



## DIŞ TİCARET DESTEK MERKEZİ

# Tokat Yöresel Ürünler Hedef Sektör Raporu

Mayıs 2020

Kortan Ersoy

Dış Ticaret İstihbarat Uzmanı





## İçindekiler

<b>TABLolar</b> .....	<b>3</b>
<b>HEDEF SEKTÖR RAPORUNUN AMACI</b> .....	<b>4</b>
<b>ÜRÜN</b> .....	<b>4</b>
ÜRÜN TANIMI .....	4
<i>ÜRÜN Birim Fiyat Verileri</i> .....	6
<b>HEDEF PAZAR</b> .....	<b>8</b>
HEDEF PAZAR TESPİT SÜRECİ .....	8
HEDEF PAZAR TESPİTİ .....	9
<i>İthalat Hacimlerine Göre Pazarlar</i> .....	9
<i>Çeyreklere Göre İthalat Hacimleri</i> .....	10
<i>İthalat Göstergeleri</i> .....	12
<i>Türkiye İhracat Verileri</i> .....	13
<i>Türkiye'nin Yıllara Göre İhracatı</i> .....	14
<i>Türkiye İhracat Göstergeleri</i> .....	16
<i>Türkiye İhracatı Gümrük Uygulamaları</i> .....	17
<i>Uluslararası Pazar İhracat Oranları</i> .....	18
<i>Dünya İhracat Göstergeleri</i> .....	19
HEDEF PAZAR SONUÇ KRİTERLERİ .....	21
<i>İthalat Hacimlerine Göre Pazarlar</i> .....	21
<i>İthalat Artışlarına Göre Pazarlar</i> .....	22
<i>İthalatı Büyürken Türkiye İhracatı Artan Pazarlar</i> .....	22
<i>İthalat Küçülürken Türkiye İhracatı Artan Pazarlar</i> .....	23
<i>Çeyrek Verilerine Göre İthalatı Artan Pazarlar</i> .....	24
<i>Türkiye İhracatı Yoğun Pazarlar</i> .....	25
<i>Türkiye İhracatı Artış Gösteren Pazarlar</i> .....	26



HEDEF PAZAR SONUÇ .....	26
<b>HEDEF ÜLKE RAPORLARI .....</b>	<b>28</b>
AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ .....	28
<i>Amerika Birleşik Devletleri Demografik Yapı .....</i>	<i>29</i>
<i>Amerika Birleşik Devletleri Ekonomik Yapısı .....</i>	<i>30</i>
<i>Amerika Birleşik Devletleri Dış Ticaret Politikası .....</i>	<i>31</i>
<i>Amerika Birleşik Devletleri Pazarında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar .....</i>	<i>32</i>
<i>Amerika Birleşik Devletleri İhracat Konusunda Genel Değerlendirme .....</i>	<i>33</i>
<i>Washington Ticaret Müşavirliğinin Amerika Birleşik Devletleri'ne İhracat Konusunda Genel Görüş ve Önerileri .....</i>	<i>34</i>
AVUSTURYA .....	34
<i>Avusturya Demografik Yapısı .....</i>	<i>36</i>
<i>Avusturya Ekonomik Yapısı .....</i>	<i>36</i>
<i>Avusturya Pazarında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar .....</i>	<i>37</i>
<i>Ülkemiz ile ikili ilişkiler .....</i>	<i>38</i>
<i>2020 Mayıs Ayı Avusturya Müşavirlik Raporu .....</i>	<i>39</i>
IRAK .....	40
<i>Irak'ın Genel Ekonomik Durumu .....</i>	<i>41</i>
<i>Irak Dış Ticareti .....</i>	<i>42</i>
<i>Türkiye – Irak Ticareti .....</i>	<i>43</i>
<i>Ticareti Etkileyen Kültürel Faktörler .....</i>	<i>44</i>
<i>Dağıtım Kanalları .....</i>	<i>44</i>
<b>İHRACAT SÜRECİ .....</b>	<b>45</b>
ÜRÜN FİYATLANDIRMASI .....	45
<i>Fiyatlandırma Opsiyonları .....</i>	<i>46</i>
NAKLİYE VE ÖDEME YÖNTEMLERİ .....	47
ÖDEME KOŞULLARI .....	48



POTANSİYEL MÜŐTERİLER .....	49
-----------------------------	----

## TABLÖLAR

Tablo 1. Gümrük Tarife İstatistik Pozsiyonu .....	5
Tablo 2. Ülkere Göre Ürün/Fiyat Verileri.....	7
Tablo 3. Ürün/Birim Ülkeler Grafiği .....	8
Tablo 4. Yıllara Göre İthalat Verileri.....	9
Tablo 5. Çeyreklere Göre İthalat Hacimleri.....	11
Tablo 6. İthalat Göstergeleri .....	13
Tablo 7. Türkiye'nin İhracatları .....	14
Tablo 8. Türkiye İhracatının Büyüdüğü Pazarlar.....	15
Tablo 9. Türkiye İhracat Göstergeleri.....	16
Tablo 10. Gümrük Vergileri.....	17
Tablo 11. İthalat Hacimlerine Göre Gümrük Vergileri.....	18
Tablo 12. Dünya İhracat Rakamları .....	19
Tablo 13. Dünya İhracat Göstergeleri.....	20
Tablo 14. Hedef Pazar Değerlendirme .....	27
Tablo 15. Ödeme ve Teslim Şekilleri .....	47
Tablo 16. Incoterm Terimleri.....	48



## HEDEF SEKTÖR RAPORUNUN AMACI

Türkiye; gıda ürünlerinin ithalatında, uluslararası pazarlarda rekabetçi seviyede yer almaktadır. Ancak uluslararası pazarların daralması ve hiper rekabet ortamının yaygınlaşması nedeniyle uluslararası iş geliştirme faaliyetlerinin uluslararası pazarlardaki payı artırmaya yönelik çalışma süreci yeni müşterilerin edinilmesi ve hedef pazarların netleştirilerek uluslararası iş geliştirme süreçlerine aktarılan işletme kaynaklarının efektif kullanılması açısından önemlidir.

Hedef ülkelerin belirlenmesi ile işletme bu raporlarla uluslararası pazardaki yol haritasını belirleyerek; riski yaymak, ihracatın getireceği üretim maliyeti finansmanının işletmenin finansal yapısı üzerindeki etkisini minimuma indirmek, uluslararası pazardaki payını artırarak ihracata konu ürünlerin işletme ürün portföyünde geniş bir hacime kavuşmasını sağlamak, uluslararası pazar payını artırarak daha karlı konuma geçmek, döviz kurundaki dalgalanmaların işletmeler üzerindeki etkisini gözlemleyip, bu riskin önlenmesi için ihracata ve uluslararası pazarlara yönelmeyi gerçekleştirebilecektir.

Hedef pazar belirleme yol haritasında; ülkelerin ithalat verileri yıllara ve dönemlere göre incelenerek uluslararası pazarlamaya yönelik kaynakların etkin kullanımı, Türkiye'nin mevcut ihracat yapısı değerlendirilerek de ülkelerin Türkiye'den çıkan ilgili ürünlere uyguladığı gümrük ve pazara giriş uygulamaları ele alınacaktır.

## ÜRÜN

### Ürün Tanımı

Araştırma raporunun başlıca ürün grubunu marmelatlar, reçeller, meyve püreleri ve meyve pastaları oluşturmaktadır. Hedef sektör raporu kapsamında odaklanılan ürün çeşidini oluşturan gıda ürünlerinde Türkiye uluslararası pazarda büyük bir oyuncu konumundadır. Uluslararası pazar araştırması sürecinde kullanılacak olan tarif, ürünün dört haneli gümrük tarife istatistik pozisyonu olacaktır.

GTİP, Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu'nun kısaltmasıdır. Ülkemizde, genel olarak tarife cetvelinin yerine kullanılan GTİP, Türk Gümrük Tarife Cetveli'nde 12 haneli koda verilen isimdir. GTİP, İngilizce'de, HS Code, Customs Tariff, Harmonized Code veya



Harmonized System olarak adlandırılmaktadır.

Araştırmanın ana ürün grup odağını oluşturan gıda ürünleri uluslararası pazarda; 2007 gümrük tarife istatistik pozisyonu ile tanımlanmaktadır. İhracatı gerçekteştirilen ürün, konşimentoda yer alan bilgileriyle; - Jams, fruit jellies, marmalades, fruit or nut purée and fruit or nut pastes, obtained by cooking, whether or not containing added sugar or other sweetening matter-, “**Reçeller, jöleler, marmelatlar, meyva veya sert kabuklu meyva püresi, meyva veya sert kabuklu meyva pastları (pişirilerek hazırlanmış) (ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeleri içersin içermesin)**” gümrük tarife pozisyonu açıklaması ile tanımlanmaktadır. Belirtien gümrük tarife istatistik pozisyonunun rakamsal karşılığı ise rapor genelinde bahsedilecek ve pazar araştırması gerçekteştirilecek olan **2007** ile belirtilen gümrük tarife istatistik pozisyonudur.

Aşağıdaki tabloda araştırmaya konu olan ilgili gümrük tarife istatistik pozisyonunun fasıl açıklamalarına, alt kırılımlarıyla birlikte yer verilmiştir.

Tablo 1. Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu

GTİP	GTİP Açıklaması
<b>20.07</b>	<b>Reçeller, jöleler, marmelatlar, meyva veya sert kabuklu meyva püresi, meyva veya sert kabuklu meyva pastları (pişirilerek hazır - lanmış) (ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeleri içersin içermesin) :</b>
<b>2007.10</b>	<b>- Homojenize müstahzarlar:</b>
<b>2007.10.10.00.00</b>	-- şeker oranı ağırlık itibariyle % 13'ü geçenler
	-- Diğerleri :
<b>2007.10.91.00.00</b>	--- Tropikal meyvalar
<b>2007.10.99.00.00</b>	--- Diğerleri
	<b>- Diğerleri:</b>
<b>2007.91</b>	<b>-- Turunçgiller:</b>
	--- şeker oranı ağırlık itibariyle % 30'u geçenler
<b>2007.91.10.00.11</b>	---- Turunçgil reçelleri
<b>2007.91.10.00.12</b>	---- Turunçgil marmelatları
<b>2007.91.10.00.19</b>	---- Diğerleri
<b>2007.91.30.00.00</b>	--- şeker oranı ağırlık itibariyle % 13'ü geçen,fakat % 30'u geçmeyenler
	--- Diğerleri
<b>2007.91.90.00.11</b>	---- Diabetik olanlar
<b>2007.91.90.00.19</b>	---- Diğerleri
<b>2007.99</b>	<b>-- Diğerleri:</b>
	--- şeker oranı ağırlık itibariyle % 30'u geçenler:
<b>2007.99.10.00.00</b>	---- Sınai işlemler için net muhtevası 100 kg.ı geçen hazır ambalaj -



	larda erik püresi ve pastları
	---- Kestane püresi ve pastları
2007.99.20.00.11	----- Kestane püresi
2007.99.20.00.12	----- Kestane pastları
	---- Diğerleri :
2007.99.31.00.00	----- Kirazdan (vişne dahil) olanlar
2007.99.33.00.00	----- Çilekden olanlar
2007.99.35.00.00	----- Ahudududan olanlar
	----- Diğerleri
2007.99.39.00.11	----- Pekmezler
2007.99.39.00.19	----- Diğerleri
	--- Şeker oranı ağırlık itibariyle % 13'ü geçen fakat % 30'u geçmeyenler :
2007.99.50.00.11	---- Elma püresi (komposto dahil)
2007.99.50.00.19	---- Diğerleri
	--- Diğerleri :
2007.99.93.00.00	---- Tropikal meyvalar ve sert kabuklu tropikal meyvalardan olanlar
	---- Diğerleri :
2007.99.97.00.13	----- Diabetik olanlar
2007.99.97.00.14	----- Fındık püresi (füre)
2007.99.97.00.15	----- Elma püresi (komposto dahil)
2007.99.97.00.16	----- Kayısı püresi
2007.99.97.00.17	----- Erik püresi
2007.99.97.00.18	----- Diğerleri

İlgili ürün özelinde gerçekleştirilecek araştırma sürecinde tablonun ilk kısmında belirtilen 2007 gümrük tarife istatistik pozisyonu kullanılacaktır.

### Ürün Birim Fiyat Verileri

Gümrük tarife istatistik pozisyonuna göre; 2007 ile tanımlanmış gıda ürünlerinin 2019 yılı ithalat/ihracat işlemlerinin toplamına ve geneline göre fiyat/birim oranları aşağıdaki tabloda incelenmiştir.



