümlülüğüne sadece amir banka girer. Dolayısıyla lehtar uygun ibraz yaptığında ödemeyi amir banka yapar

2.2.5.1.2. Teyitli Akreditif: Amir bankanın vermiş olduğu ödeme taahhüdüne ilaveten lehtar bankanın da ödeme taahhüdü altına girmesidir¹⁵. Yani lehtar uygun ibraz yaptıktan sonra ödemeyi lehtar banka yapacaktır.

2.2.5.1.3. Geri Dönülmez Akreditif: Akreditif sürecinde tüm tarafların onayı olmadan vazgeçilmesi mümkün olmayan bir akreditif çeşididir. UCP 600 kapsamında açılan tüm akreditifler aksi belirtilmedikçe geri dönülmez akreditiftir.

2.2.5.1.4. Görüldüğünde Ödemeli Akreditif: Lehtarın bankasına¹⁶ uygun ibraz yapmasıyla ödemenin lehtara yapıldığı akreditif çeşididir.

2.2.6. BANKA ÖDEME YÜKÜMLÜLÜĞÜ

Milletlerarası Ticaret Odası tarafından oluşturulan bir ödeme metodu olarak Banka Ödeme Yükümlülüğünün temel mantığı, “Mal Mukabili Ödeme” şeklinin riskini minimize etmek ve “Akreditif” ödeme şeklinin bürokrasisinin azaltılmasıdır.

Çalışma sistematğine bakarsak akreditiften farklı olarak temel unsur belgeler değil, belgeler bazındaki bilgilerdir. Dolayısıyla bankaların yazılım sistemleri üzerinden bilgilerin aktarılması ve uygun bilgiler olması kapsamında lehtara ödemenin yapılmasını sağlar.

¹⁵ Teyitli akreditiflerde teyidi her zaman lehtar bankası vermeyebilir.

¹⁶ Tanımda görüldüğünde ödemeli akreditifin teyitli olduğu varsayılmıştır.



**DOĞU ANADOLU
İHRACATÇILAR BİRLİĞİ**

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM İHRACATTA PAZAR ARAŞTIRMASI



DOĞU ANADOLU
İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

İhracat Pazarlama Teknikleri





3.1. PAZAR ARAŞTIRMASINA GİRİŞ

İhracatçı firmaların belki de en çok üzerinde durmaları gereken konuların başında Pazar araştırması çalışmaları gelmektedir. Hatırlanacağı üzere, Pazar araştırmasını “ihracat gerçekleşme öncesi süreç” içerisinde yer vermiş hatta ihracat öncesi çalışmaları pekte firmalar açısından önemsenmediğinin altını çizmiştik İşte bu bölüm içerisinde pekte önemsenmeyen fakat ihracatçı firmalar için hayati bir önem taşıyan Pazar araştırması sürecini detaylandırmaya çalışacağız.

Kitabımızın bu bölümünde anlatacağımız Pazar araştırma çalışmaları, yerinde yapılan Pazar araştırmalarında ziyade ikinci el verilerden yola çıkarak yapacağımız masa başı çalışmalar olacaktır. Peki, neden çalışmamıza böyle bir kısıt koyduk dersiniz, maalesef ki yerinde yapılan Pazar araştırmaları kendi içerisinde hem para hem de zaman maliyeti barındıran çalışmalardır. Dolayısıyla KOBİ ölçeğindeki ihracatçı firmalarımızın, yerinde Pazar araştırmasında daha kısa ve daha az maliyetli olan masa başı pazar araştırması yapabilmeleri için bir takım bilgileri buradan aktaracağız.

Bir diğer soru olarak şunu da sorabiliriz. Peki, ihracatçı firma neden Pazar araştırma yapsın ki? Pazar araştırması yapmadan malını satamaz mı? Bu sorulara cevap vermek istersek, evet Pazar araştırması yapmadan bir firma ebettteki mal satabilir ki zaten etrafımızda çoğu zaman bu firmalarla karşılaşırız ama nedense bu firmalara iki ya da üç yıl sonra o pazarlarda pek rastlayamıyoruz, rastlasak bile çok zor şartlar altında bu satışları yaptıklarını görebiliyoruz. O zaman esaslı sorumuzu bir daha soralım Bir firma neden Pazar araştırması yapar? Aklımıza gelen cevapları isterseniz alt alta yazalım

- Maksimum kârla mal satmak için
- Pazara girebilmek için
- Doğru pazara girebilmek için
- İhracat yapabilmek için
- Rakiplerini tanımak için
- Müşteri çeşitliliğin artırmak için
- Doğru fiyatlandırma yapabilmek için
- Doğru müşteriye ulaşmak için

- Pazarda tutunabilmek için
- Pazarda sürekli kalabilmek için
- Riski minimize etmek için vb.

Aslında aklımıza gelen ve yukarıda maddeler halinde sıraladığımız ve hatta bir o kadar da sıralayabileceğimiz maddelerin hepsi genel anlamda doğru olmakla birlikte, Pazar araştırma yapma sebeplerini artırdığımızda aklımız karışabiliyor. O yüzden biz hepsini içerisine alacak bir cevap bulmaya çalışalım.

Soru: İhracatçı firma neden Pazar artırması yapar?

Cevap: HATA YAPMAMAK İÇİN

İsterseniz yukarıdaki maddelerde devam edelim eğer firma Pazar araştırması yapmazsa

- Maksimum kârla elde edemez hatta zarar eder
- Hatalı karar verdiğiinden pazara giremez
- Doğru pazara giremez
- İhracat yapamaz
- Rakiplerini tanıyamaz ve hata üzerine hata yapar
- Müşteri çeşitliliğin artıramaz hatta azaltır
- Doğru fiyatlandırma yapamadığından mallarını satamaz
- Doğru müşteriye ulaşmadığı için yeterli satış yapamaz
- Pazarda tutunamaz
- Pazarda sürekli kalabilmesi imkânsızlaşır
- Riski minimize etmek isterken en büyük riski almış olur.



Dolayısıyla ihracatçı firma olarak hata yapmamak ve küreselleşmenin zirve olduğu zamanımızda Pazar araştırması yapmamak ihracatçı firma açısından intihar olur diyebiliriz. Mademki Pazar araştırmasını yapmak zorunlu, herkes Pazar araştırmasını doğru yapabiliyor mu? Buradan hareketle ikinci aşamadaki kritik sorumuz ise, “doğru pazar araştırması nasıl yapılır”? Olmalı

Pazar araştırmasının sonuçlarının doğru olabilmesi için öncelikle bir takım soruların cevaplarını vermemiz ve ona göre Pazar araştırmasına devam etmemiz, çalışmamızın hem etkinliği hem de verimliliği açısından önem teşkil eder. Dolayısıyla 3 temel sorunun cevabını vererek ilerlememiz gerekmektedir.

1. *Bizden Önde araştıracağımız ülke veya ürünümüzle ilgili araştırma yapılmış mı?*

Bu soru esasında ikinci el veriye ulaşabilir miyiz? Sorusuyla aynıdır. Örneğin İran pazarına giriş yapmak istiyoruz. Bu kapsam İran ile ilgili bir araştırma raporuna ulaşabilir miyiz? Ya da ürünümüz ile ilgili daha öncesinden sektör ya da ürün bazlı bir araştırma var mı? Varsa nasıl ulaşabiliriz.

2. *Yapılan Araştırma Metodu ve Araştırma Değerleri Doğru mu?*

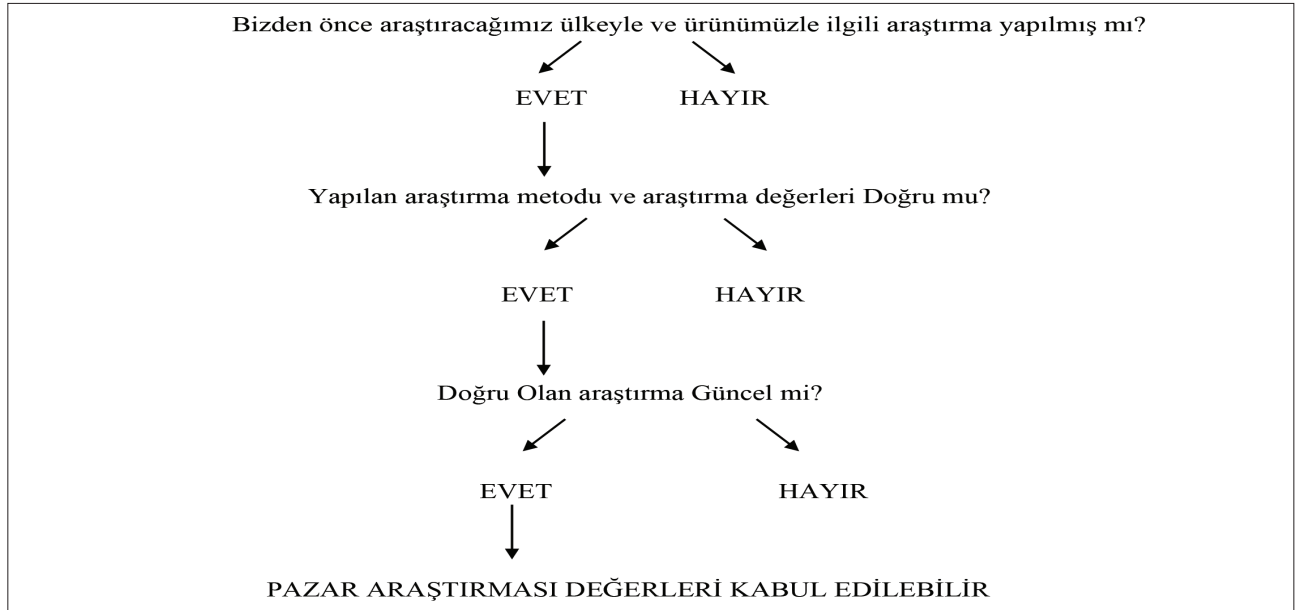
Birinci sorunun cevabını verdik ve ikinci el verilere ulaştığımızı varsayalım. Peki, bu verileri araştırma metodolojisi olarak doğru bir çalışma mıdır? Ya da bu veriler doğru mudur? Günümüz internet çağında her türlü bilgiye ulaşmamız mümkün olmasına rağmen peki bu bilgiler doğru mu? Genel olarak her araştırmanın metodolojisini hem de bu araştırmanın verilerinin doğruluğunu test etmek mümkün olmayabilir. O yüzden genellikle kamu kuruluşlarının verilerini kullanmak her zaman tercih edilir. Örneğin www.ekonomi.gov.tr veya www.tuik.gov.tr gibi internet siteleri kullanılabilir.

3. *Doğru olan araştırma güncel mi?*

İkinci el veriye örneğin ekonomi bakanlığının sitesinden İran pazarı ile ilgili bilgileri müşavirlikler linkinden bulduk dolayısıyla bilginin doğruluğu konusunda bir sıkıntımız yok. Çünkü devlet kurumunun verilerini kullanıyoruz. Ama bu veriler güncel mi örneğin 2015 yılının veya 2016 yılının belli bir döneminin verileri var mı? Dolayısıyla güncellik, araştırma öncesindeki son olarak cevap verilmesi gereken soru olarak karşımıza çıkmakta.

Sonuç olarak her 3 sorunun cevabında evet diyebiliyorsak elde ettiğimiz verileri bilgi haline dönüştürüp işletme kararlarımızda uygulayabiliriz. Aşağıdaki tablo “Pazar Araştırması Kabul Tablosu” süreci bütün halinde görmemizi sağlayacaktır.

Tablo 7.
Pazar Araştırması Kabul Tablosu¹



Pazar araştırmasının önemli olan konulardan bir tanesi de pazar araştırması verilerinin bilgi olarak kullanılırken karar mekanizmasına yetiştirebilmektir. Karar mekanizmasına yetişmeyen bilgi işletme açısından ÖLÜ BİLGİDİR ve ölü bilginin fırsat maliyeti işletme açısından çok oldukça büyüktür.

Şu ana kadar yapılan açıklamalardan sonra şimdi de pazar araştırmasının tanımını yapalım.