Tablo 2. Ülkere Göre Ürün/Fiyat Verileri

Countries	Value imported in 2019(USD thousand)	Trade balance in 2019 (USD thousand)	Quantity imported in 2019	Quantity Unit	Unit value (USD/unit)	Annual growth in value between 2015-2019 (%)	Annual growth in quantity between 2015-2019 (%)	Annual growth in value between 2018-2019 (%)
Hong Kong, China	43,270	-22,520	10,328	Tons	4,190	18	10	-1
Switzerland	39,277	-13,118	11,767	Tons	3,338	3	-1	-5
China	95,272	-25,860	29,956	Tons	3,180	18	17	-6
Japan	37,776	-35,927	14,135	Tons	2,673	0	0	-18
Italy	107,294	169,016	40,679	Tons	2,638	8	6	-12
Korea, Republic of	25,132	-19,999	9,566	Tons	2,627	2	2	-5
Sweden	52,557	-18,590	20,146	Tons	2,609	-1	1	-12
Poland	38,445	38,832	15,041	Tons	2,556	19	10	7
Austria	50,227	54,479	19,824	Tons	2,534	3	3	0
Finland	24,299	-22,681	9,588	Tons	2,534	8	8	-9
Canada	111,151	-61,832	45,369	Tons	2,450	3	2	8
Australia	52,175	-41,569	21,607	Tons	2,415	6	6	-6
United Kingdom	173,362	-120,245	74,295	Tons	2,333	1	4	-15
Germany	291,053	-54,280	128,749	Tons	2,261	4	4	-10
Belgium	82,633	113,743	36,993	Tons	2,234	2	2	-10
Portugal	39,030	-33,637	18,935	Tons	2,061	15	14	20
Ireland	36,787	-30,381	18,397	Tons	2,000	1	-2	-4
Malaysia	26,858	-5,894	13,861	Tons	1,938	7	4	-16
Czech Republic	26,497	11,779	14,143	Tons	1,874	5	4	9
United States of America	344,577	-239,841	184,799	Tons	1,865	7	5	6
Netherlands	138,562	-17,650	74,535	Tons	1,859	0	3	-3
United Arab Emirates	24,832	-15,642	14,824	Tons	1,675	-2	-8	0
Spain	71,833	189,481	43,596	Tons	1,648	8	15	-18
Saudi Arabia	37,791	-35,328	23,265	Tons	1,624	6	9	8
France	198,664	210,373	128,408	Tons	1,547	1	4	-11
Russian Federation	112,155	-84,051	90,144	Tons	1,244	4	3	-16
Israel	29,027	-26,487	0	No quantity	0	15	0	10

Yukarıdaki tablo hazırlanırken 2019 yılı ithalat verileri 20 milyon USD'den yüksek olan ülkeler listelenmiş ve 20 milyon USD'den fazla ithalatı olan ülkelerin, gümrüklerinden ülkeye giren ürünlerin toplam maliyetinin birime bölünmesiyle birim başına ürün fiyatı

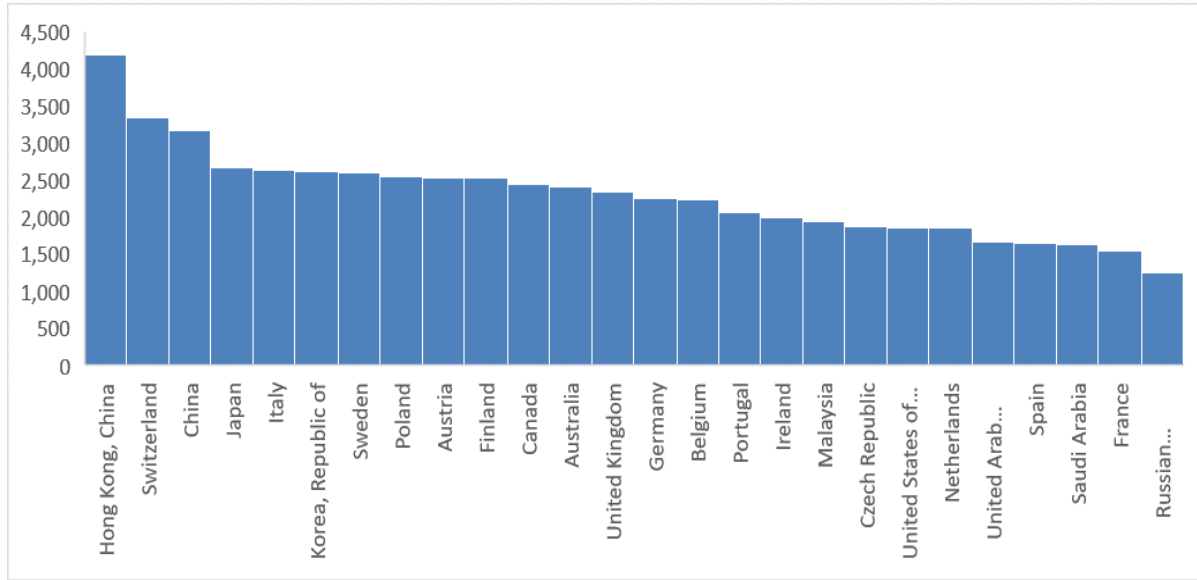




hesaplanmış ve sıralama bu verilere göre gerçekleştirilmiştir.

Buna göre; 2007 gümrük tarife istatistik pozisyonu ile belirtilen ürünlerden en yüksek birim/fiyat ithalatı gerçekleştiren ülke Hing Kong olarak birinci sırada ton başına 4,1 bin USD ile yer almıştır. 3,3 bin USD ile Hong Kong'u takip eden ikinci ülke ise İsviçre'dir. Tabloda yer alan verilere göre; 20 milyon USD'den yüksek ithalat gerçekleştiren ülkeler sıralamasında; ürün birim fiyatları yüksekten küçüğe olacak şekilde İsviçre'yş takip eden ülkeler; Japonya, İtalya, Güney Kore, İsveç, Polonya, Avusturya, Finlandiya ve Kanada olarak sıralanmaktadır.

Tablo 3. Ürün/Birim Ülkeler Grafiği



## HEDEF PAZAR

### Hedef Pazar Tespit Süreci

Pazar araştırması; bir ürünün üretim aşamasından önce ya da üretim aşamasında; pazarın büyüklüğü, potansiyel müşterilerin yapısını ve kurgusunu, hedef fiyatları, rakip firmalar ve onların ürünleri, üründen beklenen özellikler gibi alanlarda yapılan araştırmaların genel adıdır. Hedef pazar raporu ile hedef pazarlar tespiti araştırmasının yapılması amaçlanmıştır.

Pazarların türüne, yapısına, pazarda yer alan oyunculara, rakiplere, yıllara göre küresel değişkenlere göre pazarın hacmi, pazardaki hedef gruplar, pazar payları değişebilmektedir. Bu yüzden dış pazarların yapıları incelenirken farklı yaklaşımlar ele alınmış, isabetli olabilecek



önermelere ulaşmada pazarla ilgili mevcut bilgiler kullanılarak hedef pazar çalışmaları düzenlenmiştir.

## Hedef Pazar Tespiti

### İthalat Hacimlerine Göre Pazarlar

Hedef pazarlar incelenirken inceleyeceğimiz ilk veri; ülkelerin pazar büyüklükleri ve son yıllarda gerçekleştirdikleri ithalat hacimleri olacaktır. Büyük pazarlarda potansiyel müşterilerle yüksek kapasiteli çalışmak, hiper rekabet ortamında firmalar için büyük kazançlar vaadeden bir kazanım olarak değerlendirilebilmektedir. Potansiyel müşterilerin yer aldığı büyük ve kazanıma açık pazarların büyüme veya küçülme eğilimleri de hedef pazarı belirlerken değerlendireceğimiz bir başka değişken olacaktır. Bütün bu ve bunlara ek veriler ile yapılabilecek incelemeye ülkelerin yıllara göre ithalat verilerinin incelendiği tabloya aşağıda yer verilmiştir;

Tablo 4. Yıllara Göre İthalat Verileri

Countries	Imported value in 2012	Imported value in 2013	Imported value in 2014	Imported value in 2015	Imported value in 2016	Imported value in 2017	Imported value in 2018	Imported value in 2019	Fark	Oran
United States of America	215,645	230,483	249,557	257,693	284,249	281,722	324,135	344,577	20,442	6
Germany	218,958	253,572	269,855	258,407	266,232	296,335	323,649	291,053	-32,596	-10
France	210,592	235,310	231,302	199,447	206,711	207,690	223,230	198,664	-24,566	-11
United Kingdom	163,223	182,490	176,031	181,140	172,502	195,855	204,117	173,362	-30,755	-15
Netherlands	86,146	127,258	143,858	138,408	150,415	160,970	143,548	138,562	-4,986	-3
Russian Federation	135,739	166,639	173,584	117,430	85,757	112,890	134,108	112,155	-21,953	-16
Canada	69,223	68,982	93,651	98,594	97,393	96,526	102,605	111,151	8,546	8
Italy	81,838	95,951	92,699	84,742	92,321	98,678	122,354	107,294	-15,060	-12
China	17,959	28,418	38,976	54,979	58,772	79,974	101,801	95,272	-6,529	-6
Belgium	69,393	92,588	86,399	77,453	82,250	85,006	91,453	82,633	-8,820	-10
Spain	43,238	49,752	53,610	56,769	66,380	68,934	87,297	71,833	-15,464	-18
Sweden	47,597	54,518	63,077	56,389	55,864	56,417	59,531	52,557	-6,974	-12
Australia	57,228	57,049	56,336	43,422	46,211	54,590	55,652	52,175	-3,477	-6
Austria	31,069	34,786	47,877	46,345	45,642	54,143	50,096	50,227	131	0
Hong Kong, China	21,106	25,087	26,997	23,895	26,748	32,621	43,809	43,270	-539	-1
Switzerland	36,975	43,450	40,316	36,119	36,497	38,080	41,214	39,277	-1,937	-5
Portugal	19,372	24,839	25,792	20,914	27,489	30,047	32,445	39,030	6,585	20
Poland	17,149	19,787	19,673	19,653	23,994	30,053	35,773	38,445	2,672	7
Saudi Arabia	34,779	59,964	24,720	30,340	29,765	29,049	34,894	37,791	2,897	8
Japan	56,270	51,919	46,078	40,897	39,213	42,871	46,236	37,776	-8,460	-18
Ireland	31,725	35,208	37,841	38,002	34,040	32,735	38,492	36,787	-1,705	-4
Israel	14,886	15,957	17,560	16,371	20,759	22,331	26,312	29,027	2,715	10



2019 yılı ithalat verileri incelendiğinde ve diğer yıllara göre kıyaslandığında; ilgili üründen dünya ithalat hacminin 3 milyar USD olduğu değerlendirilmektedir. 2019 verileri incelendiğinde; dünya ithalat hacminin %11,7'sini en büyük ithalatçı olan Amerika Birleşik Devletleri, %9,9'unu Almanya gerçekleştirmektedir. 3 milyar USD'lik dünya ticaret hacminde Amerika Birleşik Devletleri'nin payı 2019 yılı verilerine göre 344,5 milyon USD'dir. Amerika Birleşik Devletleri'ni takip eden ikinci ülke ise 291 milyon USD ile Almanya'dır. Takip eden ülkeler ise sırasıyla; 198 milyon USD ile Fransa, 173 milyon USD ile Birleşik Krallık, 138 milyon USD ile Hollanda, 112 milyon USD ile Rusya, 111 milyon USD ile Kanada, 107 milyon USD ile İtalya, Amerika Birleşik Devletleri ve Almanya'yı takip eden diğer ülkelerdir.

2018 ve 2019 yılları arasındaki farkı incelediğimizde ise, ithalat hacmi yüksek olan ülkelerden yalnızca Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada'nın büyüme eğilimine girdiği gözlemlenmektedir. Yukarıdaki listede belirtilen ithalat rakamlarına göre 2019 yılında 2018 yılına göre ilgili ürün ithalatında küçülme gösteren ülkeler kırmızı renk ile belirtilmiştir.

Listede yer alan 15 milyon USD üzerinde ithalat gerçekleştiren ülkeler arasında büyük oranda büyüme eğilimi gösteren beş ülke bulunmaktadır. Oran olarak büyüyen pazarlar sırasıyla; %6 ile Amerika Birleşik Devletleri, %8 ile Kanada, %20 ile Portekiz, %7 ile Polonya olarak sıralanmaktadır. 2019 yılı ithalatı 2018 yılı ithalatına göre büyük ölçüde küçülen pazarlar ise küçülme rakamlarıyla; 32 milyon USD ile Almanya, 24 milyon USD ile Fransa, 30 milyon USD ile Birleşik Krallık ve 21 milyon USD ile Rusya olarak gerçekleşmiştir.

### **Çeyreklere Göre İthalat Hacimleri**

Çeyreklere göre ithalat hacimleri incelendiğinde, 2019 yılı ve 2018 yılı içerisindeki büyüme ve küçülme rakamlarına göre değerlendirildiğinde ülkeler arasında yıllık verilere göre farklılıklara rastlanmamaktadır.