Pazar Araştırması; *Hedef pazarlarınız doğrultusunda olası müşterilerinizin ve rakipleriniz hakkında*

¹ Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN, İhracat Anlamak ve Yönetmek İçin Bilmeniz Gereken Her Şey” 2. Baskı, Optimist Yayınları, İstanbul,2013, s.176.



bilgi toplama ve elde edilen sonuçları çözümleme sürecidir diyebiliriz.² Biraz daha genel bir tanım yapmak istersek eğer; Pazar Araştırması; Belli bir ürün ya da ürün grubunun satış olanaklarını, bu ürün ve ürün gruplarının nasıl başarıya ulaşabileceğini ortaya çıkarmak için yapılan incelemedir³

İhracatçı firma, pazar araştırması yaparken genel olarak aşağıdaki soruların yanıtlarını vermek için çalışmaya başlamalıdır⁴

- Ürünümüzü satabilmemiz için hangi ülkelerde en iyi olanaklar vardır?
- Ürünümüzü nasıl bir tüketici alabilir?
- Belirli bir pazarda ürünümüzün ne kadarını satabiliriz?
- Hedef pazarımıza ihracat yapabilir miyiz? Eğer yapabilirsek ne kadar kârlıdır?
- Satışımızı artırmak için ürünümüzde ne gibi değişiklikler yapmalıyız?
- Ürünümüz için ne fiyat istemeliyiz ve değişik fiyat düzeylerinde gelirimiz ne olabilir?
- Ürünümüzü nasıl pazarlamalıyız?
- Belirli bir satış düzeyine ne kadar bir maliyetle ulaşabiliriz?
- Rakiplerimizin pozisyonu nedir?

İhracat Pazar araştırma genel olarak cevaplarını aradığımız soruları bir sistematik haline getirirsek kendi içerisinde 3 temel soruyu cevaplamamız gerekmektedir. Bunlar;

1. Pazar Potansiyelinin tahmininin belirleyen sorular
2. Ürün Araştırmasına yönelik sorular
3. Pazarlama yöntemlerinin belirlenmesine yönelik sorular

² a.g.e, s.177

³ Türkçe 'ye Çevirenler Ali Rıza KARACAN, Oya GÜRER, Ruhi ÖRMECİ "İhracat Pazar Araştırmasına Giriş " İzmir Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları; 1983 (Bu çalışmanın orijinali, Uluslararası Ticaret Merkezi(ITC) UNCTAD/GATT Cenevre-İsviçre tarafından İngilizce olarak yayımlanmıştır)

⁴ Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN, İhracat Anlamak ve Yönetmek İçin Bilmeniz Gereken Her Şey" 2. Baskı, Optimist Yayınları, İstanbul,2013, s.178.

3.2. PAZAR POTANSİYELİNİN TAHMİNİ

Bu bölüm içerisinde özellikle pazar ile ilgili bilgileri temin ederken nelere dikkat etmemiz ve hangi ana başlıklar altında incelememiz gerektiği üzerinde duracağız. İhracatçının Pazar ile ilgili bilgileri başlığı altında aşağıdaki soruların cevaplarından başlamasında fayda vardır

- İhracatçı Ülkenin ihracat mevzuatı
- Pazara girişte engeller veya kolaylıklar nedir?
- Pazarın büyüklüğü ve gelişme durumu nedir?
- Rekabet pazarda nasıl işliyor
- Fiyat politikası pazarda nasıldır?

3.2.1. İhracatçı Ülkenin İhracat Mevzuatı:

İlk başlangıçta bakıldığında Pazar potansiyelinin tahmini ile ilgili bir veri sunmuyor gibi gözükse de ihracatçı firma her hangi bir Pazar araştırmasına başlamadan önce şu soruyu kesinlikle sormalıdır.

“İhracatçı firma olarak ülkenin mevzuatına göre ürünümün yurtdışına gönderilmesi ile ilgili herhangi bir sınırlama, kısıtlama veya teşvik getirilmiş midir?”

İhracatçı firma yurtdışında müşteri bulabilir hatta müşteri uzun süreli ve yüklü miktarda mal alacak şekilde de anlaşma yapmak isteyebilir. Fakat ihracatçı firma malının ihracatının yapılabilmesi için gerekli engel ya da kısıtlamaları bilmiyorsa malın gönderiminden tutun fiyatlandırmaya kadar birçok konuda problem yaşayabilir.



ÖRNEK

Ürününüzü yurtdışına çıkaramayabilirsiniz ÇÜNKÜ ihracat rejimi gereği “ihracatı yasak” bir ürün göndermeye çalışıyorsunuzdur.

Ürününüzü ancak ilgili kurumlardan izin aldıktan sonra gönderebilirsiniz. ÇÜNKÜ İhracatını yapmayı düşündüğünüz ürün ihracat rejimi gereği “İhracatı Ön İzne Tabi Ürünle Listesinde” o yüzden ilgili kurumdan izin alındıktan sonra ihracatı yapılabilir.

Ürününüzle ilgili İhracat esnasında DFİF⁵ kesintisine tabi o yüzden şu kadar para yatırmak durumundasınız ÇÜNKÜ “İhracatı Kayda Bağlı Ürünler listesinde” DİFİF’ kesintisine tabi ürünler içerisinde

İhracatı yapamazsınız ÇÜNKÜ ihracat esnasında şu belgeleri temin edip onaylatmak zorundasınız. Bu belgelerden biri veya bir kısmı olmadan yurtdışına ürününüzü gönderemezsiniz

İhracatı gerçekleştirirken ürününüz “Tarımsal Ürünlerin İhracat İadesi” kapsamında destekten faydalandığından ihracat esnasından miktar bazında şu kadar parayı devlet olarak size ödeyeceğiz (şu ana kadar yapılan tek olumlu örnek) vb.

İhracatı yasak Ürünler listesine kitabımızdaki **(EK.1.)**

İhracatı Ön İzne Bağlı Ürünler listesine **(EK.2.)**

İhracatı Kayda Bağlı Ürünler listesine **(EK.3.)** ten ulaşabilirsiniz

⁵ DFİF: Destekleme Fiyat İstikrar Fonu

3.2.2. Pazara Giriş

İhracatçı firma mal satmayı düşündüğü ülkeye karar verirken, ithalatçı ülkenin yasal mevzuatı ve prosedürlerini de bilmesi gerekmektedir. İthalatçı ülkenin uygulamış olduğu gümrük vergileri, ülke içerisinde uygulanan dahili vergiler, ithalatçı ülkenin ihracatçı ülkeye uygulamış olduğu kotolar, kam-biyo sınırlılıkları, ithalatçı ülkenin, ürüne göre istediği bazı belgeler gibi prosedürleri bilmek ihracatçı açısından hayati önem taşımaktadır.

ÖRNEK

Felemezler Dış Ticaret firması ihracat yapmayı düşündüğü üç ülkeye karar verecektir. Diğer koşulları sabit kabul edersek, örnek olayımıza başlayalım. Ülkelerimiz A, B ve C ülkeleri olsun. A ülkesinin bizim ihraç etmeyi düşündüğümüz ürüne % 20 gümrük vergisi uyguladığını, B ülkesinin ihraç etmeyi düşündüğümüz ürüne % 10 gümrük vergisi uyguladığını C ülkesinin ise bizim ürünümüze hiç gümrük vergisi uygulamadığını farz edelim. Böyle bir durumda, ihracatçı firmamızın yapmış olduğu araştırmaya göre C ülkesine ihracat yapmak en doğru karar olacaktır.

3.2.3. Pazar Büyüklüğü, Biçimi ve Gelişimi

Bu bölümü kendi içerisinde;

- Tüketim,
- Talep ve talebi etkileyen faktörleri
- Pazar bölümlendirmesini inceleyerek anlatmaya çalışacağız



3.2.3.1. *Tüketim:*

İthalatçı ülkedeki tüketim biçimleri, sıklıkları vb. verilerin bilinmesi bizim o ülkeye giriş yapıp yapmama kararlarımızı etkileyecektir. İyi bir analiz yapılabilmesi için ağıdaki soruların sorulup yanıtlanmasında fayda vardır.

- Malın yıllık tüketimi ne kadardır?
- Malı kim tüketmektedir?
- Mal nerde tüketilmektedir?
- Malımız ithalatçı ülkede ne sıklıkla tüketilmektedir?

3.2.3.2. *Talep:*

İthalatçı ülkedeki ürünlerimize olan talep miktarları ve düzeyleri ihracatçı firmalar için önemli bilgilerdir. Dolayısıyla ihracatçı firma tarafından iyi bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Dış ticaret sürecinde talebi birçok değişken etkiler. İhracatçı firma talep ile ilgili analiz yaparken talebi etkileyen faktörlerin de her birini ayrı ayrı değerlendirmesi gerekmektedir. Dış ticaret sürecinde talebi etkileyen faktörler aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

- Ekonomik Faktörler
- İklim ve Coğrafi Faktörler
- Sosyal ve Kültürel faktörler
- Politik Faktörler

3.2.3.3. *Pazarın Bölümlendirilmesi:*

Hedef Pazar belirlemenin en önemli tekniklerinden birisi, pazarı kendi içerisinde dilimlere ayırarak bölümlendirmektir. İhracatçı firmanın öncelikle ürününü ithalatçı ülkedeki tüm müşterilerin almaya-çağını çok iyi bilmesi gerekir. Bu yüzden hedef pazar tespitinde Pazar bölümlendirilmesinin dikkatlice yapılması gerekir.



İhracatçı firma olarak bölümlendirmeyi iki kısımda yapabiliriz; Bunlardan birincisi, son tüketiciler (nihai tüketiciler, tüketim mallarını tüketirler) açısından, bir diğeri de şirketler açısından. (şirketlerde, sanayi mallarını tüketirler.)

Tüketim malları açısından kullanıcı *kesimi*,⁶

- Yaş
- Cinsiyet
- Gelir
- Meslek
- Yerleşim bölgeleri
- Yaşam biçimi
- Değer yargıları
- Satın alma alışkanlıklarını

Sanayi malları açısından kullanıcı *kesimi*⁷

- Sektör tipi
- İşletme büyüklüğü
- Arz kaynakları
- Özel ihtiyaçları
- Satın alma kararlarını kimlerin nasıl verdiği
- Satıcıya karşı tavırları dikkate alırlar.

⁶ a.g.e. s, 187.

⁷ a.g.e. s, 187.



3.2.4. Rekabet:

Dış ticaret sürecinde, özellikle ihracatta günümüz küreselleşen ortamında rekabet çok şiddetli bir şekilde devam etmektedir. Dolayısı ile ihracatçı firma bu süreçte herhangi pazara giriş kararı almadan önce, pazarın rekabet yapısını çok iyi bir şekilde analiz etmelidir. Bu analiz sürecinde rakiplerimizi doğru bir şekilde tanımlayıp ona göre ihracat stratejileri geliştirmemiz gerekmektedir.

İthalatçı ülkedeki rekabetin yapısını inceleyebilmek için aşağıdaki soruların sorulmasında fayda vardır⁸

- Doğrudan rekabet var mıdır? Var ise önemli yerli ve yabancı satıcılar kimlerdir?
- Ne tip dolaylı rekabet vardır?
- Önemli satıcıların her birinin pazardaki payı nedir ve bu pay ne yönde değişmektedir?
- Önemli satıcıların ne tip özel maliyet avantajları ve dezavantajları vardır? (hammadde arzı, emek maliyeti vb.)
- Önemli satıcıların üretimlerini artırma olanakları nelerdir? Mevcut kapasiteleri ve genişleme planları nelerdir?
- Pazar egemenliği bir ya da birkaç satıcının mı tekelindedir, yoksa birçok kişiye mi paylaşılmaktadır?
- Eğer yabancı satıcıların pazarda önemli bir payı var ise bunlar nispi tarife, ulaşım maliyeti ve benzeri avantajlardan yararlanmakta mıdırlar?
- Yerli satıcılar ticaret engellerini artırabilecek politik etkinliğe sahip midirler?
- Önemli rakiplerin, dağıtım kanalları üzerinde pazara girişi zorlaştıracak kontrol güçleri var mıdır?
- Mevcut satıcıları etkin olarak ulaşamadığı veya yeterli mal sunamadığı Pazar dilimleri mevcut mudur?

⁸ Türkçe'ye Çevirenler Ali Rıza KARACAN, Oya GÜRER, Ruhi ÖRMECİ "İhracat Pazar Araştırmasına Giriş " İzmir Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları; 1983 (Bu çalışmanın orijinali, Uluslararası Ticaret Merkezi(ITC) UNCTAD/GATT Cenevre-İsviçre tarafından İngilizce olarak yayımlanmıştır)



3.2.5. Fiyatlar:

İhracat Pazar araştırma sürecinde, ihracat yöneticilerinin yanıtlaması gereken en önemli soru şu olmalıdır.

“Ürünümüzü yurtdışında hangi fiyattan satalım ki, ithalat ülkesindeki ve diğer ülkelerdeki benzer ürünlerle rekabet edebilmesini sağlayabilelim.”