İthalat hacimlerini yıllara göre incelemenin yanısıra çeyreklere göre incelemekteki asıl amaç 2019 yılı verilerinin tamamlanmamış olması nedeniyle güncel verilere en yakın olanı, tamamlanmış olan çeyreklerin bilgilerini kıyaslayarak elde etmeye çalışmaktır. 2018 yılının 1. 2. ve 3. çeyreğinde yapılan ithalat ile 2019 yılının 1. 2. ve 3. çeyreğinde yapılan ithalatlar kıyaslanarak 2018 ve 2019 yılı arasındaki fark gözlemlenmeye ve böylece en güncel pazar verisine ulaşmak amaçlanmıştır.



Tablo 5. eyreklere Göre İthalat Hacimleri

Countries	Imported value in 2018-Q1	Imported value in 2018-Q2	Imported value in 2018-Q3	Imported value in 2019-Q1	Imported value in 2019-Q2	Imported value in 2019-Q3	First Three Quarters for Import	Secondary Three Months for Import	Difference - Monthly Imports	Ratio - Monthly Imports
United States of America	76,194	80,431	87,805	80,703	92,742	92,580	244,430	266,025	21,595	9
Canada	25,511	26,212	25,175	26,982	26,027	29,159	76,898	82,168	5,270	7
Portugal	8,756	8,549	8,411	8,813	8,919	10,824	25,716	28,556	2,840	11
Poland	7,722	9,664	9,038	7,946	9,390	10,315	26,424	27,651	1,227	5
Czech Republic	6,172	6,506	5,477	5,916	6,691	6,411	18,155	19,018	863	5
Israel	7,451	6,506	5,806	8,796	5,994	5,485	19,763	20,275	512	3
Kazakhstan	3,423	4,495	3,948	3,229	4,671	3,894	11,866	11,794	-72	-1
Korea, Republic of	6,263	7,383	6,556	5,893	6,955	7,073	20,202	19,921	-281	-1
Romania	3,769	4,390	3,557	3,393	4,409	3,452	11,716	11,254	-462	-4
Slovakia	4,571	4,799	4,337	4,356	4,165	4,251	13,707	12,772	-935	-7
Slovenia	5,376	3,888	3,003	4,358	3,595	3,227	12,267	11,180	-1,087	-9
Denmark	5,043	4,591	4,652	4,429	4,442	4,233	14,286	13,104	-1,182	-8
Switzerland	10,451	10,955	9,260	9,627	10,235	9,569	30,666	29,431	-1,235	-4
Singapore	3,541	4,457	4,725	4,045	3,414	3,902	12,723	11,361	-1,362	-11
Ireland	9,101	9,558	10,223	9,700	7,489	9,763	28,882	26,952	-1,930	-7
South Africa	4,360	5,457	3,389	3,444	3,801	3,576	13,206	10,821	-2,385	-18
Finland	6,652	7,609	6,186	5,777	5,937	6,255	20,447	17,969	-2,478	-12
Malaysia	9,003	6,750	6,403	6,631	6,472	6,445	22,156	19,548	-2,608	-12
Austria	12,376	13,428	12,454	11,528	12,099	11,037	38,258	34,664	-3,594	-9
Australia	14,429	12,563	13,883	12,632	11,472	13,120	40,875	37,224	-3,651	-9
Netherlands	36,858	35,862	34,973	34,224	35,250	34,287	107,693	103,761	-3,932	-4
Lithuania	4,359	7,029	5,948	4,602	4,430	4,227	17,336	13,259	-4,077	-24
Spain	19,447	18,631	19,350	17,998	17,870	17,379	57,428	53,247	-4,181	-7
China	15,916	30,753	30,541	19,466	26,129	27,220	77,210	72,815	-4,395	-6
Dominican Republic	4,471	0	0	0	0	0	4,471	0	-4,471	-100
Guatemala	4,404	3,965	4,310	3,036	4,833	0	12,679	7,869	-4,810	-38
Japan	9,548	11,078	11,369	7,884	9,722	9,185	31,995	26,791	-5,204	-16
Sweden	16,560	14,994	13,714	13,725	12,748	13,163	45,268	39,636	-5,632	-12
Belgium	23,099	22,693	21,736	21,380	20,504	19,117	67,528	61,001	-6,527	-10
Italy	30,663	31,322	26,086	23,683	24,697	33,118	88,071	81,498	-6,573	-7
Mexico	1,712	4,482	3,350	0	0	0	9,544	0	-9,544	-100
Russian Federation	26,928	34,047	33,872	25,177	24,311	29,712	94,847	79,200	-15,647	-16
France	60,128	57,672	53,475	49,086	52,503	50,057	171,275	151,646	-19,629	-11
United Kingdom	44,660	45,425	48,540	48,204	33,720	36,462	138,625	118,386	-20,239	-15
Germany	86,658	84,572	78,411	77,591	74,372	70,753	249,641	222,716	-26,925	-11

Yukarıdaki tablo da 2018 yılının ilk üç çeyreği ile 2019 yılının ilk üç çeyreği incelenmiştir. Tabloda, 2019 yılı ithalat hacmi 15 milyon USD'nin üzerinde olan, 2018 çeyreği



ve 2019 çeyreği bilgilerine eriŐilebilen lkelerin sıralaması belirtilmiştir. Tablo içerisinde çeyreklere göre büyüyen ve çeyreklere göre küçülen pazarlar büyükten küçüğe olacak Şekilde sıralanmıştır.

En güncel verileri elde etme sürecinde baŐvurulan yöntem olan çeyrekler incelemesine göre; 2018 yılı ilk üç çeyreği ile 2019 yılı ilk üç çeyreği arasında olumlu yönde en büyük farkın bulunduğu ülke 21,5 milyon USD ile Amerika Birleşik Devletleri olarak gözlemlenmektedir. Olumlu yönde bir diğer farklılığın gerçekleŐtiĐi ülke ise 5,2 milyon USD ile Kanada olarak sıralanmıştır.

### **İthalat Göstergeleri**

Uluslararası pazar araştırması sürecinde baŐvurulan bir diğer bilgi türlerini de barındıran kısım ithalat göstergeleridir. İthalat göstergeleri bölümünde; lkelerin -fiyat/birim bölümünde olduğu gibi- ilgili ürün ithalatlarının ilgili ürün ithalat miktarlarına bölünmesi ile bulunan birim fiyatı yer almaktadır. Uluslararası pazar araştırması kısmının fiyat analizini barındıran bu kısım, işletmeye; ürünün pazardaki ortalama fiyatı üzerinden bilgi vermektedir.

İthalat göstergelerinde dikkat edilen bir diğer veri türü ise tedarik sahanlığı olarak nitelendirdiğimiz; ithalat ülkenin ilgili gümrük istatistik tarife pozisyonu ile yaptığı ithalatların ortalama mesafesinin gösterildiği “average distance” kısmı yer almaktadır. Bu kısım; ürünün lojistik avantajı veya dezavantajı olup olmadığını bize göstermektedir.

Uygulanan ortalama gümrük vergileri kısmı ile de ilgili ürün gümrük tarife istatistik pozisyonu ile belirtilen 4 haneli kırılımın altında yer alan ürünlere ilgili lkelerin uyguladığı gümrük vergilerinin ortalamasına yer verilmektedir.

Gümrük tarife istatistik pozisyonuna göre; 2007 ile tanımlanmış gıda ürünlerinin ithalat göstergelerine aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.



Tablo 6. İthalat Göstergeleri

Countries	Value imported in 2019(USD thousand)	Trade balance in 2019 (USD thousand)	Quantity imported in 2019	Quantity Unit	Unit value (USD/unit)	Annual growth in value between 2015-2019 (%)	Annual growth in quantity between 2015-2019 (%)	Annual growth in value between 2018-2019 (%)	Share in world imports (%)	Average distance of supplying countries (km)	Concentration of supplying countries	Average tariff (estimated) applied by the country (%)	Ease of doing business ranking
United States of America	344,577	-239,841	184,799	Tons	1,865	7	5	6	12	6,584	0	4	0
Germany	291,053	-54,280	128,749	Tons	2,261	4	4	-10	10	923	0	9	0
France	198,664	210,373	128,408	Tons	1,547	1	4	-11	7	884	0	9	0
United Kingdom	173,362	-120,245	74,295	Tons	2,333	1	4	-15	6	1,072	0	9	0
Netherlands	138,562	-17,650	74,535	Tons	1,859	0	3	-3	5	2,076	0	9	0
Russian Federation	112,155	-84,051	90,144	Tons	1,244	4	3	-16	4	4,695	0	5	0
Canada	111,151	-61,832	45,369	Tons	2,450	3	2	8	4	3,652	0	4	0
Italy	107,294	169,016	40,679	Tons	2,638	8	6	-12	4	1,009	0	9	0
China	95,272	-25,860	29,956	Tons	3,180	18	17	-6	3	7,759	0	11	0
Belgium	82,633	113,743	36,993	Tons	2,234	2	2	-10	3	1,281	0	9	0
Spain	71,833	189,481	43,596	Tons	1,648	8	15	-18	2	1,733	0	9	0
Sweden	52,557	-18,590	20,146	Tons	2,609	-1	1	-12	2	1,049	0	9	0
Australia	52,175	-41,569	21,607	Tons	2,415	6	6	-6	2	9,228	0	3	0
Austria	50,227	54,479	19,824	Tons	2,534	3	3	0	2	846	0	9	0
Hong Kong, China	43,270	-22,520	10,328	Tons	4,190	18	10	-1	2	6,250	0	0	0
Switzerland	39,277	-13,118	11,767	Tons	3,338	3	-1	-5	1	620	0	1	0
Portugal	39,030	-33,637	18,935	Tons	2,061	15	14	20	1	1,466	0	9	0
Poland	38,445	38,832	15,041	Tons	2,556	19	10	7	1	1,445	0	9	0
Saudi Arabia	37,791	-35,328	23,265	Tons	1,624	6	9	8	1	3,407	0	5	0

İthalat göstergelerinde yer alan verilere göre; ürün/birim değeri en yüksek ithalat gerçekleştiren ülke 4,1 bin USD ile Hong Kong olarak değerlendirilebilir. İthalat genişliği açısından en büyük pazar olan Amerika Birleşik Devletleri'nin ise ithalat değeri ton başına 1,8 bin USD olarak gözlemlenmektedir. İthalatda en büyük ikincil pazar olan Almanya'nın ise ürün fiyat değeri 2,6 bin USD'dir.

Tedarik sahanlığı incelendiğinde ise 2007 Gtip'i ile tanımlanan ürünlerin ithalatını ortalama olarak diğer ülkelere kıyasla en uzak mesafeden gerçekleştiren ülke Avusturya olarak 9,2-kilometre ile öne çıkmaktadır. Büyük pazarlardan biri olarak değerlendirilen ABD ise 6.500-kilometre ile, Almanya ise 2007 Gtip'i ile tanımlanmış ürünleri 923-kilometre ile en yakın mesafeden tedarik eden ülkelere biri olarak öne çıkmıştır.

## Türkiye İhracat Verileri

Hedef pazarların belirlenmesi sürecinde en önemli veri türlerinden biri de ihracatçı ülkenin diğer ülkelerde olan ticaret kapasitesinin ilgili ürün özelinde incelenerek yorumlanmasıdır. Bu yorumlama süreci özelinde; iki ülke arasındaki siyasi ilişkiler, ürünün tedarik sahanlığının uygunluğu veya darlığı, ithalata konu ülkenin gümrük uygulamaları,



ithalata konu ülkenin gümrük vergileri, ihracatçı ülkenin ürünlerinin nihai tüketici nezdinde yer bulması, kültürel etkileşim, pazar genişliği ve pazardaki kalite gerekisininin karşılanması yer almaktadır. İki ülke arasındaki ticaretin yoğunluğu veya darlığı; yukarıda belirtilen bu unsurları tanımlayıcı bir etken olarak ele alınmaktadır.

## Türkiye'nin Yıllara Göre İhracatı

Türkiye ihracatının incelenmesine ilk olarak yıllara göre Türkiye'nin gümrük tarife istatistik pozisyonu 2007 ile tanımlanmış gıda ürünlerinden, potansiyel hedef ülkelere gerçekleştirdiği ihracatın incelenmesi ile başlanacaktır.