Fiyatlandırma sürecini ayrı bir başlık altında inceleyeceğimizden bu bölümde çok detaya girmiyoruz ama kısaca şunu net bir şekilde ifade edebiliriz. Eğer ki ihracatçı firmanın uluslararası bir markası yoksa ihracat aşamasında rekabetteki en büyük avantaj ya da dezavantajı fiyatlandırmadır.



Tablo 8.
Pazar Potansiyelinin Tahmini ⁹

1. Ülkenin İhracat Mevzuatı

- Ülke sınırlamaları
- Kambiyo ve vergi mevzuatı
- Lisans ve diğer dokümanlar

2. Pazara Giriş

- Tarifeler ve kotalar (ülkenize uygulanan, diğer ülkelere uygulanan)
- Dahili vergiler
- Kambiyo Kısıtlamaları
- Sağlık ve Güvenlik mevzuatı
- Pazara girişi etkileyen politik faktörler

3. Pazarın Büyüklüğü, Biçimi ve Gelişimi

- İthalat (hacim, değer, kaynaklar, trendler)
- Tüketim (hacim, büyüme trendleri, coğrafi özellikler, türev talep, pazar Dilimleri)
- Talebi etkileyen faktörler (ekonomik, iklim ve coğrafi, sosyal ve kültürel)

4. Rekabet

- Ülke için üretim, hacim ve büyüme
- Yapı(niteliği, Pazar payları, kuruluş yerleri, kapasiteleri, planları)
- Şiddet (büyüklük, özel avantajlar)
- Başarı nedenleri
- Mal çeşidindeki noksanlıklar
- Markalar ve patentler

5. Fiyat Yapısı

- Son kullanıcı fiyatları
- Ticari kar marjları
- Ulaşım maliyetleri
- Fabrika teslim fiyatları

⁹ Türkçe'ye Çevirenler Ali Rıza KARACAN, Oya GÜRER, Ruhi ÖRMECİ “İhracat Pazar Araştırmasına Giriş ” İzmir Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları; 1983 (Bu çalışmanın orijinali, Uluslararası Ticaret Merkezi(ITC) UNCTAD/GATT Cenevre-İsviçre tarafından İngilizce olarak yayımlanmıştır)

3.3. ÜRÜN ARAŞTIRMASI

Birinci çalışmalarımızda pazarın potansiyel olarak tespit edilebilmesi için gerekli sorular ve cevapları vermeye başladık başlamasına ama işimiz henüz bitmedi çünkü ikinci aşamada, ihracat yapacağımız ürün ile ilgili sorular sorup, onların cevaplarını vermeye çalışacağız.

Bu başlık altında yapacağımız çalışmaları 3 temel konu üzerinde götüreceğiz. Bunlar;

- Ürünün Nitelikleri
- İç Ambalajlama
- Dış Ambalajlama (Sevkiyat ambalajlaması)

3.3.1 Ürün Nitelikleri:

Tüketici tercihleri ve algıları özellikle farklı ülkelerde ürünlerin niteliklerine göre değişebilmektedir. Dolayısı ile ürünün nitelikleri ve özellikler herhangi bir ülkenin kültüründe olumlu etki yaparken, farklı bir ülkenin kültüründe ise olumsuz etki oluşturabilir. Peki, ürünün nitelik ve özelliklerini belirleyen olası unsurlar nelerdir? Bu unsurlar aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

- Renkler
- Lezzet
- Büyüklük
- Dizayn ve Stil
- Üründe kullanılan materyal
- Ürün Performansı
- Ürünün Teknik Özellikleri vb.

Renklerle ilgili örnekler vermek istersek ; hepimizin bildiği gibi yeşil renk İslam ülkelerinde kutsal



olarak algılanmakta iken, Güneydoğu Asya ülkelerinde ise beyazın kutsal bir yeri vardır.. Hristiyan ülkelerinde siyah matemi ifade eder (Bizde de aynı şekilde) Çin’de ise bunun aksine beyaz renk matemi simgelemektedir...

ÖRNEK¹⁰

Örneğin; Hong Kong’da beyazın olumsuz imajı karşısında yumurta ihracatçısı bir firmanın beyaz yumurtalarla pazara girmesi yanlış bir karar olabilir. Böylelikle beyaz yumurtalara pek rağbet edilmez iken kahverengi yumurtlar tercih sebebidir. Bu yüzden Pazara kahverengi yumurtayla girmek akıllıca olacaktır.

3.3.2 Ambalaj:

Ürünün kendi nitelikleri kadar da ürünün ambalajı ile ilgili Pazar ihtiyaçlarının saptanması, hangi mal ve ülke için ne tür ambalajların hazırlanacağını tespiti, ihracatçı firma tarafından düşünülmesi gereken önemli unsurlardan bir tanesidir.

Ambalajlamayı işlevsel anlamda düşündüğümüzde 2 temel özelliği vardır. Bunlardan birincisi; Ürünler hakkında bilgi vermeye ve sergilemeye yarayan ürün ambalajlaması, ikincisi ise ürünün gönderilmesi için sevkiyat için ambalajlamasıdır.

3.3.2.1 İç Ambalajlama (Mal Ambalajlanması)

Ürünlerin ambalajlanması sanayi ürünleri ve tüketim ürünleri için farklılık gösterebilmektedir. Ama her ikisinde de ambalajın ürünler için bir takım fonksiyonları vardır. Bunlar;

- Koruma fonksiyonu
- Bilgi verme fonksiyonu
- Ticari fonksiyon
- Yasal Koşullar yerine getirme fonksiyonu

¹⁰ Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN, İhracat Anlamak ve Yönetmek İçin Bilmeniz Gereken Her Şey” 2. Baskı, Optimist Yayınları, İstanbul,2013, s.178.

3.3.2.2 Dış Ambalajlama (Sevkiyat Ambalajlaması)

İhracatçı firmaların ve ihracat yöneticilerinin en çok üzerinde çalışmaları gereken konulardan biriside sevkiyat ambalajlamasıdır. Çünkü ihracatçı firma olarak malınızı en yakında gözüken ülkeye gönderebileceğiniz gibi (örneğin İran ve Irak olabilir) farklı kıtalara ve mesafelere de gönderebilirsiniz. (Örneğin Avusturalya veya ABD olabilir.) Dolayısıyla ürünlerinizin sorunsuz ve bozulmadan gidebilmesi sevkiyat ambalajlamasının iyi tasarlanmasına bağlıdır diyebiliriz.

İhracatçı firma ürünün sevkiyatı sürecinde doğru bir şekilde ambalajlanması için öncelikle aşağıdaki soruların cevabını vermesi gerekmektedir.¹¹

- Ürün nereye gidecektir?
- Ürün hangi taşıma sistemiyle(kara, hava, deniz, demiryolu) gönderilecektir?
- Ürün sevkiyat sürecinde nasıl yüklenip boşaltılacak ve nasıl depolanacaktır?
- Yükleme ve boşaltma işlemleri ne kadar sürmektedir ?
- Gitmiş olduğu ülkedeki iklim koşulları nelerdir?
- Ürün ithalatçı ülkeye giderken hangi ülke ve bölgelerden geçecek ve buraların iklim koşulları nasıldır?
- Ürünün çalınma, kaybolma, zedelenme, ezilme, erime olasılıkları nelerdir?
- Sevkiyat sürecindeki ambalaj üzerinde ne gibi yazı ve işaretler gereklidir?

¹¹ a.g.e. s 195.



Tablo 9.
Ürün Gerekleri ¹²

1. Üretim

- Renk
- Lezzet
- Büyüklük
- Dizayn ve stil
- Materyal
- Performans özellikleri
- Teknik Özellikler
- Kullanılma nedenleri
- Kullanma metotları
- Kullanma koşulları

2. Sevkiyat Ambalajı

- Sevk yöntemleri
- Koruyucu önlemler
- Taşıma yöntemleri
- Depolama koşulları
- Pazarlama gereksinimleri

3. Sanayi Malı Ambalajı

- Depolama koşulları
- Tanıtma gerekleri
- Malın ambalajdan nasıl çıkarılacağı
- Yeniden kullanma, iade ve sevk koşulları

4. Tüketici Ambalajı

- Koruyucu önlemler (depolama ve taşıma yöntemleri, depo içi koşulları)
- Enformasyon gerekleri (etiketleme yönetmelikleri, dil, tüketicinin mal hakkında bilgisi)
- Ticari gerekler (sergileme koşulları, boyut ve şekil tercihleri, istenilen izlenim, ticari isimlere karşı yerel tepkiler, renk ve semboller)
- Kullanma (iade koşulları, evde depolama koşulları, yeniden kullanma veya saklama koşulları)
- Hukuki zorunluluk (etiketleme, ağırlık ve ölçüler, materyal)

¹² Türkçe 'ye Çevirenler Ali Rıza KARACAN, Oya GÜRER, Ruhi ÖRMECİ "İhracat Pazar Araştırmasına Giriş " İzmir Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları; 1983 (Bu çalışmanın orijinali, Uluslararası Ticaret Merkezi(ITC) UNCTAD/GATT Cenevre-İsviçre tarafından İngilizce olarak yayımlanmıştır)

3.4. PAZARLAMA YÖNTEMLERİ İLE İLGİLİ BİLGİLER

Şu ana kadar olan süreçleri tamamladıktan sonra ihracat yapacağımız ülkeye gerçekleştirebileceğimiz pazarlama faaliyetleri nasıl olmalıdır? Sorusunun yanıtını bu bölümde arayacağız. Yapacağımız çalışmaları aşağıdaki ana başlıklar altında işleyeceğiz

- Taşıma sistemi
- Satış ve Dağıtım Kanalları
- Hizmetler
- Reklam-satış ve promosyon
- Fiyatlandırma

3.4.1 Taşıma Sistemi:

İhracatın önemli konularından bir tanesi de, ürününüzün bir ülkeden başka bir ülkeye gönderilmesi sürecini barındıran taşımacılık organizasyonudur. Dolayısıyla ürününüz dünyanın herhangi bir yerine taşımacılık organizasyonundaki değişik metotlarla (kara, deniz, hava ve demiryolu) gönderilebilmektedir. İhracatçı firma bu bağlamda aşağıdaki soruları sormak ve cevaplamak durumundadır.

- Malımızı gönderirken tek bir taşıma metodu mu uygulayacağız ?
- Birden fazla taşıma metodu kullanacaksak bunun yönetim ve risk süreci nasıl olmalıdır ?
- Malın taşınması esnasında ürünümüz riskli bir bölgeden geçecek midir? Ya da riskli bir ülkeye mi gönderilecektir. (terör, savaş veya korsan olayları bu madde için örnek teşkil edebilirler) ?
- Taşıma metodunun maliyeti nedir? Maliyeti etkileyen unsurlar nelerdir?
- Taşıma sürecinde farklı iklimlerden geçilecek midir ?
- Termin (teslim zamanı önemli midir? Taşıma modunu teslim zamanına göre mi ayarlayacağız vb.) ?



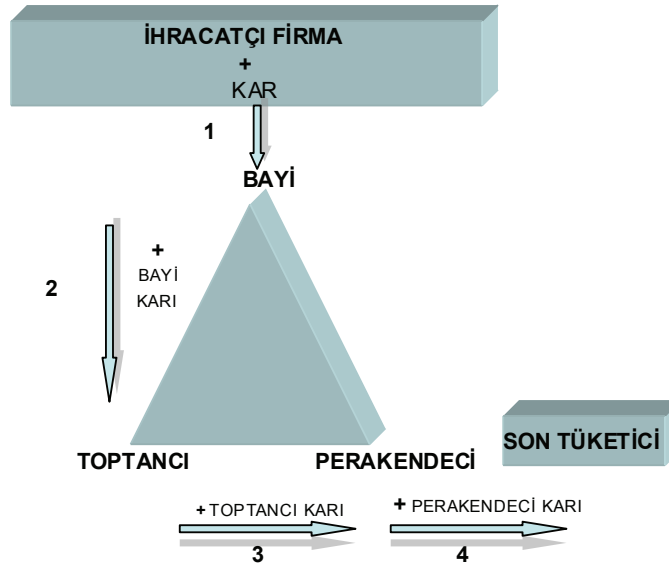
3.4.2 Satış ve Dağıtım Kanalları:

İhracat süreci başlamadan önce yapacağımız dağıtım kanalları araştırmasındaki asıl amaç; ‘en iyi pazarlama ve dağıtım ağının saptanmasıdır. Çünkü her değişik ithalat ülkelerinde, değişik dağıtım kanalları mevcuttur.

Ayrıca ihracatçı firmanın temel amacı kar elde etmek olduğundan, yeri geldiği zaman (burada ihracatçı firmanın ithalatçı ülke ile tecrübesinin ve ihracat sirkülasyonunun fazla olması gerekmektedir. Aksi taktirde süreci yönetmekte oldukça zorlanılmaktadır.) ithalat ülkesindeki paydaşlarının (distribütör, toptancı, bayi, perakendeci vb.) karlarına talip olmalıdır.

Şekil. 24.

İhracatçı-Bayi- Toptancı- Perakendeci Sarmalı¹³



¹³ Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN, İhracat Anlamak ve Yönetmek İçin Bilmeniz Gereken Her Şey” 2. Baskı, Optimist Yayınları, İstanbul,2013, s.201.

İhracat sürecindeki İhracatçı- bayi- toptancı - perakendeci sarmalına baktığımızda;¹⁴

- 1- İhracatçı firma kendi kârını katarak ürünü bayisine gönderir,
- 2- İthalatçı olan bayi ürünü kendi ülkesine ithalatını yaptıktan sonra kendi karını katarak ürünü toptancılarına gönderir,
- 3- Toptancı ise almış aldığı malın üzerine kendi kârını koyar ve malı perakendeciye gönderir,
- 4- Perakendeci ürüne kendi kârını ekleyerek raflarda son tüketicinin beğenisine sunar.

3.4.3 Hizmetler:

İhracatçı firmalar bazı zamanlarda ihraç ettiği ürün kadar hizmet ihracatı da yapabilir. Özellikle teknik hizmetler, bazı ürünler için önemli pazarlama araçlarından birisidir.

İhracatçı firmanın vereceği teknik hizmetler aşağıdakilerin birisini ya da birkaçını birlikte içerebilir.¹⁵

- İhracatı yapılan malın kullanımı ve bakımı sürecindeki eğitim ve danışmanlık hizmeti,
- İhracat edilen üründe herhangi bozulma meydana geldiğinde tamir ve bakım hizmetleri,
- Yedek parça temini,
- İhracat edilen ürüne garanti verilmesi ve garanti kapsamında meydana gelen aksaklıkların acilen giderilmesi şeklinde sıralanabilir.

3.4.4 Reklam - Satış ve Promosyonlar:

İhracatçı firmanın, İthalatçı firmalara gönderdiği eşantiyon ve promosyon çalışmaları hem ithalatçı firmada hem de ithalatçı firmanın kendi ülkesindeki tüketiciler zihninde olumlu bir algı yaratırlar. Dolayısıyla bu tür çalışmalar, ilk girilen pazarlarda ürünün tanıtılması sürecindeki önemli etkenlerden birisidir. Fakat ihracatçı firmanın bu süreçte aşağıdaki konulara dikkat etmesi ve kontrollerinin yapılması gerekmektedir.

¹⁴ a.g.e. s 201.

¹⁵ a.g.e. ,s 203.



- İthalatçı ülkedeki firmaya yapılan eşantiyon ve promosyon çalışmalarının ne kadarı tüketiciye yansıyor?
- İthalatçı firma bunları ne amaçla kullanıyor?

Tüm bunların yanında ithalatçı ülkelerdeki reklam çalışmaları da bir diğer önemli konudur. Genellikle satış geliştirme çalışmaları ve reklam çalışmaları, ithalatçı ülkelerdeki dağıtımının ya da perakendecinin sorumluluğundadır. Dolayısıyla ihracatçı firma bu dağıtım kanallarındaki tarafların seçiminde son tüketici algısında olumlu çalışmaların oluşmasını sağlayacak çalışmaları yapacak paydaşlarını iyi seçmek durumundadır. Dolayısıyla seçmiş olduğu paydaşların;

- İthalatçı ülkelerde yapacakları reklam çalışmalarında bütçelerin ne kadarı karşılanıyor
- Reklamlar hangi araçlarla iletiliyor? (yazılı basın mı, görsel medya mı ya da sektör dergileri mi)?
- Rakipler hangi araçları kullanıp hangi mesajları iletiyorlar ve bizim vereceğimiz mesaj ne olacaktır vb. soruların yanıtlarını vermesi gerekmektedir.

3.4.5 Fiyatlar:

Dikkat edilirse fiyatlandırma çalışmaları hem “*Pazar Potansiyelinin Tahmininde*” hem de “*Pazarlama Yöntemleri*” içerisinde yer almakta. Dolayısıyla fiyatlandırma çalışmalarının ihracat sürecindeki önemini buradan rahatlıkla anlayabiliriz.

İhracatta fiyatlandırmasının çalışması genellikle maliyetlerin tespitinden sonra belli bir kâr marjı eklendikten sonra oluşturulur.. Bu çalışma ithalat ülkesine girişteki minimum fiyat olup, bu fiyatın üst sınırını ise tüketici tercihleri ama aslında rakipler belirler. İşte bu yüzden İhracatçı firmalar herhangi bir pazara girerken, mutlaka rakiplerinin ithalatçı ülkede oluşturdukları fiyatları dikkatlice araştırıp ona göre değerlendirme yapmalıdırlar.

Tablo 10.
Pazarlama Uygulaması ¹⁶

1. Ulaşım

- Taşıma ücretleri
- Hız ve sıklık (frekans)
- Güvenilirlik
- Riskler
- Ambalaj giderleri

2. Satış ve Dağıtım Kanalları

- Malın normal kanalları (her birinin fonksiyonu, satıştaki payı, önemindeki değişiklikler
- Alışveriş kanalları
- Normal ve alışveriş kanallarının kullanılabilirliği ve bunların avantaj ve dezavantajları
- Dağıtım kanalındaki her halkanın sağladığı destek fonksiyonları (teknik hizmetler, reklam ve satış geliştirme, mali yönü)
- Her halkanın stok düzeyi
- Teslim tarihi koşulları
- Her halkanın kâr marjı ve iskonto oranı
- Kredi olanakları ve beklenen satış koşulları
- Başlıca dağıtımçıları (en önemlilerinin sizin ve malınız için en uygun olanların durumu; firmanın büyüklüğü, satışlarındaki artış, mal çeşitleri, satış gücü, müşteri tipi, coğrafi alanı, hizmet olanakları, pazardaki durumu, koşulları, olabilecek çıkar çatışmaları vb.)

3. Fiyatlandırma Stratejisi Faktörleri

- Uygulanabilir sınırlar
- Rakip malların arzı
- Rakip malların fiyatı
- Rakiplerden beklenen tepkiler
- Mal avantajları

¹⁶ Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN, İhracat Anlamak ve Yönetmek İçin Bilmeniz Gereken Her Şey” 2. Baskı, Optimist Yayınları, İstanbul,2013, s.201.



4. Alıcıların Beklediği Hizmetler

- Teknik öneriler
- Defolu malların değiştirilmesi
- Garantiler
- Tamir, bakım ve yedek parçalar
- Teknisyenlerin eğitimi

5. Reklam ve Satış Geliştirme

- Rakip malların desteklenmesi için harcanan para (her firmanın satışlarının yüzdesi olarak)
- Kullanılan başlıca kitle iletişim araçları ve teknikleri ve harcamanın bunlar arasında dağılımı)
- Zamanlama ve coğrafi yoğunlaşma
- Önemli rakiplerin reklamlarında kullandıkları satış imajları
- Harcamaların satıcı dağıtımıcı ve perakendeci arasında dağılımı



**DOĞU ANADOLU
İHRACATÇILAR BİRLİĞİ**

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM İHRACATTA FİYATLANDIRMA



DOĞU ANADOLU
İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

İhracat Pazarlama Teknikleri





4.1. İHRACAT FİYATLANDIRMASINA GİRİŞ

İhracat fiyatlandırması daha önceki bölümlerde bahsettiğimiz üzere ihracat aşamasının önemli çalışmalarından bir tanesidir. Çünkü ihracat pazarlarında küresel ölçekte bir markanız yoksa sizin en büyük avantaj ve dezavantajınız fiyatlandırmadır. Dolayısıyla ihracatçı firmanın fiyatlandırma süreçlerine oldukça fazla odaklanması gerekmektedir.

Fiyatlandırma aşamasının en önemli sorunu ise, farklı pazarlarda doğru fiyatlandırma yapabilmektir. Çünkü her bir farklı ülke veya bölge ihracatçı açısından farklı pazarlama politikası uygulaması gerekir ki, bunların başında ise ihracat fiyatlandırması gelmektedir.

4.2. İHRACAT FİYATININ TANIMI

İhracatta fiyatlandırma; ihracat yapacak olan firmanın maliyetlerini karşılayan (üretim +ihracat süreci maliyetleri) ve belirlemiş olduğu hedef pazar için uygun belirli bir kâr marjını içeren fiyatlandırma-
dır.¹

Yukarıda yapmış olduğumuz tanımdan yola çıkarsak farklı pazarlarda doğru fiyatlandırma yapabilmenin 3 tane unsur karşımıza çıkmaktadır. Bunlar;

- Maliyetleri karşılaması
- Hedef Pazar tespiti
- Hedef Pazar doğrultusunda belirlenen kar marjı

¹ Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN, “İhracat Anlamak ve Yönetmek İçin Bilmeniz Gereken Her Şey” 2. Baskı, Optimist Yayınları, İstanbul,2013, s.207

ÖRNEK

Felemezler firması bu sefer iki farklı pazar bulmuştu. Bunlarda bir tanesi uzun zamandır üzerinde çalıştıkları Afrika'da iki ülkeydi. Bir diğeri ise akrabalarının vasıtasıyla Almanya'da buldukları firmaydı. Firma yetkilileri bu süreçte fiyatlandırma politikalarını oluştururken aynı ürün için teslim şekli olarak EXW teslim şekli üzerine teklif vermeye karar vermişlerdi. Dolayısıyla ürünün kalitesi azda olsa farklılık gösterse bile üretim maliyetleri hem Afrika pazarı için hem de Almanya için aynıydı. Aynı zamanda malın gönderilmesiyle ilgili ihracat süreç maliyetleri de birbirine çok yakındı. İhracatçı firma olan Felemezler bu süreçte Almanya'ya, Afrika'ya verdiği teklifin 3 katı fazla fiyat vermişti. Çünkü hedef pazar bağlamında karlılık oranları farklılık göstermekteydi.

Örnek olayımızdan yola çıkarsak üretim ve süreç maliyetleri aynı olmasına karşın ihracatçı firma iki farklı ülkeyi Pazar araştırması sonucunda gerek ekonomik faktörler gerekse Pazar bölümlendirmesi sonucunda hedef kitleyi farklılaştırmış ve iki farklı pazarda belirleyeceği kar oranlarını birbirinden oldukça farklı bir şekilde fiyatlandırmaya yansıtmıştır.

NOT

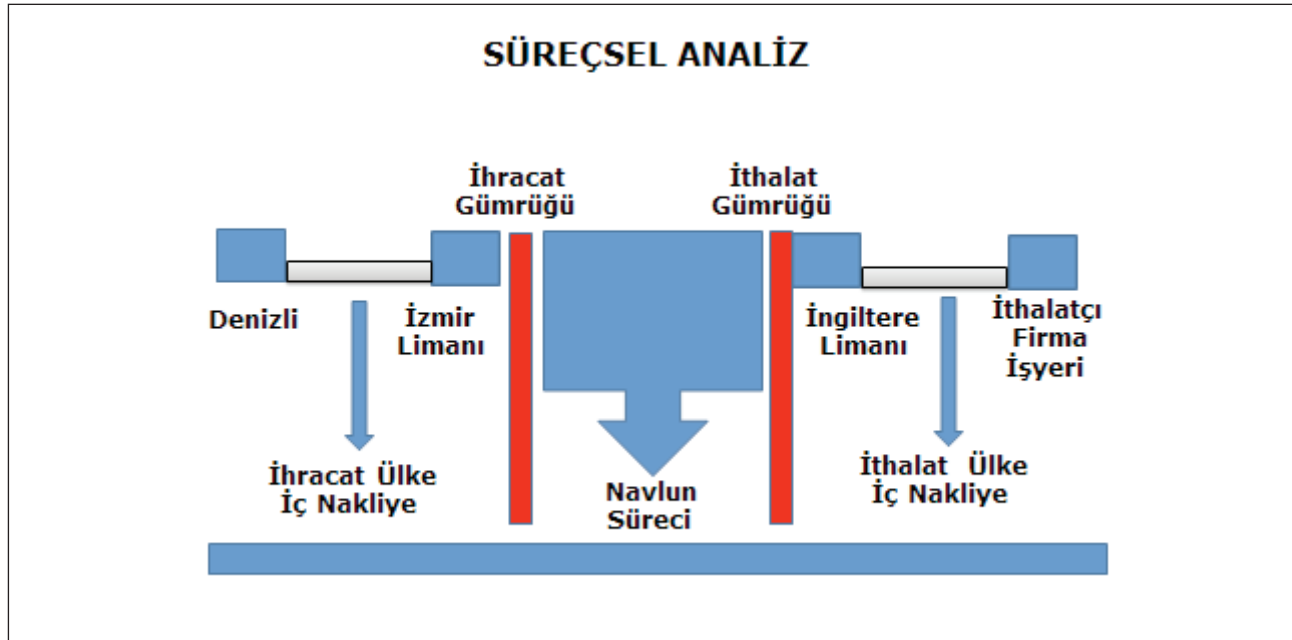
İhracatçı firma olarak Pazar bağlamında baktığımızda her ülke, bölge ve kıtayı birbirinden farklı düşünerek fiyatlandırma politikaları oluşturması gerekmektedir.