Tablo 7. Türkiye'nin İhracatları

Countries	Turkey Exported Value in 2012	Turkey Exported Value in 2013	Turkey Exported Value in 2014	Turkey Exported Value in 2015	Turkey Exported Value in 2016	Turkey Exported Value in 2017	Turkey Exported Value in 2018	Turkey Exported Value in 2019	Difference - Turkey's Yearly Export	Ratio - Turkey's Yearly Export
Germany	89,544	89,352	124,563	152,290	97,438	88,794	73,559	60,165	-13,394	-18
Belgium	23,655	19,577	35,448	50,950	33,820	31,560	25,017	23,230	-1,787	-7
Austria	17,418	20,933	25,660	32,324	22,375	15,853	12,481	14,958	2,477	20
Italy	8,257	6,208	13,292	18,423	16,054	11,543	11,260	13,779	2,519	22
Netherlands	5,240	5,802	9,361	12,945	12,308	14,307	12,673	13,006	333	3
France	18,301	19,889	22,787	24,749	18,317	16,717	11,947	12,112	165	1
Spain	4,313	6,291	9,424	14,047	11,999	11,107	9,476	10,760	1,284	14
Saudi Arabia	5,123	7,200	7,975	9,678	7,218	7,811	7,836	8,823	987	13
Iraq	8,260	10,152	11,186	8,145	8,775	7,533	7,242	7,943	701	10
Korea, Republic of	7	36	7	423	30	81	856	3,620	2,764	323
Israel	2,291	1,818	3,297	2,899	4,604	3,945	3,305	3,129	-176	-5
Croatia	408	749	1,314	3,661	3,360	2,467	2,908	3,105	197	7
Ukraine	9,747	9,191	6,968	3,638	2,921	3,046	4,118	3,095	-1,023	-25
United States of America	3,273	3,268	2,839	5,043	2,296	2,168	2,223	3,023	800	36
Canada	141	146	1,567	1,568	1,740	2,063	3,094	2,548	-546	-18
Greece	1,095	1,791	4,859	5,344	4,275	4,164	2,867	2,508	-359	-13
Free Zones	8,333	5,254	3,366	1,855	578	1,919	6,201	2,263	-3,938	-64
Egypt	2,392	3,721	4,414	5,073	4,860	1,937	1,972	2,155	183	9

İlgili gümrük tarife istatistik pozisyonu incelendiğinde 2019 yılı verilerine göre Türkiye'nin en yoğun ihracatının Almanya'ya olduğu gözlemlenmektedir. 2019 yılında ilgili gümrük tarife istatistik pozisyonundan Türkiye'nin Almanya'ya olan ihracatı 60 milyon USD olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin yoğun ihracat gerçekleştirdiği ikinci ülke ise 2019 yılında



23 milyon USD ile Belçika olmuştur. 2019 yılında Türkiye'nin Avusturya ihracatı ise 14,9 milyon USD'dir. Avusturya pazarını takip eden diğer pazarları ise sırasıyla; İtalya, Hollanda, Fransa, İspanya, Suudi Arabistan ve Irak'tır. Bu ülkelerin Türkiye'den ithalatları sırasıyla; 13,7 milyon USD, 13 milyon USD, 12,1 milyon USD, 10,7 milyon USD, 8,8 milyon USD ve 7,9 milyon USD olarak yukarıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 8. Türkiye İhracatının Büyüdüğü Pazarlar

Countries	Turkey Exported Value in 2012	Turkey Exported Value in 2013	Turkey Exported Value in 2014	Turkey Exported Value in 2015	Turkey Exported Value in 2016	Turkey Exported Value in 2017	Turkey Exported Value in 2018	Turkey Exported Value in 2019	Difference - Turkey's Yearly Export	Ratio - Turkey's Yearly Export
Korea, Republic of	7	36	7	423	30	81	856	3,620	2,764	323
Italy	8,257	6,208	13,292	18,423	16,054	11,543	11,260	13,779	2,519	22
Austria	17,418	20,933	25,660	32,324	22,375	15,853	12,481	14,958	2,477	20
Spain	4,313	6,291	9,424	14,047	11,999	11,107	9,476	10,760	1,284	14
Saudi Arabia	5,123	7,200	7,975	9,678	7,218	7,811	7,836	8,823	987	13
United States of America	3,273	3,268	2,839	5,043	2,296	2,168	2,223	3,023	800	36
Iraq	8,260	10,152	11,186	8,145	8,775	7,533	7,242	7,943	701	10
Norway	1,747	1,514	1,791	2,379	1,601	1,236	664	1,296	632	95
Algeria	972	2,503	1,780	1,394	1,134	613	203	733	530	261
Russian Federation	1,540	2,725	2,164	1,444	1,313	1,129	1,382	1,857	475	34
Bosnia and Herzegovina	108	109	86	178	528	536	522	971	449	86
Sweden	958	824	1,257	1,150	939	799	165	582	417	253
China	831	836	1,680	1,978	1,828	1,402	1,420	1,774	354	25
Netherlands	5,240	5,802	9,361	12,945	12,308	14,307	12,673	13,006	333	3
Australia	682	383	348	338	195	617	199	521	322	162
Brazil	0	43	261	54	59	169	125	414	289	231
Slovakia	1,336	2,050	1,753	2,105	1,532	1,653	1,107	1,332	225	20
Tunisia	32	0	42	188	63	23	144	360	216	150
Croatia	408	749	1,314	3,661	3,360	2,467	2,908	3,105	197	7

Yukarıdaki tabloda Türkiye pazarının 2018 yılında 2019 yılına göre büyüme gösteren ülkeler büyükten küçüğe sıralandırılmış olarak gösterilmiştir.

Yukarıdaki tabloya göre; 2018 ve 2019 yılları kıyaslandığında 2019 yılında büyüme eğilimi gösteren Türkiye ihracatları tabloda büyükten küçüğe göre sıralanmış olup, en fazla büyüme gösteren pazarın Güney Kore olduğu gözlemlenmiştir. Güney Kore'nin 2018 ve 2019 yılları arasındaki Türkiye'den gerçekleştirdiği 2007 gümrük tarife istatistik pozisyonu ile belirlenmiş ürünlerin farkı 2,7 milyon USD olarak saptanmıştır. 2019 yılında 2018 yılına göre





Türkiye’den gerçekleştirdiği ithalatın büyüme oranına göre Güney Kore’yi takip eden İtalya’nın ise 2018 ve 2019 yılları arasında Türkiye’den gerçekleştirdiği ihracatın farkı 2,5 milyon USD olarak belirtilmiştir. Türkiye’den ithalatı yükselen bir diğer ülke ise Avusturya’dır. Avusturya’nın Türkiye’den gerçekleştirdiği ithalatın tutarı 2018 ve 2019 yılları arasında 2,4 milyon USD seviyesinde büyüme göstermiştir. Avusturya’yı takip eden ülke olan İspanya’nın ise Türkiye’den gerçekleştirdiği ilgili gıda ürünleri ithalatı 2018 ve 2019 yılları arasında büyüme göstermiş, 774 bin USD’den 5,4 milyon USD’ye yükselmiştir.

## Türkiye İhracat Göstergeleri

Türkiye ihracatının 2007 ile tanımlanmış gıda ürünleri ihracat göstergelerinin incelenmesi, ihracat stratejisinin belirlenmesinde önemli kısımlardan birini oluşturmaktadır.

Tablo 9. Türkiye İhracat Göstergeleri

Countries	Value exported in 2019 (USD thousand)2	Trade balance 2019 (USD thousand)	Share in Turkey's exports (%)	Quantity exported in 20182	Quantity units2	Unit value (USD/unit)5	Growth in exported value between 2015-2019 (% p.a.)	Growth in exported quantity between 2015-2019 (% p.a.)	Growth in exported value between 2018-2019 (% p.a.)	Ranking of partner countries in world imports	Share of partner countries in world imports (%)	Total imports growth in value of partner countries between 2014-2018 (% p.a.)	Average distance between partner countries and all their supplying markets (kr)	Concentration of all supplying countries of partner countries	Average tariff (estimated) faced by Turkey (%)	Ease of doing business ranking2
Germany	60,165	58,024	27	14,073	Tons	4,275	-19	0	-18	2	10	4	923	0	6	0
Belgium	23,230	23,229	11	5,282	Tons	4,398	-17	0	-7	10	3	2	1,281	0	6	0
Austria	14,958	14,177	7	3,270	Tons	4,574	-19	-1	20	14	2	3	846	0	6	0
Italy	13,779	13,663	6	2,935	Tons	4,695	-9	14	22	8	4	8	1,009	0	6	0
Netherlands	13,006	12,603	6	6,275	Tons	2,073	0	25	3	5	5	0	2,076	0	6	0
France	12,112	11,804	6	3,076	Tons	3,938	-17	1	1	3	7	1	884	0	6	0
Spain	10,760	10,472	5	2,296	Tons	4,686	-7	12	14	11	2	8	1,733	0	6	0
Saudi Arabia	8,823	8,823	4	4,339	Tons	2,033	-1	14	13	19	1	6	3,407	0	5	0
Iraq	7,943	7,783	4	6,619	Tons	1,200	-2	6	10	53	0	-1	1,382	1	0	0
Korea, Republic of	3,620	3,620	2	1,144	Tons	3,164	115	69	323	25	1	2	6,636	0	14	0
Israel	3,129	3,123	1	1,183	Tons	2,645	-2	0	-5	22	1	15	4,176	0	8	0
Croatia	3,105	3,105	1	783	Tons	3,966	-5	27	7	59	0	6	661	0	5	0
Ukraine	3,095	3,045	1	721	Tons	4,293	0	16	-25	40	1	8	3,172	0	9	0
United States of America	3,023	3,022	1	1,974	Tons	1,531	-10	-2	36	1	12	7	6,584	0	6	0
Canada	2,548	2,244	1	670	Tons	3,803	17	37	-18	7	4	3	3,652	0	7	0
Greece	2,508	1,982	1	603	Tons	4,159	-17	3	-13	41	0	2	1,813	0	6	0
Free Zones	2,263	2,263	1	2,317	Tons	977	32	46	-64	96	0	32	0	1	0	0
Egypt	2,155	2,155	1	754	Tons	2,858	-23	-7	9	60	0	-5	2,952	0	19	0

Türkiye ihracat göstergeleri tablosu; Türkiye’nin yıllara göre ilgili ürün gümrük tarife istatistik pozisyonundan gerçekleştirdiği ihracatın oranına göre sıralanmıştır. Türkiye’nin yıllara göre ihracatına göre ilk sırada yer alan ülke, bir önceki kısımlarda da belirtildiği gibi Almanya’dır.

İhracat göstergeleri tablosu incelendiğinde; diğer verilere ek olarak ihracat stratejisini etkileyecek veriler; fiyat/birim ve ortalama gümrük vergisi uygulama alanlarında karşılaşılan süreçlerin değerlendirmeleri göz önünde bulundurulacaktır. Ürün fiyat avantajının bulunduğu pazarlar incelendiğinde 4,6 bin USD ile birim fiyatın en yüksek olduğu pazarın İtalya ve



İspanya olduğu gözlemlenmektedir. Fiyat açısından avantajlı ve yüksek kar marjlarının elde edilebileceği veya katmadeğerli ürünlerin talep gördüğü bir diğer pazar ise Belçika, Avusturya, Almanya ve Ukrayna olarak tabloda incelenebilmektedir. Türkiye - Belçika ihracatının ortalama birim fiyatı 5,2 bin USD olarak tabloya yansımıştır. Birim fiyatı avantajlı yüksek olan ülkeler sıralanırken; ithalat hacmi büyük olan pazarlar arasında kıyaslama yapılmıştır. Buna göre; birim fiyat avantajı bulunan ancak büyük bir ithalat hacmi bulunmayan ülkeler liste dışı tutulmuştur.

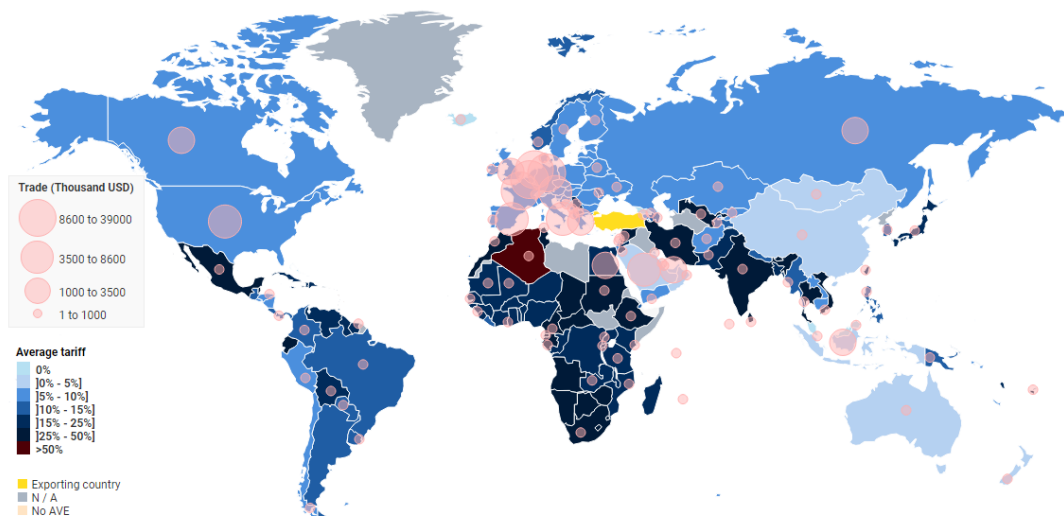
Gümrük vergi oranları ortalamaları incelendiğinde ise; Mısır'ın 2007 gümrük tarife istatistik pozisyonu ile belirtilen ürünlere uyguladığı gümrük vergi oranı %19 olarak belirtilmiştir. Güney Kore'nin ortalama gümrük vergi oranı ise %14 olarak saptanmıştır.