4.3. FİYATLANDIRMADA INCOTERMS ETKİSİ

İkinci bölümden hatırlayacağımız üzere Incoterms kuralları dış ticaret sürecinin yönetilmesi ve maliyetlerinin paylaşılması anlamında en temel unsurdur. Dolayısıyla ihracatçı firma süreci yönetirken ihracat süreç maliyetlerini, fiyat teklifi vermeden önce fiyatlarının içine dahil etmesi gerekmektedir. Bu bölümümüzde ihracat fiyatlandırmasını yaparken kitabın yazarı olarak benim geliştirdiğim “3 Can Simidi” tekniğinden faydalanacağız.

İsterseniz 3 can simidi tekniğini anlatırken örneğimizi ve ihracatçı özelinde dış ticaret süreçlerini şekil eşliğinde hatırlamaya çalışalım

Şekil. 25.
Süreçsel Analize Giriş²



² Mutlu YILMAZ, “Dış Ticarete Teslim Şekilleri INCOTERMS” Soncağ Yayıncılık, 2016 Ankara, s.34



İhracatçı firmamız, Denizli’de yerleşik bir firmadır. Bu firma malları denizyolu ile İngiltere’ye gönderecektir. Mallar gemiye, İzmir Alsancak limanından yüklenecektir. Şimdi de örneğimiz özelinden ihracat süreçlerini maliyetler bazında teslim şekli gözetmeksizin belirtmeye çalışalım

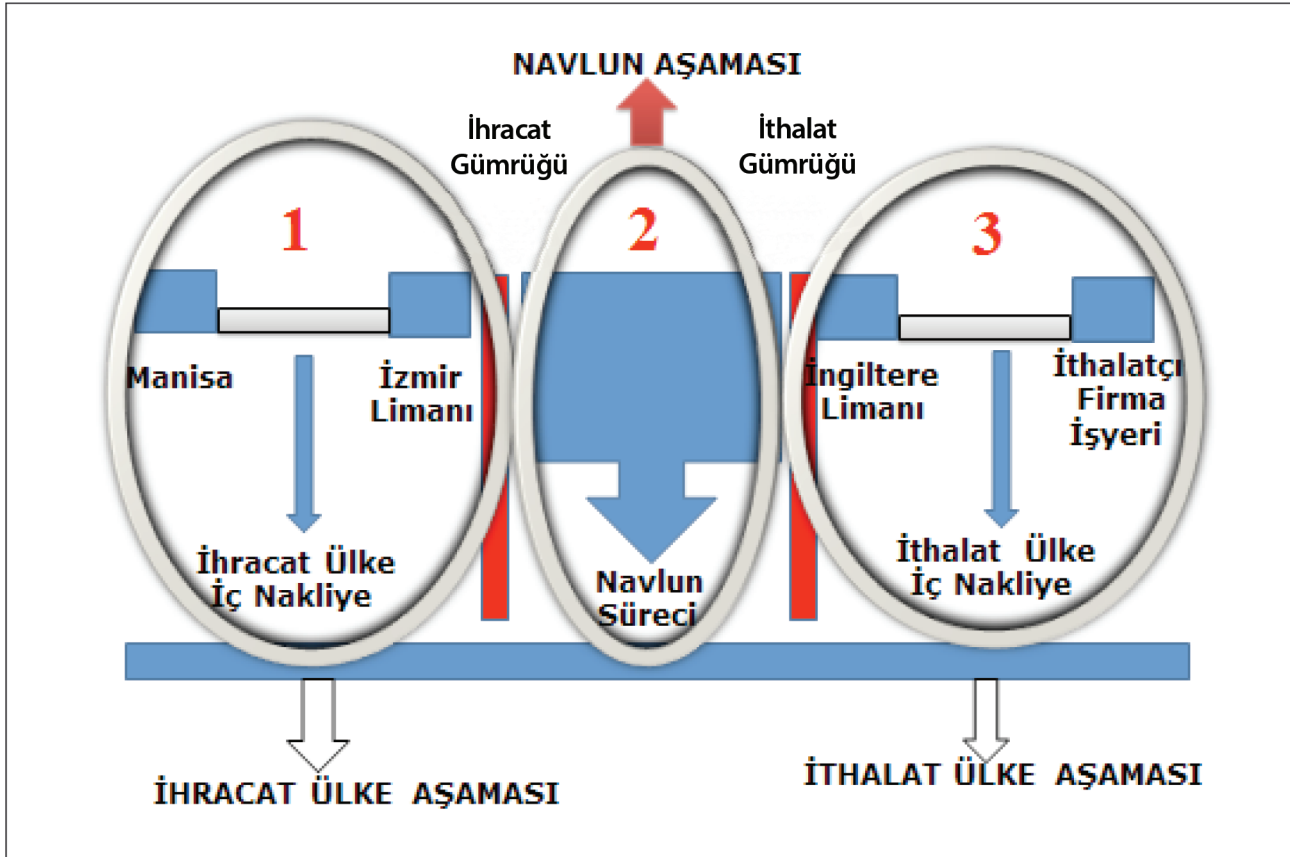
1. Denizli’deki fabrikadan malın ilgili taşıma aracına yüklenmesi maliyeti
2. Denizli’den İzmir Alsancak limanına kadar iç nakliye masrafları
3. İç nakliye sürecindeki olası riskleri kapsayan sigorta masrafları
4. (Türkiye’den çıkış işlemlerinin yapılabilmesi için) ihracat gümrükleme işlemlerinin yapılması
5. Malların gemiye yüklenmesi
6. Navlun Bedeli (Uluslararası taşıma ücreti)
7. Sigorta Bedeli (Uluslararası taşıma sürecindeki riskleri barındıran sigorta)
8. İthalat ülkesinde boşaltma masrafları
9. İthalat ülkesindeki gümrükleme masrafları
10. İthalat ülkesinde ödenecek mali yükümlülükler (varsa gümrük vergisi, KDV vb.)
11. İthalat ülkesindeki iç nakliye
12. İthalat ülkesinde iç nakliye sürecindeki riskleri kapsayan sigorta masrafları
13. İthalat ülkesindeki firmada boşaltma masrafları

NOT

Maddeler halinde verilen bu masraflar sadece Incoterms bağlamında düşünülmüştür. Fiyatlandırma yaparken ihracat süreciyle alakalı başka masrafların çıkacağını belirtelim.

Şimdide isterseniz ihracat sürecinin “3 Can Simidi” tekniğini anlamaya çalışalım ve ilgili maliyetlerin hangi süreçler içerisinde yer alacağını belirtelim.

Şekil. 27.
3 Can Simidi Tekniği³



³ a.g.e. s.35

“3 Can Simidi” tekniğine göre süreçler kendi içerisinde 3 bölüme (3 ayrı can simidi) olarak ayrılırlar. Bunlar;

- 1) İhracat Ülke Aşaması
- 2) Navlun Aşaması
- 3) İthalat Ülke aşamasıydı.

İşte bizim şimdi yapmamız gerekenler, hangi can simidinde ya da süreçte hangi maliyetlerin yer alacağıdır

A. İhracat Ülke Aşaması (Birinci Can simidi)

1. Denizli’deki fabrikadan malın ilgili taşıma aracına yüklenmesi maliyeti
2. Denizli’den İzmir Alsancak limanına kadar iç nakliye masrafları
3. İç nakliye sürecindeki olası riskleri kapsayan sigorta masrafları
4. (Türkiye’den çıkış işlemlerinin yapılabilmesi için) ihracat gümrükleme işlemlerinin yapılması
5. Malların gemiye yüklenmesi

B. Navlun Süreci Aşaması (İkinci Can Simidi)

6. Navlun Bedeli (Uluslararası taşıma ücreti)
7. Sigorta Bedeli (Uluslararası taşıma sürecindeki riskleri barındıran sigorta)

C. İthalat Ülke Aşaması (Üçüncü Can Simidi)

8. İthalat ülkesinde boşaltma masrafları
9. İthalat ülkesindeki gümrükleme masrafları
10. İthalat ülkesinde ödenecek mali yükümlülükler



11. İthalat ülkesindeki iç nakliye

12. İthalat ülkesinde iç nakliye sürecindeki riskleri kapsayan sigorta masrafları

13. İthalat ülkesindeki firmada boşaltma masrafları

Sonuç olarak toplamda 13 maddeden oluşturduğumuz maliyet kalemlerini 3 Can simidi içerisinde sınıflandırmış olduk. Dolayısıyla şu ana itibarıyla işin en büyük kısmı bitmiş oldu. Şimdi 3 ana kısımda sınıflandırdığımız maliyet kalemlerini ise, kendi içerisinde hem Incoterms 2000⁴ hem de Incoterms®2010 kapsamında ayrı bir sınıflandırma ile sürecimize devam edelim. Öncelikle ihracat ülke aşamasındaki (birinci can simidi) teslim şekillerini görelim.

NOT

Incoterms 2000 gerekse Incoterms®2010'daki teslim şekilleri ihracat ülke aşaması için aynıdır. Farklılık göstermez.

Sadece ihracat ülke aşamasına giren teslim şekilleri;

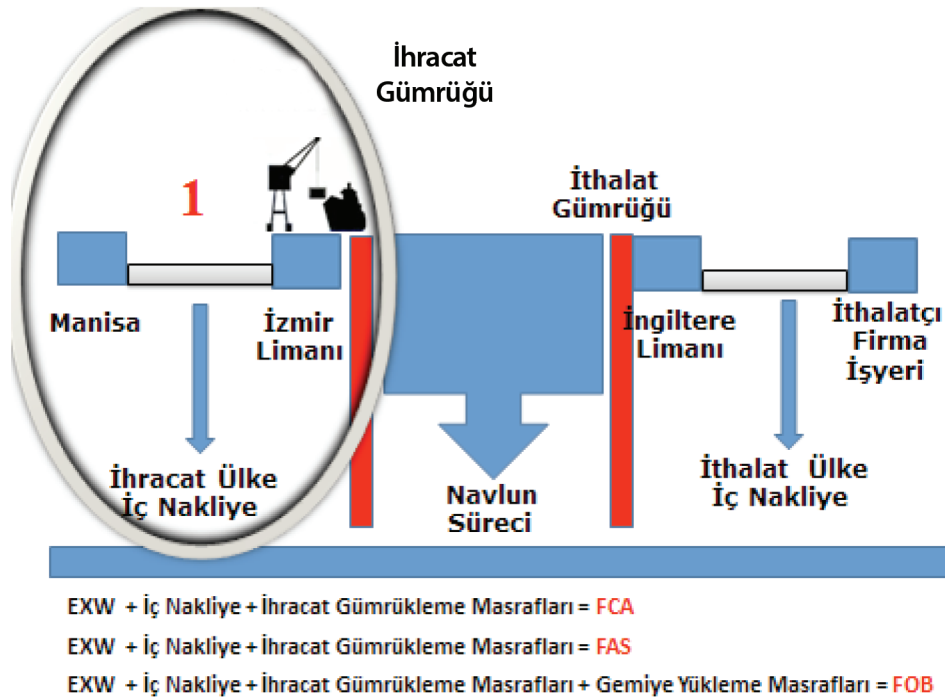
- EXW
- FCA
- FAS
- FOB teslim şekilleridir.

⁴ Incoterms 2000 kuralları ikinci bölümde anlatılmamıştır. Sektöre hala kullanıldığında fiyatlandırma çalışmaları içerisinde Incoterms 2000 kuralları da dahil edilmiştir.

NOT

Bu dört teslim şeklinin ortak özellikleri ise navlun süreci ve ithalat ülke sürecine ihracatçı firma olarak karışmazlar ve maliyetlerini üstlenmezler

Şekil. 27.
Birinci Can Simidi Tekniği ve Fiyatlandırma⁵



⁵ A.g.e. s.95



- **EXW**

İhracatçı teslim etme yükümlülüğünü kendi işyerinde yerine getirdiğinden, dış ticaret sürecindeki hiçbir maliyete katlanmaz ⁶

- **FCA**

FCA teslim şeklinde, ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü ihracat ülkesinde ithalatçının belirlediği yerde yerine getirdiğinden ilgili yere kadar taşıma maliyetleri ve sigorta (yaptıracaksa) karşılar. Ayrıca ihracat gümrükleme işlemleri de ihracatçıya aittir.

- **FAS**

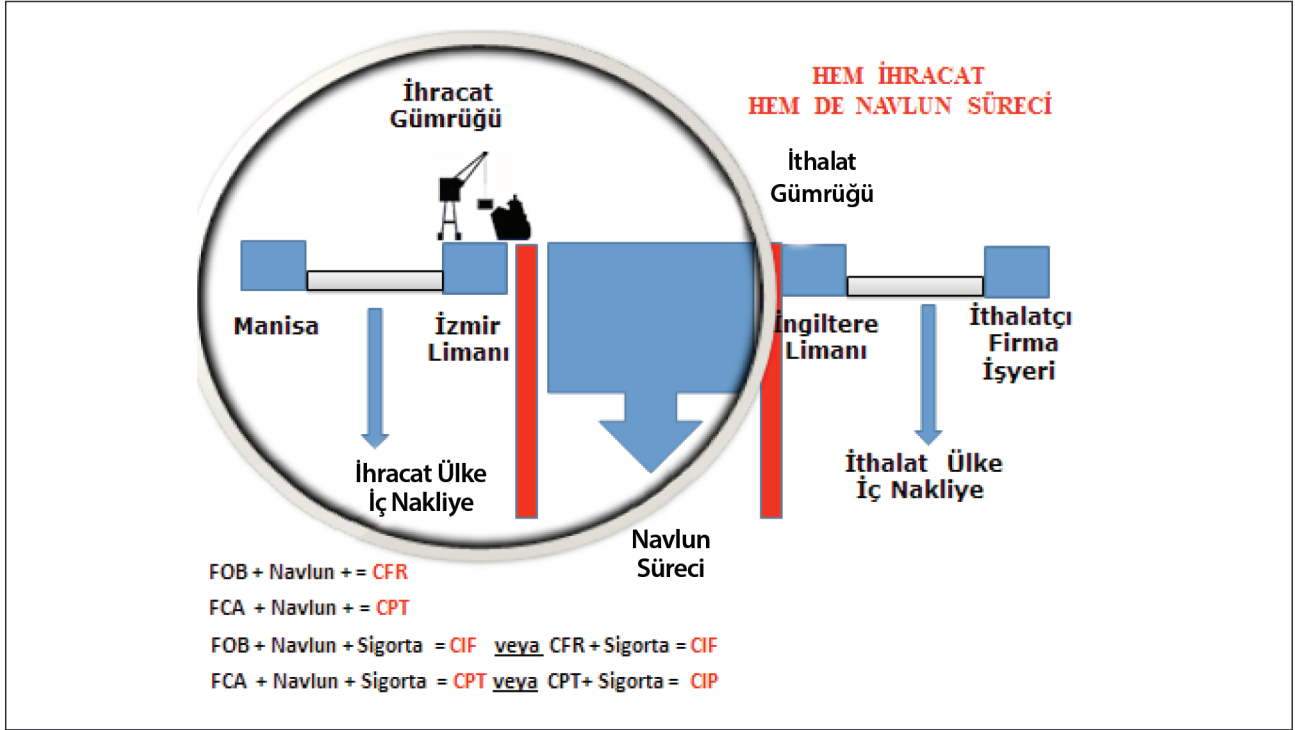
FAS teslim şeklinde ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü, ihracat gümrükleme işlemlerini tamamlamış ve ihracat ülkesinde belirtilen ihracat limanında teslim etmesiyle yerine getirir. Dolayısıyla ihracat ülkesinde ki iç taşıma, yaptıracaksa sigorta ve ihracat gümrükleme işlemlerinin masraflarını ihracatçı firma karşılar.

- **FOB**

FOB teslim şeklinde ihracatçı teslim etme yükümlülüğünü, ihracat gümrükleme işlemlerini tamamlamış bir şekilde belirtilen gemiye malları yüklemesiyle yerine getirir. Buraya kadar olan tüm masraflar ihracatçı firmaya aittir.

⁶ Burada dikkat edilmesi gereken husus navlun bedelinin kimin ödeyeceği EXW teslim şeklinde belirtilmemiştir. Ama daha önceden ifade ettiğimiz gibi genel teamül ithalatçının ödemesi yönündedir. Ayrıca ithalatçı firma ihracat gümrükleme işlemlerini yapabilecek durumda değilse maliyetlerini ithalatçı karşılamak üzere ihracat gümrükleme işlemlerini ihracatçı yapar ama zaten parasını aldığından ayrı bir maliyet olarak hesaplanmaz

Şekil. 28.
İkinci Can Simidi Tekniği ve Fiyatlandırma⁷



Şimdi de navlun aşamasındaki (ikinci can simidi) teslim şekillerini görelim.

NOT

Incoterms 2000 gerekse Incoterms®2010'daki teslim şekilleri ihracat ülke aşaması için aynıdır. Farklılık göstermez.



Navlun süreci tek başına değerlendirilmediğinden, bu sefer hem ihracat hem de navlun sürecinin maliyetini fiyata yansıtabilmek için süreci sınıflandıracğıız.

Hem İhracat hem de Navlun Sürecine göre teslim şekilleri;

- CFR
- CPT
- CIF
- CIP teslim şekilleridir.

Bu dört teslim şeklinin ortak özellikleri ise hem ihracat hem de navlun sürecini ihracatçı firma olarak maliyetlerini üstlenirler.

Bunda sonra süreci tek tek anlatmadan önceki öğrendiklerimizin üzerine ekleme yaparak şekilde gözüktüğü üzerine modelimizi tekrar edelim

$$\text{FOB} + \text{Navlun} = \text{CFR} + \text{Sigorta} = \text{CIF}$$

$$\text{FCA} + \text{Navlun} = \text{CPT} + \text{Sigorta} = \text{CIP}$$

Şimdiki aşamada ise ithalat ülke aşamasındaki (üçüncü can simidi) teslim şekillerini görelim.

NOT

Bu sefer Incoterms 2000'de ve Incoterms'2010'daki teslim şekilleri birbirinden farklı olduğundan iki versiyonu ayrı anlatacağıız.

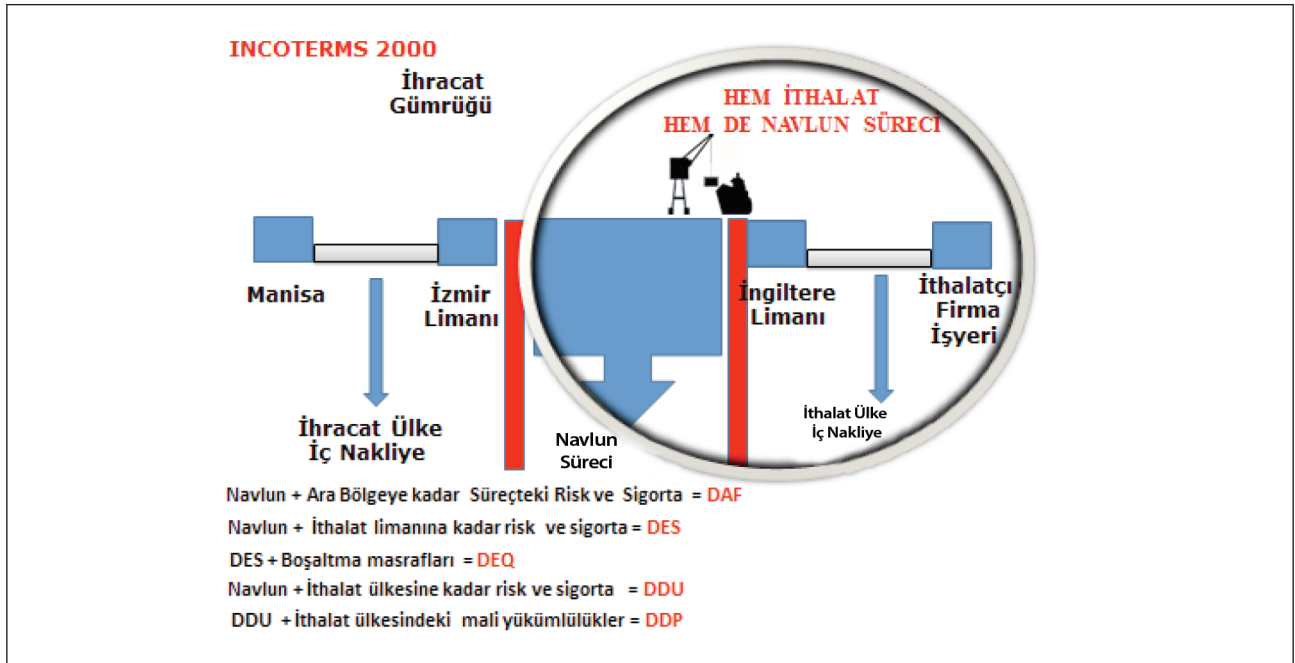
Ayrıca İthalat ülke süreci tek başına değerlendirilmediğinden hem ithalat ülke hem de navlun sürecinin maliyetini fiyata yansıtabilmek için süreci sınıflandıracğıız.

Hem İthalat hem de Navlun Sürecine göre Incoterms 2000'deki teslim şekilleri;

- DAF
- DES
- DEQ
- DDU
- DDP teslim şekilleridir.

Şekil. 29.

Üçüncü Can Simidi Tekniği ve Fiyatlandırma Incoterms 2000⁸



⁸ A.g.e, s.97



Navlun + Ara Bölgeye Kadar Süreçteki Risk ve Sigorta = DAF

Navlun + İthalat Limanına Kadar Risk ve Sigorta = DES

DES + Boşaltma Masrafları = DEQ

Navlun + İthalat ülkesine kadar olan risk ve Sigorta = DDU

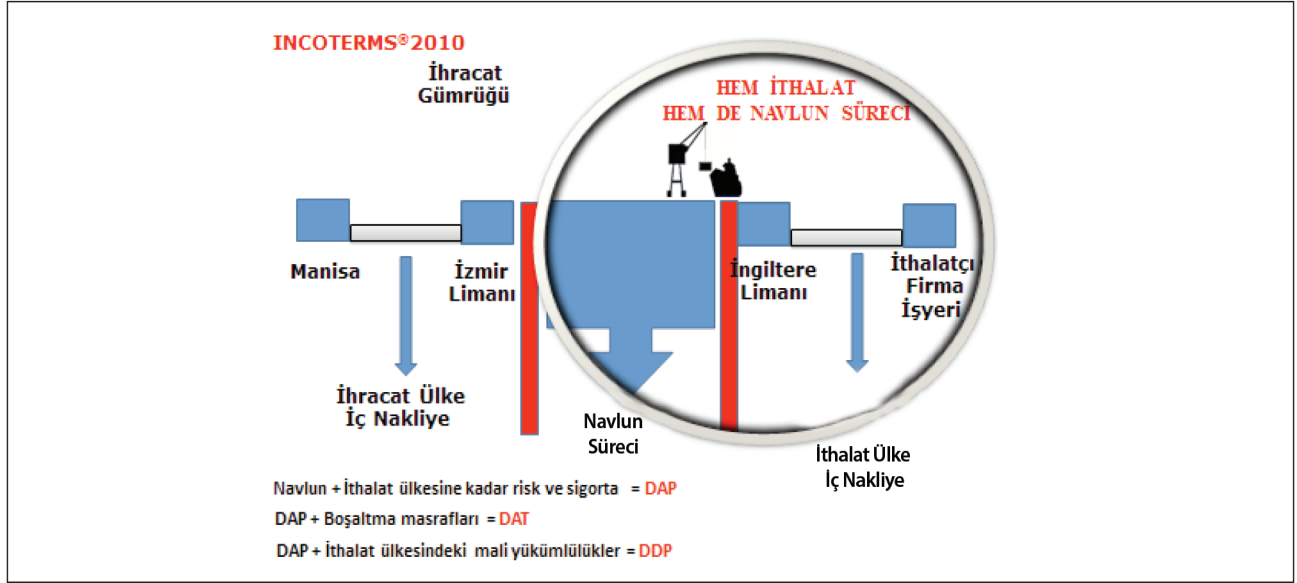
DDU + İthalat Ülkesindeki Mali Yükümlülükler = DDP

Şimdi de ithalat ülke aşamasındaki (üçüncü can simidi) Incoterms®2010'a göre teslim şekillerinin fiyatlandırmadaki maliyetlere etkisini görelim.