### Türkiye İhracatı Gümrük Uygulamaları

İhracatı doğrudan etkileyen önemli unsurlardan birisi de gümrük vergileridir. Gümrük vergisi, dış ticaret yapan iki veya daha fazla ülke arasında ve hizmetlerin ülkeye girişlerinde o ülke ekonomisinin aldığı vergidir. Bir ülke başka ülkeye ihracat yaptığında karşı ülke malın ülkeye girişinde gümrük vergisi adında belli oranlarda ve mal çeşidine göre çeşitlenmiş para alır. Dünya piyasasında rekabet artırıcı ve iç piyasayı güçlendirici düzenli ve devamlı politikaların uygulanmasında gümrük vergileri önemli bir araçtır.

Türkiye ihracatını etkileyen, 2007 ile tanımlanmış ürünlerde uygulanan gümrük vergilerine aşağıdaki haritada görsel olarak yer verilmiştir.

Tablo 10. Gümrük Vergileri





Yukarıdaki görselde tarif edilen bölgeler Türkiye’den yapılan 2007 gümrük tarife istatistik pozisyonu ile tanımlanmış ürünlere, diğer ülkelerce uygulanan gümrük vergisi oranlarını göstermektedir. Görsele göre; gümrük vergisi uygulanmayan veya düşük uygulanan ülkeden, gümrük vergisi çok uygulanan ülkeye doğru mavinin tonları ile açıktan koyuya gösterilmiştir.

Tablo 11. İthalat Hacimlerine Göre Gümrük Vergileri

MARKET	MFN tariffs	Effectively	Pref. Margin	Tariff year	HS Revision	Import value in 2018
Netherlands	29.34%	5.81%	23.53%	2020	HS17	19034
France	29.34%	5.81%	23.53%	2020	HS17	12641
Germany	29.34%	5.81%	23.53%	2020	HS17	10623
Belgium	29.34%	5.81%	23.53%	2020	HS17	10091
Spain	29.34%	5.81%	23.53%	2020	HS17	7826
United States of Amer	6.12%	6.12%	0%	2020	HS17	5498
Austria	29.34%	5.81%	23.53%	2020	HS17	5276
Saudi Arabia	5%	5%	0%	2017	HS17	5087
Italy	29.34%	5.81%	23.53%	2020	HS17	4798
United Kingdom	29.34%	5.81%	23.53%	2020	HS17	3101
Indonesia	5%	5%	0%	2019	HS17	2909
Egypt	19.16%	19.16%	0%	2019	HS17	2677
United Arab Emirates	5%	5%	0%	2019	HS17	1613
Greece	29.34%	5.81%	23.53%	2020	HS17	1391
Canada	7.01%	7.01%	0%	2020	HS17	1223
Russian Federation	8.14%	6.11%	2.04%	2020	HS17	1128
Azerbaijan	14.03%	14.03%	0%	2020	HS17	958
Kuwait	5%	5%	0%	2019	HS17	896
Israel	7.87%	7.60%	0.27%	2017	HS17	872
Denmark	29.34%	5.81%	23.53%	2020	HS17	829
Syrian Arab Republic	33.77%	33.77%	0%	2013	HS12	789
Ukraine	8.51%	8.51%	0%	2019	HS12	740
Bosnia and Herzegovina	31.89%	0%	31.89%	2020	HS17	575
Iran (Islamic Republic)	32.77%	32.77%	0%	2019	HS17	573
Qatar	5%	5%	0%	2019	HS17	429

Yukarıdaki tabloda ülkeler; Türkiye’den yaptıkları 2018 yılına ait ithalat oranlarına göre sıralandırılmışlardır. İlgili gümrük tarife istatistik pozisyonu ile tanımlanmış ürünlerde Türkiye ihracatına uygulanan efektif gümrük vergileri tablonun üçüncü sütununda yer almıştır.

### Uluslararası Pazar İhracat Oranları

Uluslararası pazarlardaki performansı doğrudan etkileyen unsurlardan bir diğeri de her geçen gün gelişen ve büyüyen hiper rekabet ortamının pazar yapısını ve dinamiklerini doğrudan etkilemesi ve ülkelerin pazar paylarına dolayısıyla da işletmelerin pazar paylarına



doğrudan etki etmektedir.

İhracat hedef pazar araştırma raporunun bu kısmında Türkiye haricindeki diğer ihracatçı ülkelerin ihracat rakamları incelenerek, uluslararası pazarlardaki rakiplerin bulunduğu ülkeler saptanmaya çalışılacaktır. Aşağıdaki tabloda yıllara göre hazırlanmış ihracat rakamları bulunmaktadır. Aşağıdaki tablo, 2007 ile tanımlanmış ürünlere ve gümrük tarife istatistik pozisyonundaki alt kırılımlara göre hazırlanmıştır.

Tablo 12. Dünya İhracat Rakamları

Countries	Exported value in 2012	Exported value in 2013	Exported value in 2014	Exported value in 2015	Exported value in 2016	Exported value in 2017	Exported value in 2018	Exported value in 2019	Difference	Ratio
France	325,655	373,315	375,457	338,324	354,172	386,069	415,503	409,037	-6,466	-2
Italy	183,183	231,044	263,690	233,135	247,448	270,486	298,048	276,310	-21,738	-7
Spain	91,203	143,813	166,603	158,431	178,217	195,119	218,585	261,314	42,729	20
Germany	237,468	249,999	243,395	203,920	213,388	230,089	257,462	236,773	-20,689	-8
Turkey	236,647	246,607	325,263	391,702	280,923	257,431	227,045	219,249	-7,796	-3
Belgium	189,605	234,636	213,272	168,544	175,709	183,144	202,358	196,376	-5,982	-3
India	82,109	113,632	114,051	132,702	131,729	146,439	153,775	157,424	3,649	2
Chile	181,308	176,182	191,539	129,537	135,648	142,413	146,064	136,666	-9,398	-6
Netherlands	82,126	111,009	122,686	116,837	127,363	123,144	118,116	120,912	2,796	2
United States of America	79,324	81,455	103,959	121,366	121,167	106,165	105,307	104,736	-571	-1
Austria	42,887	48,799	58,547	68,658	75,506	95,706	107,452	104,706	-2,746	-3
Poland	63,630	64,685	69,865	57,446	55,536	59,641	80,256	77,277	-2,979	-4
China	98,381	97,333	94,389	83,735	77,308	78,396	97,627	69,412	-28,215	-29
Denmark	65,822	71,810	73,574	62,913	63,512	62,580	66,108	58,521	-7,587	-11
United Kingdom	53,623	52,040	49,001	44,138	48,394	60,098	65,116	53,117	-11,999	-18

Gümrük tarife istatistik pozisyonu 2007 ile tanımlanmış olan ürünlerin alt kırılımları ile birlikte uluslararası pazardaki ihracat rakamları incelendiğinde Fransa'nın 409 milyon USD ile Dünya'da en çok ihracat gerçekleştiren birinci ülke olduğu gözlemlenmiştir. İlgili Gtip'te Fransa'yı takip eden ülke 276 milyon USD ile İtalya'dır. Üçüncü ülke ise 261 milyon USD ile İspanya'dır. Takip eden ülkeler ise sırasıyla; 236 milyon USD ile Almanya, 219 milyon USD ile Türkiye, 196 milyon USD ile Belçika, 157 milyon USD ile Hindistan ve 136 milyon USD ile Şili'dir.

## Dünya İhracat Göstergeleri

İhracat göstergeleri tablosu incelendiğinde; diğer verilere ek olarak ihracat stratejisini etkileyecek veriler; fiyat/birim ve ortalama gümrük vergisi uygulama alanlarında karşılaşılan



süreçlerin değerlendirmeleri göz önünde bulundurulacaktır.

Türkiye'nin uluslararası pazarda rekabet ettiği, ihracatçı konumda olan ülkelerin ihracat göstergeleri tablosuna aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 13. Dünya İhracat Göstergeleri

Countries	Value exported in 2019 (USD thousand)	Trade balance in 2019 (USD thousand) <sup>2</sup>	Quantity exported in 2019	Quantity Unit <sup>3</sup>	Unit value (USD/unit) <sup>4</sup>	Annual growth in value between 2015-2019 (%) <sup>5</sup>	Annual growth in quantity between 2015-2019 (%) <sup>6</sup>	Annual growth in value between 2015-2019 (%) <sup>7</sup>	Share in world exports (%)	Average distance of importing countries (km)	Concentration of importing countries	Ease of doing business ranking - Export
France	409,037	210,373	105,018	Tons	3,895	6	3	-2	12	4,305	0	0
Italy	276,310	169,016	145,978	Tons	1,893	5	4	-7	8	1,688	0	0
Spain	261,314	189,481	132,148	Tons	1,977	13	4	20	8	2,421	0	0
Germany	236,773	-54,280	88,262	Tons	2,683	5	1	-8	7	1,619	0	0
Turkey	219,249	212,529	70,502	Tons	3,110	-13	6	-3	7	2,491	0	0
Belgium	196,376	113,743	86,401	Tons	2,273	5	0	-3	6	2,092	0	0
India	157,424	147,607	178,541	Tons	882	5	13	2	5	5,878	0	0
Chile	136,666	125,804	161,276	Tons	847	2	4	-6	4	7,625	0	0
Netherlands	120,912	-17,650	74,609	Tons	1,621	0	3	2	4	848	0	0
United States of America	104,736	-239,841	47,356	Tons	2,212	-4	-11	-1	3	3,434	0	0
Austria	104,706	54,479	28,946	Tons	3,617	13	12	-3	3	1,077	0	0
Poland	77,277	38,832	44,558	Tons	1,734	10	12	-4	2	2,958	0	0
China	69,412	-25,860	44,102	Tons	1,574	-1	-6	-29	2	5,594	0	0
Denmark	58,521	41,018	25,733	Tons	2,274	-1	-1	-11	2	1,653	0	0
United Kingdom	53,117	-120,245	14,436	Tons	3,679	7	10	-18	2	3,269	0	0
Greece	49,908	36,676	57,789	Tons	864	0	3	-19	2	3,866	0	0
Canada	49,319	-61,832	12,387	Tons	3,982	5	5	14	2	2,007	1	0
Ecuador	49,178	40,339	87,476	Tons	562	0	0	1	2	8,789	0	0
Czech Republic	38,276	11,779	17,096	Tons	2,239	13	4	-12	1	819	0	0
Thailand	35,527	26,293	20,964	Tons	1,695	5	5	6	1	4,666	0	0
Sweden	33,967	-18,590	11,483	Tons	2,958	1	-1	9	1	2,637	0	0
Mexico	30,914	12,319	0	No quantity	0	-7	0	-32	1	1,891	0	0
Argentina	29,328	23,897	34,779	Tons	843	8	16	-16	1	7,302	0	0
Taipei, Chinese	29,255	20,654	9,808	Tons	2,983	26	16	33	1	4,668	0	0
Costa Rica	28,257	22,531	19,819	Tons	1,426	-7	-11	-11	1	2,710	0	0
Russian Federation	28,104	-84,051	17,338	Tons	1,621	10	8	19	1	1,760	0	0
South Africa	26,172	11,063	36,526	Tons	717	7	27	-40	1	6,927	0	0
Switzerland	26,159	-13,118	6,796	Tons	3,849	-2	-1	-4	1	3,526	0	0
New Zealand	24,580	13,991	16,319	Tons	1,506	4	1	-8	1	3,388	1	0
Colombia	24,048	15,702	20,379	Tons	1,180	2	3	15	1	5,128	1	0
Malaysia	20,964	-5,894	6,625	Tons	3,164	-1	-5	0	1	3,023	0	0

Gümrük tarife istatistik pozisyonu 2007 ile tanımlanmış ürünlere ait ihracat göstergelerine yukarıdaki tabloda yer verilmiştir.

Yukarıdaki tablo incelendiğinde; en büyük ihracatçı konumunda olan Fransa'nın birim/fiyat analizi 3,8 bin USD olarak gözlemlenmektedir. Türkiye ihracatlarının birim oranları



ise 3,1 bin USD olarak hesaplanmıŐtır. En yüksek birim fiyat tutarı ton Fransa'ya aittir. İhracat sahanlığı en geniş ülke ise 8,7 bin kilometre ile Ekvador'dur. Türkiye dünya ihracat rakamının %7'sine sahipken, Türkiye'yi takip eden Belçika %6 pazar payına sahiptir. Fransa ise %12 oranında pazar payına sahiptir.

## Hedef Pazar Sonuç Kriterleri

Hedef pazar belirleme sürecinde kullanılacak olan verilere önceki kısımlarda deĐinilmiŐtir. İlgili rn kodu ile uluslararası pazarı inceleme fırsatı sunan bu veriler uygun filtreleme ve değerlendirme süreçleri ile işletmelerin kendi dış ticaret stratejilerine entegre bir yol haritası oluŐturulma sürecinde baŐvurulabilecek kesin ve resmi veri türleridir. Bu veri türleri üzerinde çalıŐılarak oluŐturulacak olan bir stratejik yol haritası ile; uluslararası pazarlara ayrılmıŐ bütçenin efektif kullanılması ve uluslararası iş geliştirme süreçlerinin sağlıklı bir şekilde yürütülmesi için firma tarafından ortaya konan insan gücü ve çalışma sresinin verimli kullanılması amalanabilmektedir.