Hem İhracat hem de Navlun Sürecine göre Incoterms®2010'daki teslim şekilleri;

- DAP
- DAT
- DDP teslim şekilleridir.

Şekil. 30.
Üçüncü Can Simidi Tekniği ve Fiyatlandırma Incoterms® 2010⁹



Navlun + İthalat ülkesine kadar olan risk ve Sigorta = DAP

DAP + Boşaltma Masrafları = DAT

DAP + İthalat Ülkesindeki Mali Yükümlülükler = DDP

NOT

İthalat ülkesindeki ve Navlun sürecindeki maliyetlerde yer alan “Sigorta Maliyetleri” zorunlu değildir. Sadece navlun sürecindeki risk ihracatçıya ait olduğundan sigorta yapılması tavsiye edilmektedir. Dolayısıyla maliyet kalemi olarak sigorta fiyata yansıtılır.

⁹ A.g.e. s.



4.4. FİYATLANDIRMA VE ÖDEME ŞEKİLLERİ İLİŞKİSİ

İkinci bölümde de belirttiğimiz üzere, dış ticarete kullanılan 6 tane ödeme şekli vardı. Dolayısı ile bu ödeme şekilleri mal bedelinin ödenmesinin yanı sıra aynı zamanda dış ticaretin farklı süreçlerine etki etmekle birlikte bu süreçlerden bir tanesi de ihracat fiyatlandırma sürecidir. Genel bir değerlendirme yaparsak, mal bedelinin peşin ödenmesi durumunda ihracatçı olarak fiyatımızı aşağı çekebilir ya da iskonto yapabilecekken, vadeli ödemelerde örneğin kabul kredili ödeme metodunda olduğu gibi vade farkından kaynaklanan maliyeti fiyatımıza ekleme yapabiliriz. Daha farklı açıdan bakar ve akreditiif veya Banka Ödeme yükümlülüğü bağlamında, çalışıyorsak bankaların alacakları komisyon ve masrafları fiyatlarımıza yansıtmamız gerekecektir. Bazı zamanlarda ise genelleştirmeler bazen hatalı fiyatlandırma yapmamıza da sebep verebilir. Nasıl mı? Örnek hikâyemizden bakalım.

NOT

Van’da yerleşik ihracat firmamız, hem Irak’a hem de Çin’e gönderilmek üzere aynı miktarda ve kalitede her iki ülkedeki firmaya teklif geçmişti. Teklifin de ise teslim şekli olarak EXW, ödeme şekli olarak ta Vesaik Mukabili Ödeme üzerine anlaşılmıştı. Firmamız her iki firmaya da aynı fiyatlandırmayı yapmıştı. Bunun üzerine firmanın ortaklarından Umut Bey itiraz etmiş ve aynı fiyatın verilmesinin yanlış olacağını ifade etmişti. Diğer ortak ise mal miktarı, kalite, teslim şekli ve ödeme şekli gibi diğer tüm değişkenlerin aynı olduğunu ifade etmiş ve verdikleri fiyatın doğru olduğunu savunmuştu..

Yukarıdaki örnek olay aslında ödeme şeklinin bazı durumlarda nasıl farklı etkilerinin olduğuna dair gayet güzel bir örnek. Öncelikle Van’daki ihracat firmasının hem İrağa hem de Çin’e aynı fiyat vermesi öncelikle ödeme şekli açısından büyük bir hata teşkil etmektedir. Neden mi?

Ödeme şekli olarak “Vesaik Mukabili Ödeme” üzerine anlaştıklarına göre ödeme ithalatçı ülkeye vardıktan sonra gerçekleşecektir. Hatırlarsanız ihracatçı firma vesaik mukabili ödeme yönteminde ithalatçının malları çekmesine yarayan evrakları bankalar kanalıyla şartlı olarak gönderiyordu. Dolayısıyla ithalatçı firma, mallar kendi ülkesine gelince bankaya gidiyor, ödemeyi gerçekleştiriyor ve belgeleri ancak böylelikle alabiliyordu.

Şimdi tekrardan örneğimizde gelirsek, Van'dan Irağa gidecek ürünler ortalama bir bilemediniz iki gün içinde giderken, Çin'e gidecek ürün iç nakliye ve navlun süreciyle birlikte ortalama 45 gün olacaktır. Dolayısıyla Irak'taki firma mal bedelini vesaik mukabili ödeme yöntemine göre 2 gün sonra ödeyecekken, Çin'deki firmada yaklaşık 45 gün sonra ödeyecektir. Dolayısıyla ihracatçı firma farkına varmadan Çin'e vadeli mal satmıştır. Sadece vesaik mukabili ödeme yönteminden yola çıkarsak, Irak ve Çin'e aynı fiyatla teklif verilmesi büyük hata olmuştur. İhracatçı firmamız Çin'e daha yüksek fiyat vermeliydi.

4.5. İHRACATTA FİYATLANDIRMA STRATEJİLERİ

İhracat aşamasında geneli anlamda iki temel strateji vardır ve süreç bu iki strateji üzerine odaklanır. Bunlar;

- Yüksek Fiyat Stratejisi
- Düşük Fiyat Stratejisidir.

Her iki stratejimizi açıklamadan önce stratejinin genel bir tanımını yapalım. *“İşletme açısından strateji; İşletmede uzun dönemli amaç ve hedefleri belirleme ve bu amaçları gerçekleştirebilmek için ihtiyaç duyulan kaynakları tahsis ederek uygun faaliyet programlarını hazırlamadır.”*¹⁰ *“Aslında strateji aynı zamanda işletmede büyük resimdir de diyebiliriz.”*¹¹

- ***Yüksek Fiyat Stratejisi;***

Adından da anlaşılacağı üzere ihracatçı firmanın Pazara yüksek bir fiyatla girmesi veya mevcut pazarda yüksek bir fiyat politikası uygulamasıdır. Aşağıdaki durumlarda firma yüksek bir fiyat stratejisi uygulayabilir.

- İhracat yapan ya da yapacak olan firmanın ürünü tekeldir
- Firmanın kendisi tekeldir.

¹⁰ Ömer Dinçer, “Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası”. 5. Baskı İstanbul Beta Yayınları s.16

¹¹ Mutlu YILMAZ, Ahmet ÖZKEN, “İhracat Anlamak ve Yönetmek İçin Bilmeniz Gereken Her Şey” 2. Baskı, Optimist Yayınları, İstanbul, 2013, s.211



- Teknolojik ürün satmaktadır.
- Kalite imajı oluşturmak
- Markalı ürün satmaktadır. Vb.

Yüksek fiyat stratejisinin en önemli faydalarından birisi, firmaya yüksek kâr oranlarını gerçekleştirmesini sağlar.

- ***Düşük Fiyat Stratejisi;***

Giriş yapılan pazarda rakiplere göre daha düşük fiyat verilmesini benimseyen fiyatlandırma stratejisidir. Düşük fiyat stratejisi aşağıdaki durumlar için kullanılabilir.

- Herhangi bir ülke pazarına girerken ya da faaliyet gösterirken sizin ürününüzle ilgili arz fazlası varsa
- Pazara ilk defa giriliyor ve ürünün piyasada tanınması isteniyorsa
- Firmanın atıl üretim kapasitesi varsa ve bunu harekete geçirmek istiyorsa
- Pazarda geniş bir paya sahip olmak istiyorsak
- Hedef kitlemizi genişletmek istiyorsak vb.

4.6. İHRACAT SÜRECİNDE FİYATA ETKİ EDEN MALİYET UNSURLAR

İhracatta fiyatlandırma sürecinde hatırlanacağı üzere maliyetleri iki kısım içinde değerlendirmiştik. Bunlardan birincisi üretim maliyetleri iken, ikincisi ihracat süreç maliyetleriydi. Dolayısıyla bizler üretim maliyetlerinin önümüze geldiğini varsayarsak ihracat sürecinden kaynaklanan olası maliyetleri aşağıda sıralamaya çalıştık.

- İhracatta müşteri bulunmasına aracılık eden bir firma varsa, bu firmaya ödenecek komisyon masrafı veya hizmet bedeli
- İhracatçı ülke içindeki iç taşıma ve sigorta masrafları



- İhracat sürecindeki dokümantasyon giderleri
- Finansman giderleri
- Varsa akreditif masrafları
- Gümrük müşavirine ödenecek ücretler (DDP teslim şekli haricinde ithalat gümrüğü için gümrük müşavirine ödenecek ücreti ithalatçı firma öder.)
- Nispi aidat (ihracatçı birliklerinin, ihracatçı firmanın gerçekleşen ihracatlarından FOB bedel üzerinden ücret)
- Ambalajlama masrafları
- Navlun ve navlun sürecindeki sigorta masrafları
- Depolama masrafları
- Yükleme ve boşaltma masrafları
- Gerekiyorsa belgelerin çeviri masrafları

4.7. İHRACATTA FİYATLANDIRMAYI ETKİLEYEN DİĞER FAKTÖRLER

İhracat sürecinde fiyatlandırmayı etkileyen faktörler oldukça fazladır. Dolayısıyla ihracatçı firmalarımızın her bir konusu kendi içerisinde değerlendirip ona göre fiyatlandırma yapmaları gerekmektedir ki gerçekten bu kolay bir olay değildir. Genel olarak baktığımızda fiyatlandırmayı etkileyen faktörleri aşağıdaki gibi sıralamaya çalıştık.

- Teslim şekli (INCOTERMS)
- Ödeme Şekli
- Malları teslim zamanı
- Döviz kurları ve bunların kendi arasındaki parite farkları

- Miktarı
- Kalite
- Piyasadaki arz ve talep,
- Pazardaki rekabet,
- İthalatçı ülkedeki ekonomik performans ve gelir düzeyi,
- İthalatçı ülkedeki enflasyon oranları,
- İthalatçı ülkedeki bizim ülkemiz veya ürünlerimizle ilgili gümrük vergi oranları, dahili vergiler, ithal sınırlamaları, anti damping gibi Tarife Dışı Engeller,

4.8. İHRACATTA FİYATLANDIRMA TABLOSU

Aşağıda verdiğimiz tabloyu değerlendirirken önümüze üretim maliyetleri ile diğer yönetim maliyetlerinin geldiğini varsayarak sadece ihracat süreç maliyetleri değerlendirilmektedir.

Tablo 11.
İhracat Fiyatlandırma Tablosu¹²

İmalatçının Üretim maliyeti	:	
Ambalajlama ve Markalama	:	
Kâr ¹³	:	
(EXW fiyatı)		
Ülke İçi Nakliye Masrafları	:	
Ülke İçi Sigorta Masrafları	:	
Finansman Giderleri *	:	
Akreditif Masrafları *	:	
Doküman Masrafları	:	
Gümrük Müşavirlik Masrafları	:	
Nispi Aidat Masrafları *	:	
Genel Giderler	:	
Yükleme Masrafları	:	
(FOB fiyatı)		
Navlun	:	
Sigorta	:	
(CIF fiyatı)		
İthalat Ülkesindeki Gümrük Vergileri	:	
İthalat Ülkesindeki Dahili Vergiler ve diğer fonlar	:	
İthalatçı Ülkedeki Gümrük Müşavirlik Hizmet bedeli	:	
İthalatçının işyerine taşıma (DDP fiyatı)	:	
İthalatçı Kar Marjı	:	
Perakende Kar Marjı	:	
Son Tüketici Perakende Fiyatı	:	

* İşaretli yerler, EXW fiyatlandırılması içerisine dahil edilmelidir.

¹² a.g.e. s 220,221.

¹³ Karın yeri, EXW teslim şekline göre değerlendirilmiştir. Teslim şekline göre karın yeri değişiklik gösterir.



**DOĞU ANADOLU
İHRACATÇILAR BİRLİĞİ**

BEŞİNCİ BÖLÜM EKLER



DOĞU ANADOLU
İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

İhracat Pazarlama Teknikleri





EK. 1.