Bu kapsamda; dört haneli 2007 gümrük tarife istatistik pozisyonu ile tanımlanmış ürünlerin uluslararası pazarlardaki hacimleri incelenerek ilgili gıda ürünlerinin üreticisi ve ihracatçısı firmaların uluslararası iş geliştirme süreçlerine ayırdığı kaynakların en etkin kullanılabileceği ülkeler listelenecek ve lkelerin pazar ile bilgileri detaylı bir şekilde incelenecektir.

## İthalat Hacimlerine Göre Pazarlar

2007 gümrük tarife istatistik pozisyonu ile tanımlanmış ürünlerin yıllara göre ithalat hacimleri incelendiğinde;

Büyük lekte Büyük Pazarlar;

- Amerika Birleşik Devletleri
- Almanya
- Fransa

Orta lekte Büyük Pazarlar;

- Birleşik Krallık
- Hollanda



- Rusya

Küçük Ölçekte Büyük Pazarlar;

- Kanada
- İtalya
- Çin

Olarak saptanmaktadır. Büyük ölçekte büyük, orta ve küçük pazarların verileri yıllara göre ithalat oranlarının incelendiği kısımda ele alınmıŐtır.

### **İthalat Artışlarına Göre Pazarlar**

İthalat sürecinin hedef pazar belirleme noktasında bir diğer değişken de ithalat büyüme ve artış oranlarıdır. Bu kısımda ülkelerin ithalat artış oranları ele alınacaktır.

Büyük ölçekte artış gösteren pazarlar;

- Amerika Birleşik Devletleri
- Kanada
- Portekiz

Orta ölçekte artış gösteren pazarlar;

- Filipinler
- Meksika
- Ukrayna

Küçük ölçekte artış gösteren pazarlar;

- Vietnam
- Suudi Arabistan
- İsrail

### **İthalatı Büyürken Türkiye İhracatı Artan Pazarlar**

Hedef pazar matrisinin bir diğer kriteri de ithalatı büyüme eğilimi gösterirken Türkiye'nin ihracatının da artış gösterdiği pazarların birlikte incelenmesidir. Böylelikle, büyüme eğilimi gösteren ve Türkiye ürünlerinin tercih edildiği veya girebildiği pazarlar ele alınacaktır. Kriterler; ülke ithalatının büyüyor olması ve Türkiye ihracatının artış gösteriyor



olması değerlendirilmiştir.

Büyük ölçekte ithalat büyürken Türkiye ihracatı artan pazarlar;

- Avusturya
- Suudi Arabistan
- Amerika Birleşik Devletleri

Orta ölçekte ithalat büyürken Türkiye ihracatı artan pazarlar;

- Polonya
- Norveç
- Bosna

Küçük ölçekte ithalat büyürken Türkiye ihracatı artan pazarlar;

- Hindistan
- Fas
- Romanya

### **İthalat Küçülürken Türkiye İhracatı Artan Pazarlar**

Bu kısımda; 2007 gümrük tarife istatistik pozisyonu ile tanımlanmış ürünlerin, ülkeler özelinde ithalatı azalırken, Türkiye ihracatının arttığı pazarlar dikkate alınarak sıralama gerçekleştirilmiştir.

Pazarın küçülürken Türkiye ihracatının artış eğilimi gösteriyor olması, Türkiye'deki üreticilerin ortaya koydukları ürünlerin tercih edilme sebeplerinin gittikçe güçleniyor olması ve Türkiye ticaretinin bahsedilen ülke ile genişleme eğilimi göstermesinin bir tezahürüdür.

İthalat hacmi yüksek olan ve ithalatı düşüş eğiliminde olan ülkeler Türkiye'nin gerçekleştirdiği ihracatın artış değerine göre sıralanmış ve aşağıda listelenmiştir.

Büyük ölçekte ithalat küçülürken Türkiye ihracatı artan pazarlar;

- İtalya
- Hollanda
- Fransa





Orta ölçekte ithalat küçülürken Türkiye ihracatı artan pazarlar;

- İspanya
- Irak
- Güney Kore

Küçük ölçekte ithalat küçülürken Türkiye ihracatı artan pazarlar;

- Hırvatistan
- Mısır
- Rusya

Olarak değerlendirilmiştir. Hedef pazar matrisi sonuç kısmında ithalat hacimlerine göre ölkelerin genel analizleri gerçekleŐtirilerek, ithalat süreci ile elde edilen bu veriler yorumlanacaktır.

### **eyrek Verilerine Göre İthalatı Artan Pazarlar**

Bu kısımda çeyreklere göre ölkelerin ithalat oranları incelenmiŐ ve büyüme eğilimi gösteren ölkeler sıralanmıştır. Yıllara göre ve sonrasında çeyreklere göre inceleme yaklaşımının temel prensibi; son yıl verisini tamamlamamıŐ olan ölkelerin daha güncel bir yorum ile pazar araştırma sürecine dahil edilmesi için çeyrekler üzerinden incelenmesini barındırmaktadır.

Buna göre;

Büyük ölçekte çeyreklere göre ithalatı büyüyen pazarlar;

- Amerika Birleşik Devletleri
- Kanada
- Filipinler

Orta ölçekte çeyreklere göre ithalatı büyüyen pazarlar;

- Portekiz
- Hindistan
- Fas



Küçük ölçekte çeyreklere göre ithalatı büyüyen pazarlar;

- Polonya
- Bulgaristan
- Çek Cumhuriyeti

Olarak saptanmış ve hedef pazar değerlendirme matrisinde değerlendirilmiştir.

### **Türkiye İhracatı Yoğun Pazarlar**

Gümrük tarife istatistik pozisyonu 2007 ile tanımlanmış gıda ile ilgili ürünlerin Türkiye'den gerçekleştirilen ihracatlarının tutarları bu kısımda incelenmiştir.

Burada elde edilen verilerle birlikte; Türkiye ihracatının büyüme eğilimi gösterdiği pazarlar saptanarak ihracat yol haritasının belirleyici unsurlarından biri olarak ele alınacaktır. Türkiye ihracatı yüksek olan pazarlar, ilgili gümrük istatistik tarife pozisyonundan ihracatı gerçekleştirilen ve hedef ülkede kabul gören/tercih edilen ürünlerdir.

Büyük ölçekte Türkiye ihracatı yoğun pazarlar;

- Almanya
- Belçika
- Avusturya

Orta ölçekte Türkiye ihracatı yoğun pazarlar

- İtalya
- Hollanda
- Fransa

Küçük ölçekte Türkiye ihracatı yoğun pazarlar;

- İspanya
- Suudi Arabistan
- Irak



## Türkiye İhracatı Artış Gösteren Pazarlar

Türkiye ihracatı artış gösteren pazarların incelenmesi, hedef pazar belirleme sürecinin bileőenlerinden birisidir. Bu kısımda; 2018 yılı ve 2019 yılı verileri incelenerek bu iki yıl arasında büyüme eğilimi gösteren Türkiye ihracatlarının yöneldiği pazarlar ele alınacaktır.

Büyük ölçekte Türkiye ihracatı artış gösteren pazarlar;

- Güney Kore
- Avusturya
- İspanya

Orta ölçekte Türkiye ihracatı artış gösteren pazarlar;

- Suudi Arabistan
- Amerika Birleşik Devletleri
- Irak

Küçük ölçekte Türkiye ihracatı artış gösteren pazarlar

- Norveç
- Cezayir
- Rusya

Olarak değerlendirilmiştir.

## Hedef Pazar Sonuç

Gümrük tarife istatistik pozisyonu 2007 ile tanımlanmış ürünler üzerine yapılan araştırma sonucu, araştırma kriterlerine ve filtrelere ait bilgiler ve bulgular önceki kısımlarda incelenmiştir ve analiz edilmiştir. Elde edinilen bulguların yorumlanması ile sonuç hedef pazarın saptanma çalıőması ihracat yol haritasının nihai çıktısını oluşturmaktadır.

Bu kısımda yapılan araőtırmalar, filtre ve kriterlerin baskınlığına ve önem sırasına göre derecelendirilmiőtir, Türkiye'nin ticari hedefleri ve ülke yol haritası, hedef ülke havuzunda yer alan ülkelerin gümrük oranları, coğrafi ve kültürel yakınlıkları ve ithalat/ihracat'a yönelik kriterlere uygunlukları önem katsayılarına göre derecelendirilmiőtir.



Tablo 14. Hedef Pazar Değerlendirme

Ülke	İthalat Hacimlerine Göre Pazarlar	İthalat Artışlarına Göre Pazarlar	İthalatı Büyütürken Türkiye İhracatı Artan Pazarlar	İthalatı Küçülürken Türkiye İhracatı Artan Pazarlar	Çeyrek Verilerine Göre İthalatı Artan Pazarlar	Türkiye İhracatı Yoğun Pazarlar	Türkiye İhracatı Artış Gösteren Pazarlar	Coğrafi ve Kültürel Yakınlık	Ticaret Bakanlığı - Hedef Ülke ve Öncelikli Ülke	Gümrük Vergisi	Toplam
ABD	20	30	46		10		32	5	30		173
Avusturya			50			36	38			22	146
İrak				32		24	30	25	30		141
İtalya	6			40		34		15	15	22	132
Güney Kore				30			40	15	30	15	130
İspanya				34		28	36	10		22	130
Suudi Arabistan		16	48			26	34	5			129
Fransa	16			36		30		5	15	22	124
Almanya	18					40		25	15	22	120
Hollanda	12			38		32				22	104
Rusya	10			24			24	10	30	2	100
Bosna			40					25		30	95
Fas			36					25	30		91
Polonya			44					10	15	22	91
Birleşik Krallık	14							10	30	22	76
Hindistan			38		6				30		74
Norveç			42				28			1	71
Romanya			34					15		22	71
Kanada	8	28			9				15		60
Hırvatistan				28				10		22	60
Belçika						38				22	60
Bulgaristan					5			15	15	22	57
Portekiz		26			7					22	55
Meksika		22							30		52
Cezayir							26	25			51
Mısır				26				5	15		46
Ukrayna		20						10	15		45
Filipinler		24			8			5			37
Çin	4								30		34
Çek Cumhuriyeti					4			10	15		29
İsrail		14						10		1	25
Vietnam		18									18

Tabloya göre; kriterler ve değerlendirme süreci ile en yoğun değeri alan üç ülke nihai hedef pazar olarak değerlendirilecek ve seçilen bu ülkeler üzerine odaklanacaktır.

2007 Gümrük tarife istatistik pozisyonuyla belirtilmiş ürünlerin uygulanan gümrük vergileri ülkelere göre değerlendirilmiş, ilgili ülkenin MFN ülkelere uyguladığı vergi oranı ile Türkiye Cumhuriyeti'ne uyguladığı vergilerin oranları karşılaştırılarak aradaki farkın iki katı puan olarak ülke değerlendirmesine yansıtılmıştır.

Hedef ülkenin belirlenmesi süreci değerlendirilirken; gümrük tarife istatistik pozisyonu 2007 ile tanımlanmış ürünlerin; yıllara göre ithalat verileri, yıllara göre ithalat artışları, ithalat artış gösterirken Türkiye ihracatının pazardaki konumu, ithalat küçülürken Türkiye ihracatının pazardaki konumu, çeyreklere göre ithalat verileri, Türkiye'nin ihracat verileri, hedef ülke ile kültürel bağlar ve coğrafi yakınlık, hedef veya öncelikli ülke konumu, gümrük vergi oranları esas alınmış ve ağırlık derecelerine göre puanlandırılmıştır.

Entegre bir değerlendirme süreci ile yukarıda bahsedilen kıstaslar göz önünde bulundurulmuş ve Amerika Birleşik Devletleri, Avusturya ve Irak araştırma raporuna konu



olan ürünlerin üreticisi ve ihracatçısı firmaların birincil hedef pazarları olarak değerlendirilmiştir. İkincil ve üçüncül hedef pazarlar ise yukarıdaki tabloda yansıtıldığı gibi sırasıyla; İtalya, Güney Kore, İspanya, Suudi Arabistan, Fransa ve Almanya olarak değerlendirilmiştir.

## HEDEF ÜLKE RAPORLARI

Önceki kısımlarda gerçekleştirilen araştırma ve değerlendirme sonuçları ile; pazarın gereksinimleri, pazarların büyüme küçülme eğilimleri, pazar büyüklükleri, ülkenin genel hedefleri ve öncelikleri, ürünün doğası, pazarlardaki fırsatlar, pazara giriş engelleri ve kolaylıkları, kültürel ve coğrafi etkenler ve güncel veriler kullanılarak entegre bir pazar değerlendirme analiz süreci yönetilmiştir.

Yürütülen bir analiz süreci ile birlikte uluslararası pazarlarda yer edinmek veya ihracat yoğunluğunu geliştirmek için kullanılacak olan uluslararası pazara yönelik işletmeye ait kaynakların aktif kullanılması amacıyla hedef net veriler ve yaklaşımlar ile küçültülmüş ve saptanmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan hedef kapsamında atılacak adımları şekillendirmek amacıyla ülkelerin genel özellikleri ve ağırlıklı olarak ticari yapıları incelenecektir.

Yapılan araştırma sürecinde raporda gösterilen ve sunulan bilgiler raporun hazırlandığı dönemin en güncel durumunu yansıtmakta ve uluslararası pazara konu olan ürünün doğası göz önünde bulundurulacak şekilde belirli sürelerle yenilenmeye ve güncellenmeye ihtiyaç duymaktadır.

### AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ

Kuzey Atlantik ve Kuzey Pasifik Okyanuslarına sınırı olan ABD, Kanada ve Meksika'nın arasında yer almaktadır. Ülkenin Kanada ile 8.893 km (Alaska ile 2.477 km'lik sınır dahil) ve Meksika ile 3.141 km uzunluğunda sınırı bulunmaktadır. Yüzölçümü bakımından dünyanın 3. en büyük ülkesi olan ABD, Güney Amerika ve Rusya Federasyonu'nun yarısı, Afrika Kıtası'nın onda üçü, Avrupa Birliği alanının da iki katı kadar karasal alana sahiptir. ABD topraklarının en yüksek noktası 6,198 metre ile McKinley Dağı, en alçak noktası -86 metre ile Ölüm Vadisi'dir. Orta bölgelerde ova ve düzlükler, batıda dağlar, doğuda tepeler ve alçak dağlar, Alaska'da nehir yataklarının oluşturduğu geniş vadiler ve engebeli araziler, Hawaii'de de volkanik coğrafi yapısı gözlemlenmektedir.



### Amerika Birleşik Devletleri Demografik Yapı

ABD İstatistik Bürosu'nun (US, Bureau of Census) tahminlerine göre 325,4 milyon (2017) olan ABD nüfusunun sürekli biçimde artarak 2025'de 346 milyon, 2050 yılında 400 milyon olması beklenmektedir. Dünyanın en fazla nüfusa sahip üçüncü ülkesi olan ABD'de nüfusunun %19,4'ü 0-14 yaş, %66,2'si 15-64 yaş arasında olup, %13,9'u da 65 yaş ve üstündedir. 2050 yılında 65 yaş ve üstü olan nüfusun toplam nüfusun % 20,9'unu oluşturacağı öngörülmektedir. Nüfusun %82'den fazlası kentlerde yaşamaktadır. Ortalama yaşam süresi kadınlarda 77,1 yıl; erkeklerde 81,9 yıldır. Etnik gruplar itibarıyla ele alındığında, ülke nüfusunun % 77,66'sı beyaz, % 13,17'si siyah, % 5,26'sı Asya kökenli, % 1,24'ü Amerikan ve Alaska yerlisi, % 0,23'ü de Hawaii ve diğer Pasifik Adaları kökenlidir. Hispaniklerin %88,15'i beyaz olmakla birlikte siyah veya Asya kökenli de olabilmekte ve toplam nüfusun % 17,1'ini oluşturmaktadır. Hızla büyüyen Hispanik nüfusun 2050 yılında toplam nüfusun %30,6'sını oluşturacağı tahmin edilmektedir. ABD'de yabancı ülke doğumlu 38 milyonun üzerinde kişi yaşamaktadır. Ülke, dünyanın en kalabalık 5. İspanyolca konuşan nüfusunu barındırmaktadır. Hispanik göçmenlerin daha çok Güney Batı bölgelerine (özellikle California, Teksas ve Florida) yerleştikleri ve bölgedeki nüfusun %25'inin oluşturdukları tahmin edilmektedir. Asya kıtasından gelen göçmenlerin ise batı sahillerine, Hawaii, New York, Boston, Chicago ve Houston'a yerleştikleri gözlenmektedir. Diğer taraftan, Afrika kökenli göçmenler ise çoğunlukla güneydoğu sahillerine yerleşmektedir. ABD'de GSYİH'nin büyük



kısmı özel tüketim harcamalarına ayrılmakta ve özel sektör sabit sermaye yatırımları tüketime oranla daha düşük kalmaktadır.

### **Amerika Birleşik Devletleri Ekonomik Yapısı**

Dünya çapında serbest piyasa ekonomilerinin en büyük örneği olarak gösterilen ABD ekonomisinde, üretim ve hizmetlerin büyük bir bölümü özel sektör tarafından tüketilmekte ve sağlanmakta olup, dünya çapında kamunun ağırlığının bu kadar az olduğu başka bir ekonomi bulunmamaktadır. Amerikan ekonomisinde yapısal olarak rol oynayan iki temel unsurun ilki zengin doğal kaynakları, diğeri ise nitelikli işgücüdür. ABD verimli toprakları, zengin mineral yatakları, elverişli iklim koşulları ve diğer doğal kaynakları ile ekonomik büyümenin sağlanması açısından çok uygun bir ortama sahiptir. ABD aynı zamanda, iletişim ve bilgi teknolojileri alanında “kolay uyum sağlayabilen ve yetenekli” işgücünün eğitime de büyük önem vermektedir. Tüm dünyada “beyin göçü” olarak adlandırılan, bilim ve teknoloji dallarında eğitim almış yetenekli ve zeki gençlerin ABD ekonomisine kazandırılması, sorunların çözümünde anahtar rolü olan bir araç olarak görülmektedir. Yeni ekonomi kavramı çerçevesinde bilgi ve iletişim teknolojileri (ICT), hizmet sektörünü ekonominin en önemli bileşeni haline getirmiştir. Ekonomiye yön veren başlıca sektörler; motorlu taşıtlar, uzay ve havacılık, iletişim, kimyasallar, elektronik ve bilişim (IT) sektörleridir. 1990’lı yıllarda yaşanan teknolojik dönüşüm ile birlikte geleneksel imalat sanayinin bir bölümü yüksek teknoloji ve iş gücü verimliliğine uyum sağlamıştır. Ancak ithal girdi düzeyi yüksek mamul mallar üreten sektörler ciddi zorluklarla karşılaşmış olup, üretimlerini daha düşük maliyetli ülkelerde sürdürme yoluna gitmişlerdir. Tarım ve hayvancılık GSYİH’nin yüzde olarak küçük bir oranına sahip görünmekle birlikte oldukça verimlidir. ABD, gıda maddeleri ve işlenmiş gıda ürünleri ihracatında önde gelen ülkeler arasındadır. İmalat sektörü, iş dünyası harcamalarındaki artışa bağlı olarak ABD’nin ekonomik toparlanma sürecinde en önde gelen sektör olmuştur. İmalat sanayinin öne çıkan alt sektörleri arasında havacılık ve uzay sanayi, telekomünikasyon, kimyasallar, elektronik ve bilgisayarlar yer almaktadır. Hizmetler sektörü, GSYİH’nin yaklaşık %80’ini oluşturmaktadır. ABD Uluslararası Ticaret Komisyonu’nun Hizmetler Sektörü Raporu’na göre, ülkenin hizmetler sektöründeki rekabet gücü, profesyonel hizmetler sektöründeki başarısından kaynaklanmaktadır. ABD hizmet ticaretinde önemli olan diğer sektörler arasında finans, sağlık, ulaşım ve emlak sektörlerini saymak mümkündür. En çok gelişme gösteren sektörler arasında perakendecilik, bilişim, sanat ve eğlence sektörleri de



ön plana çıkmaktadır. ABD gelir dağılımı eyaletler bazında farklılıklar göstermektedir. Sanayi üretiminde Kuzeydoğu'nun üstünlüğü özellikle 1990'lardan itibaren gerileme gösterse de bölgenin ekonomideki ağırlığı hala fazladır. Ağır sanayi üretiminden verimliliği yüksek hafif sanayi üretimine geçişle birlikte Batı ve Güney eyaletleri de ekonomiden daha çok pay almaya başlamışlardır. GSYİH'si neredeyse İtalya kadar olan Kaliforniya'yı büyüklük açısından Teksas, New York, Florida ve İllinois izlemektedir. Eyaletler bazında hane başına ortalama gelire bakıldığında ise Maryland'in en yüksek gelire sahip olduğu, Mississippi eyaletinde de gelirin en düşük düzeyde gerçekleştiği görülmektedir. ABD hanehalkı geliri Doğu ve Batı eyaletlerinde genellikle ortalamanın üstünde gerçekleşmiştir. 24 eyalet ile District of Columbia ortalamanın üstünde gelire sahip olurken, 26 eyalet ülke ortalamasının altında kalmıştır. Bu durum bölge olarak incelendiğinde, Kuzeydoğu eyaletlerinin (Connecticut, Massachusetts, New Hampshire, New Jersey, New York ve Rhode Island -Maine hariç-) ülke ortalamasının üzerinde gelire sahip olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Benzer şekilde Batı bölgesinde yer alan eyaletlerin (Alaska, Colorado, California, Hawaii, Utah ve Washington) hanehalkı geliri de ortalamanın üzerinde gerçekleşmiştir. Büyüme hızı nispeten geride kalan eyaletlerde hem nüfus artış hızının az olduğu, hem de yüksek teknoloji yerine geleneksel tarım ve sanayi sektörlerinde üretime ağırlık verildiği gözlenmektedir.

### **Amerika Birleşik Devletleri Dış Ticaret Politikası**

ABD'nin Serbest Ticaret Anlaşması Yaptığı Ülkeler ve DTÖ Müzakereleri ABD, DTÖ çerçevesinde yürütölen çok taraflı ticaret müzakerelerinin de önde gelen aktörlerinden birisidir. ABD'nin taraf olduğu çok taraflı Serbest Ticaret Anlaşmaları, Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA-1994, Meksika ve Kanada'yı kapsamaktadır), ve Orta Amerika ve Dominik Cumhuriyeti Serbest Ticaret Anlaşması (CAFTA-DR)'dir. CAFTA, Kosta Rika, El Salvador, Guatemala, Honduras ve Nikaragua'yı kapsamaktadır. Diğer taraftan ülkenin ikili STA imzaladığı 20 ülke (Avustralya, Bahreyn, Kanada, Şili, Kolombiya, Kosta Rika, Dominik, El Salvador, Guatemala, Honduras, İsrail, Ürdün, Güney Kore, Meksika, Fas, Nikaragua, Umman, Panama, Peru ve Singapur) bulunmaktadır. Ayrıca, Asya-Pasifik bölgesinden birçok ülkeyi kapsayan Trans-Pasifik Ortaklık Anlaşması'nın müzakereleri başlamıştır. Ayrıca, AB ile geniş kapsamlı bir STA'nın imzalanması gündeme gelmiş olup, söz konusu müzakereler 2013 yılı içerisinde başlamıştır. Serbest Ticaret Anlaşmaları hakkında detaylı bilgiye, ABD Ticaret Temsilciliği'nin





<http://www.ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements> adresinden ulaşılması mümkündür.

Söz konusu gelişmeler, bir yandan ABD'nin ithalatında liberalizasyona yol açarken, diğer yandan ABD mallarının üçüncü ölkelerde karşılaştıkları dış ticaret engellerini ortadan kaldırarak ABD ihracatının artırılabilmesi için elverişli bir ortam yaratılmasına neden olmuştur. Bu durum, ekonomide bir çok endüstride var olan oligopolistik yapının kırılmasına ve firmaların artan maliyetlerini azaltma yönünde, teknolojik ilerleme de dahil olmak üzere, gerekli tedbirleri almalarına yol açmış ve dolayısıyla maliyetlerde yaşanan artış fiyatlara doğrudan yansıtılamamıştır.

Diğer taraftan, ABD, Türkiye dahil birçok ölküyle, ikili yatırımı ve ticareti teşvik etmek amacıyla yatırım anlaşmaları yapmıştır. Bu anlaşmalar genellikle ithalat ve ihracatı olumlu etkilemekle beraber “en çok tercih edilen” ölkü statüsünü de güçlendirmektedir. Bu anlaşmaların diğer faydalarının arasında iş atılımlarının, uluslararası kadro transferlerinin, uluslararası finansal, para ve bankacılık işlemlerinin kolaylaştırılması ile patent, marka ve telif haklarının korunması da sayılabilir. Yabancı yatırımcılara ABD’deki yatırımlarını gerçekteşirmeden önce bu tür anlaşmaların getirdiği imkanları ve kısıtlamaları gözden geçirmeleri tavsiye edilmektedir.