İHRACI YASAK OLAN MALLAR LİSTESİ

MADDE	YASAL DAYANAK
1-Kültür ve tabiat varlıkları (Eski eserler)	23/07/1983 tarih ve 18113 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış bulunan 2863 sayılı “Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu”
2-Hint keneviri	24/06/1933 tarih ve 2435 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış bulunan 2313 sayılı “Uyuşturucu Maddelerin Murakabesi Hakkında Kanun”
3-Tütün tohumu ve fidesi	04/12/2002 tarih ve 24956 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış bulunan “Tütün Üretimi, Üretici Tütünlerinin Pazarlanması, İç ve Dış Ticareti, Denetimi ve Tütün Eksperliği ile İlgili Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik”
4-İhracı ön izne bağlı mallar listesinde yer alan türler hariç bütün av ve yaban hayvanları (canlı ve cansız olarak ve tanınabilir en küçük parçaları ile bunlardan mamul konfeksiyon)	13/4/1990 tarih ve 20491 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış bulunan 08/03/1990 tarih ve 90/234 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı
5-Ceviz, dut, kiraz, armut, erik, porsuk, dışbudak, karaağaç ve ıhlamur adlı ağaç türlerinin kütük, tomruk, kereste, kalas ve taslak olarak ihracı	11/05/1974 tarih ve 14883 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış bulunan 24/4/1974 tarih ve 7/8186 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı
6-Doğadan toplanan doğal çiçek soğanları	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
7-(Değişik 10/11/2010 -27755 RG) Odun	06/01/1996 tarihli ve 22515 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı



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



EK 2

İHRACI ÖN İZNE BAĞLI ÜRÜNLER LİSTESİ

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



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



10-Yarış atları	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	10/03/2001 tarih ve 24338 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan "Hayvan Islahı Kanunu"
11-Yem Kanunu kapsamına giren yemler	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	07/06/1973 tarih ve 14557 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 1734 sayılı "Yem Kanunu"
12-Veteriner İlaçları	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	1262 sayılı "İспенçiyarı ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununa Yeniden Bazı Hükümler İlavesine Dair 3490 sayılı Kanun"
13-İhracatı kotayla veya başka herhangi bir kayıtlı sınırlandırılan doğal çiçek soğanları	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
14-Damızlık büyük ve küçük baş hayvan	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	10/03/2001 tarih ve 24338 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 4631 sayılı "Hayvan Islahı Kanunu"
15-Doğa Mantarı (Sadece AB üyesi ülkelere yönelik ihracat için)	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
16-Mavi yüzgeçli orkinos (thynus thunnus) (canlı, taze soğutulmuş, dondurulmuş veya işlenmiş)	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
17-Nükleer ve Nükleer Çift Kullanımlı Eşyaların İhracatında İzne Esas Olacak Belgelerin Verilmesine İlişkin Yönetmelik kapsamındaki mallar	Türkiye Atom Enerjisi Kurumu	13/09/2007 tarih ve 26642 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan "Nükleer ve Nükleer Çift Kullanımlı Eşyaların İhracatında İzne Esas Olacak Belgenin Verilmesine İlişkin Yönetmelik" ve "Nükleer ve Nükleer Çift Kullanımlı Eşyaların İhracatında İzne Esas Olacak Belgenin Verilmesine İlişkin Yönetmelik Kapsamına Giren Eşya Kalemlerini Belirten "Nükleer Transfer Uyarı Listesi" ve "Nükleer Çift Kullanımlı Eşya Listesi"ne İlişkin Tebliğ" (TAEK/NGD:2007/1)



18-Füze Teknolojisi Kontrol Rejimi Ekipman, Yazılım ve Teknoloji Ek'i Dahilindeki Malzemeler	Milli Savunma Bakanlığı	03/07/2004 tarih ve 25511 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 5201 sayılı "Harp Araç ve Gereçleri ile Silah, Mühimmat ve Patlayıcı Madde Üreten Sanayi Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Kanun"un 4üncü maddesi gereği her yıl revize edilerek Resmi Gazete'de yayımlanan "Kontrole Tabi Tutulacak Harp Araç ve Gereçleri ile Silah, Mühimmat ve Bunlara Ait Yedek Parçalar, Askeri Patlayıcı Maddeler, Bunlara Ait Teknolojilere İlişkin Liste"
19- Şeker	T.C. Şeker Kurumu	19/04/2001 tarih ve 24378 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 4634 sayılı "Şeker Kanunu"
20- Orman ağacı tohumları ve diğer yetiştirme materyalleri	Çevre ve Orman Bakanlığı	08/05/2003 tarih ve 25102 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 4856 sayılı "Çevre ve Orman Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun", 08/11/2006 tarih ve 26340 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 5553 sayılı "Tohumculuk Kanunu"
21- (Değişik 05/08/2011-28016 RG) 87/12028 Karar sayılı Tekel Dışı Bırakılan Patlayıcı Maddelerle Av Malzemesi ve Benzerlerinin Üretimi, İthali, Taşınması, Saklanması, Depolanması, Satışı, Kullanılması, Yok Edilmesi, Denetlenmesi Usul ve Esaslarına İlişkin Tüzük kapsamına giren patlayıcı maddeler (harp silah ve mühimmatı hariç)	İçişleri Bakanlığı(Emniyet Genel Müdürlüğü)	18/05/1955 tarih ve 9009 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 6551 sayılı "Barut ve Patlayıcı Maddelerle Silah ve Teferruatının ve Av Malzemesinin İnhisardan Çıkarılması Hakkındaki Kanun", 87/12028 Karar sayılı "Tekel Dışı Bırakılan Patlayıcı Maddelerle Av Malzemesi ve Benzerlerinin Üretimi, İthali, Taşınması, Saklanması, Depolanması, Satışı, Kullanılması, Yok Edilmesi, Denetlenmesi Usul ve Esaslarına İlişkin Tüzük", 2001/2443 Karar sayılı Tüzük



22- Zeytin fidanı (tescili yapılmış ve Milli Çeşit Listesi'nde yayımlanmış olan çeşitlerinin yurt içerisinde sertifikalandırılmış olanları)	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
23-Wassenaar Düzenlemesi Mühimmat Listesi Kapsamındaki Malzemeler	Milli Savunma Bakanlığı	03/07/2004 tarih ve 25511 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 5201 sayılı "Harp Araç ve Gereçleri ile Silah, Mühimmat ve Patlayıcı Madde Üreten Sanayi Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Kanun"un 4üncü maddesi gereği her yıl revize edilerek Resmi Gazete'de yayımlanan "Kontrol Tabi Tutulacak Harp Araç ve Gereçleri ile Silah, Mühimmat ve Bunlara Ait Yedek Parçalar, Askeri Patlayıcı Maddeler, Bunlara Ait Teknolojilere İlişkin Liste"
24- Yaprak tütün, tütün döküntüleri	Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu	09/01/2002 tarih ve 24635 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 4733 Sayılı "Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun"

EK 3

İHRACI KAYDA BAĞLI MALLAR 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 kopya cinsi kırmızı biber (konik biber),



- 16-Ham zeytin (fermantasyonu tamamlanmamış),
- 17- Bakır ve çinko hurda ve döküntüleri,
- 18-Beyaz Mermer (Ham ve Kabaca Yontulmuş- 2515.11.00.00.11), Renkli ve Damarlı Mermer (Ham ve Kabaca Yontulmuş- 2515.11.00.00.12), Oniks (Ham ve Kabaca Yontulmuş- 2515.11.00.00.13), Traverten (Ham ve Kabaca Yontulmuş- 2515.11.00.00.14), Diğerleri (Ham ve Kabaca Yontulmuş-2515.11.00.00.19),
- 19-Çimento (2523.21, 2523.29, 2523.30, 2523.90),
- 20- Kornişonlar (0707.00.90.00.00),
- 21- Çam Fıstığı (İç Çam Fıstığı Hariç),
- 22-Buğday ve mahlut (GTİP No:10.01), Kara Buğday (GTİP No:1008.10), Buğday ve çavdar melezi (GTİP No: 1008.90.10),
- 23-Mercimekler (GTİP No:0713.40),
- 24- **(Değişik 30/09/2010-27715 RG)** Arpa (GTİP No: 1003), Mısır (GTİP No: 1005),
- 25- **(Değişik 21/04/2011-27912 RG)** Geri Kazanılmış Kağıt veya Karton Döküntü, Kırpıntı ve Hurdaları (GTİP No: 4707), Alüminyum Döküntü ve Hurdaları (GTİP No: 7602).
- 26- Kromlu deriler (GTİP No: 4104.11, 4104.19, 4105.10, 4106.21)

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

ŞAHİN, Arif **“İhracat Prosedürlerini Biliyor musunuz”** İGEME yayınları, Kasım 2005.

BENLİ, Ayşe Oya, **İhracatta Fiyatlandırma ve Teklif Hazırlama**, İGEME Yayınları, Ankara, 2005

ERDEM Ercüment (Çeviren) **Incoterms 2000 Yayın No:560**, ICC Publications, Ankara 2000.

ERDEM Ercüment (Çeviren) **Incoterms 2010 Yayın No:715**, ICC Publications, Ankara 2011.

CENGİZ Emrah, GEGEZ A. Ercan, ARSLAN Müge, PİRTİNİ Serdar, TIĞI Mehmet, **Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri**, 2 Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, Mart 2007

DİNÇER Ömer, **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**. 5. Baskı, Beta Yayınları.

(Çevirenler) KARACAN Rıza Ali, GÜRER, Oya, ÖRMECİ Ruhi. **İhracat Pazar Araştırmasına Giriş**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları, İzmir, 1983.

KOZLU, M. Cem, **Uluslararası Pazarlama İlkeler ve Uygulamalar**, 9. Baskı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2006

Uniform Custom and Practice for Documentary Credits 2007 Revision, ICC Publication No: 600

U. UTKULU ve İ. AYDEMİR (Ed.) **Türkiye’de Dış Ticaret İşlemleri ve Uygulaması Teoriden Pratiğe**, (4. Baskı) Ankara, Gazi Kitabevi

YILMAZ, M. **111 Soruda Akreditif**, Optimist Kitabevi, İstanbul, Kasım 2013.

YILMAZ, M. ve ÖZKEN, A. **111 Soruda Incoterms**, Optimist Kitabevi, İstanbul, Nisan 2013.

YILMAZ, M ve ÖZKEN A. **İhracat Anlamak ve Yönetmek İçin Bilmeniz Gereken Her Şey**, (2. Baskı) Optimist Yayınları, İstanbul, Haziran 2013.

YILMAZ, M. **111 Soruda İhracat**, Optimist Kitabevi, İstanbul, Ekim 2014.



YILMAZ, M. ve ÖZKEN, A. **Dış Ticarete Giriş**, (3. Baskı) Gazi Kitabevi, Ankara, Ekim 2015.

MAKALELER

YILMAZ Mutlu, TOPUZ Gökşen, ÖZKEN Ahmet, KOCAEFE CEBECİ Aslıhan, “**Akreditiflere İlişkin Uluslararası Düzenlemeler Olan UCP 500 ve UCP 600’ün Mukayeseli Analizi**”, Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 12, 379-402 (2012)

YILMAZ Mutlu, ÖZKEN Ahmet, ŞAHİN Necmettin, “**Incoterms 2000 ve 2010’un Mukayeseli Analizi ve Türkiye Uygulamalarındaki Eksiklikler**”, Journal of Yaşar, , 3814-3825 (2010).



DOĞU ANADOLU
İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

İhracat Pazarlama Teknikleri





YAZAR

Girne Amerikan Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümünü bitirmiş, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde "İşletme Yönetimi" alanında yüksek lisans eğitimini tamamlamıştır. YILMAZ, 2004 yılından beri özel firmalara danışmanlık hizmeti sunmaktadır. Ekonomi Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisine bağlı, (Ege İhracatçıları Birliği, Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği, Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği, Akdeniz İhracatçıları Birliği)İhracatçıları Birliklerinde eğitim veren YILMAZ, aynı zamanda Ticaret ve Sanayi Odalarında, Sivil Toplum Kuruluşlarında dış ticaretin değişik konularında seminer ve eğitimler vermektedir. Ayrıca Üniversitelerin Sürekli Eğitim Merkezlerinde (Yaşar Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi YÜSEM, Dokuz Eylül Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi DESEM, Gediz Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi GESEM, Mustafa Kemal Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi MUSİGEM) değişik dönemlerde eğitim vermiştir. Ayrıca İzmir, Uşak ve Konya ABİGEM'in düzenlediği Dış ticaret programlarında eğitim vermektedir. YILMAZ, Gediz Üniversitesinin Dış Ticaret Programının açılma sürecinde aktif rol alan almış ve dört yıl boyunca aynı üniversitenin Dış Ticaret Program sorumlusu olarak görev almıştır. MUĞLA ÜNİVERSİTESİ (Muğla MYO ve Dalaman MYO) GEDİZ ÜNİVERSİTESİ MYO ve YAŞAR ÜNİVERSİTESİ MYO'nun Dış Ticaret Programlarında Dış Ticaret dersleri veren yazar, şu an YAŞAR ÜNİVERSİTESİ Dış Ticaret Programında ve Uluslararası Ticaret ve Finansman Yüksek Lisans bölümünde yarı zamanlı olarak dersler vermektedir. Yılmaz'ın Dış Ticaret üzerine ortak ve tek yazılan 13 kitabı bulunmakla birlikte birçok dergide makaleleri yayımlanmıştır.

Mutlu YILMAZ