### **Amerika Birleşik Devletleri Pazarında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar**

Birey odaklı, kişisel inisiyatif ve başarıya önem veren bir kültüre sahip olan Amerikalılar, düşüncelerini pek saklamayan dürüst bir yapıya sahiptirler. Konunun etrafında dolaşmaktan hoşlanmazlar ve doğrudan konuya girerler. Dolayısıyla Amerikalı bir iş adamı eđer iş konusunda olumsuz düşünüyorsa "Hayır" cevabını vermekten çekinmez. İş görüşmeleri son derecede hızlı bir tempoyla yürümektedir. ABD iş kültüründe “vakit nakittir” kavramı çok ciddi bir şekilde takip edilmektedir. Amerikalılar görüştükleri işadamlarının farklı kültürlerden olduklarının çođu kez farkına bile varmazlar. İş her zaman için ön plandadır. Toplantıları problem-çözme mantığı içinde yürütürler. Görüşmeler esnasında hızlı ve sonuca odaklı bir mantık yürüten iş adamları, görüşmelerde tıkanma olması halinde, çözüm olabilecek tüm alternatifleri ve sečenekleri ortaya çıkarmaya çaba sarf eder. Şirket politikaları bakımından her konunun kuralı oluşturulur ve her seviyedeki uzmanlar da bu kurallara uyarlar. Ölkede iş ahlakı son derece kuvvetlidir. İş görüşmelerinde kişisel konuların tartışılmasından hoşlanmazlar.



ABD, dünyada iş davalarının en fazla yaşandığı ülkelerden birisidir. Her sektörde ve toplumun her bölümünde uzmanlaşmış avukatlara sahiptirler. ABD'lilerle iş yaparken iş ortamındaki hiyerarşi, unvanlar ve dereceler önemli olmakla beraber ofis dışında hiç resmi olmayan bir tutum ve samimiyet sergilemek olağandır. Resmi olmayan ve insani ilişkilerde eşitlik olan konulara değer vermektedirler. Bu yüzden karşıdaki kişiyi rahatlatmak için statü kavramını ortadan kaldırma eğilimi içerisindeyler. Amerikalılar karmaşık görüşmeleri safhalara bölerek yürütürler. Konuları ayırırlar ve belli bir zaman dilimi içerisinde tek bir konuyu işlerler. Amerikalılar tarihi belirtirken ilk olarak ay, gün ve en sonunda da yılı belirtirler. (Örneğin? December 5, 2001 ya da 12/5/01). Bu konu iş ilişkilerinde yanlış anlaşılmalara neden olabilmektedir. Bu yüzden teyit alınmasında ve dikkat edilmesinde fayda vardır. ABD'de görüşme ve randevulara zamanında gitmek çok önemlidir. Özellikle büyük şehirlerde trafik çok büyük bir problem yaratmakta ve gecikmelere neden olabilmektedir. Bu nedenle, Amerika'daki randevulara biraz daha erkenden hazırlanmak ve eğer gecikilecekse, bu durumu karşı tarafa mutlaka bildirmek gerekmektedir. İsim sıralaması ilk önce adı, orta adı ve soyadı şeklinde verilmektedir. Tanışılan kişiye ilk önce unvanı, daha sonra da soyadı ile hitap etmekte fayda vardır. Amerikalılarla yeni tanışıldığında hemen ilk isimleri ile çağrılmaları konusunda ısrarda bulunmaları Amerikan iş kültürünün bir parçasıdır. "Dr.", "Ms.", "Miss", "Mrs.", veya "Mr." gibi unvanları soyadını daha sonra söyleyerek kullanmak mümkündür. Amerikan iş kültüründe giyim tarzı bölgesel olarak farklılıklar göstermektedir. Ülkenin bazı kesimlerinde özellikle Doğu bölgesinde herkes takım elbise giymektedir. Batı kıyıları gibi diğer yerlerde ise daha rahat elbiseler tercih edilmektedir. Ancak ülkenin her tarafında yönetici olan kişiler resmi bir biçimde giyinmektedirler.

### **Amerika Birleşik Devletleri İhracat Konusunda Genel Değerlendirme**

Amerika Birleşik Devletleri, mal ticaretinde birinci, genel dış ticaret kapsamında dünyanın ikinci büyük ihracatçısı konumundadır. Kanada, Japonya, Çin Halk Cumhuriyeti, Japonya ve Meksika başlıca dış ticaret ortaklarıdır, Genel itibarı ile ABD'de ürün güvenliği, ürün denetimi sistemi ve ürün kalitesi son derece gelişmiş düzeyde olup, ABD'ye yapılacak ihracatta dikkat edilmesi gereken kapsamlı kurallar mevcuttur. Dış ticaret performansındaki başarısında güçlü bir kalite altyapısı sistemine sahip olması önemli rol oynamaktadır. ABD ürün güvenliği ve denetimi sistemi, gerek federal seviyede gerekse Eyalet seviyesinde düzenlenen kurallar bütününden oluşmaktadır. ABD'de standartlar, sanayi ve kamu işbirliği



içerisinde tesis edilmekte olup, gönüllü standartların oluşturulması ve uygulanması konusunda Amerikan Ulusal Standartlar Enstitüsü (American National Standards Institute ANSI), Amerikan Test ve Materyal Topluluğu (American Society of Testing and Materials) ile United Laboratories (UL) gibi şirket ve sivil toplum örgütleri yetkili kuruluşlardır.

### **Washington Ticaret Müşavirliğinin Amerika Birleşik Devletleri'ne İhracat Konusunda Genel Görüş ve Önerileri**

ABD pazarında ihracatçılarımızın teknik engellerle karşılaşmaması için teknik düzenlemeler ve standartlara ilişkin gelişmelerin düzenli olarak takip edilmesi gerekmektedir. Söz konusu düzenlemeler ve uygulamalara ilişkin olarak ihracat aşamasında sorunlarla karşılaşılması durumunda sorunun çözümüne yönelik girişimlerde bulunulması mümkündür.

### **AVUSTURYA**

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Avrupa'nın en fakir ülkelerinden sayılan Avusturya, son 20 yılda dünyanın en zengin ülkeleri arasında yer almayı başarmıştır. Yaklaşık 84 bin km<sup>2</sup>'lik yüzölçümüne ve 8,5 milyonluk nüfusa sahip olan ülke müreffeh ve demokratik bir ülke olarak tanımlanmaktadır. Ülke 1999 yılında "AB Ekonomik ve Parasal Birliği"ne katılmıştır.

Bir zamanlar Avusturya-Macaristan İmparatorluğu'nun güç merkezi olan Avusturya, 1.Dünya Savaşı'nın sonunda aldığı yenilgiyle küçük bir cumhuriyete dönüştürülmüştür. 1938'de Nazi Almanyası tarafından ilhak edilmesi ve sonrasında 2. Dünya Savaşı'nda galip çıkan Müttefik Kuvvetlerince işgal edildiği 1945'ten itibaren 10 yıllık süre boyunca Avusturya'nın statüsü belirsiz kalmıştır. 1955'te imzalanan kurucu anlaşmayla Müttefik işgali sona ermiş, Avusturya'nın bağımsızlığı tanınmış ve Almanya'yla birleşmesi yasaklanmıştır. Aynı yıl kabul edilen Anayasa ile Sovyet askeri varlığının ülkeden çekilmesinin bir şartı olarak ülkenin "daimi tarafsızlık" statüsüne geçtiği ilan edilmiştir. Sovyetler Birliği'nin 1991'de dağılması ve ülkenin 1995'te Avrupa Birliği'ne (AB) tam üye olmasıyla bu "tarafsızlık" anlamını yitirmiştir. Müreffeh ve demokratik bir ülke olarak Avusturya 1999 yılında "AB Ekonomik ve Parasal Birliği"ne katılmıştır. Avusturya Ocak 2009'da, 2009-2010 dönemi için BM Güvenlik Konseyi'nin geçici üyesi olmuştur.



83.856 km<sup>2</sup>'lik yüzölçümü ve 8,5 milyon nüfusu ile küçük bir Avrupa ülkesi olan Avusturya'nın denize doğrudan açılımı bulunmamakta ve sınırlarının kuzeyinde Almanya ve Çek Cumhuriyeti, doğusunda Slovakya ve Macaristan, güneyinde Slovenya ve İtalya, batısında İsviçre ve Lihtenştayn yer almaktadır.

Ülkede Tuna Nehri coğrafi ve turistik açıdan olduğu gibi, bir taşıma yolu olarak da hayati öneme sahiptir. 1992 yılında tamamlanan ve Karadeniz'i nehir yoluyla Kuzey Denizi'ne bağlayan "Rhein-Main-Donau" (Ren-Main-Tuna) Kanalı, 3.500 km'lik güzergahın uzun bir parçası olan Tuna Nehri'nin önemini daha da arttırmıştır. Viyana'nın hemen dışında bulunan liman ticari taşıma açısından dikkat çeken bir konuma sahip bulunmaktadır.

Ülkenin hemen hemen yarısı ormanlarla kaplıdır. Tüm coğrafyayı koruma adına çevre konusunda alınan tedbirler ve faaliyetler önemli boyutlara ulaşmıştır. İlgililer Avusturya'nın, Japonya'dan sonra çevre konusunda en duyarlı ikinci ülke olduğunu ifade etmektedirler. Esasen bu hassas yaklaşımdan ülkemiz ihracatı dolaylı olarak olumsuz şekilde etkilenmiş ve özellikle, 90'lı yıllarda Avusturya'dan Türk TIR'larının geçişlerinde yaşanan büyük sıkıntılar temelde çevre korumacılığına dayandırılmıştır. Son yıllarda geçmişe kıyasla Avrupa ile ticaret hacminin büyük boyutlara ulaşmasına rağmen Avusturya'nın sağladığı geçiş kotalarının uzun yıllardır artmıyor olmasında da Avusturya'nın çevrenin korunması konusunu temel gerekçe olarak kullanması esas rol oynamaktadır.



## Avusturya Demografik Yapısı

Avusturya İstatistik Ofisi verilerine göre ÷lke n÷fusu 2016 yılı Ocak ayı itibariyle bir önceki yıla göre %1,35 artış göstererek 8.700.471 kişi olmuştur. Avusturya n÷fusunun yaklaşık % 48’ni erkekler, % 52’ni ise kadınlar oluşturmaktadır. 2030 yılında ise 9,19 milyon kişiye ve 2060 yılında ise 9,62 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir.

## Avusturya Ekonomik Yapısı

Avusturya Marshall Planı’yla uygulamaya konulan, sanayi sektörlerine yönelik düşük faizli ve bol krediler yardımıyla, 1950’ler ve 60’larda hızla sanayileŐmiştir. 1955-1970 yılları arasında ekonomi yılda ortalama %5 büyümüŐtür. 1970’lerde ise ekonomik büyüme yıllık ortalama %3,6’ya düşmüştür. 1980’lerde ekonomik büyüme daha da yavaşlayarak yıllık ortalama %2,3 seviyelerine gerilemiştir. Avusturya’nın büyük milli sanayi sektörü, özellikle, ağır sanayi, giderek bir değerden çok bir yük oluşturmaya başlamıŐ ve hükümeti kademeli bir özelleŐtirme sürecini teşvik etmek yönünde harekete geçirmiştir. 80’lerin sonuna doğru özelleŐtirmenin ve artan rekabetin ilk etkilerinin gör÷lmeye başlaması ve daha da önemlisi, Almanya’nın birleşmesi ve Doğu Avrupa’nın ekonomik açılımından sağlanan yararlar sonucunda ekonomik performansta ilerlemeler olmuştur.

Avusturya’nın ekonomisi yüksek oranda çeşitlenmiş olmakla birlikte hizmetler sektörü katma değerin ve istihdamın üçte ikisini yaratmaktadır. Diğer gelişmiş ÷lkelerin aksine Avusturya’da sanayi sektörü toplam hasıladaki payını korumuŐ ve GSYİH’nın yaklaşık 1/3’ini oluşturmüŐtur. Tarım sektörü ise tüm ekonomik faaliyetlerden elde edilen hasılanın %2’sini oluşturmaktadır. IMF verilerine göre Avusturya; 2017 yılında 416.8 milyar dolar GSYİH ile dünyada 28.sıradadır. Avusturya’nın ekonomisi yüksek oranda çeşitlenmiş olmakla birlikte hizmetler sektörü katma değerin ve istihdamın üçte ikisini yaratmaktadır. Diğer gelişmiş ÷lkelerin aksine Avusturya’da sanayi sektörü toplam hasıladaki payını korumuŐ ve GSYİH’nın yaklaşık 1/3’ini oluşturmüŐtur. Tarım sektörü ise tüm ekonomik faaliyetlerden elde edilen hasılanın %2’sini oluşturmaktadır.

Avusturya, dünyada gelir dağılımı eŐitsizliđi en düşük olan ÷lkeler arasında yer almaktadır. Telekomünikasyon ve internet altyapısı açısından dünyanın en geliŐmiŐ ÷lkelerinden biridir. Son teknolojiye sahip ürünlere talep yükselmektedir. Ciro büyüklüğü açısından en önemli sektörler: makine, otomotiv ve oto yedek parça, gıda ve ičecek, metal ve



metal iŐleme ile metal űrűnleri sanayidir. Kűçük bir ulusal pazara sahip olduklarından, Avusturyalı firmaların bűyűme imkanı dıŐ pazarlara baėlıdır. Son on yılda Avusturya ekonomisinin ne derecede dıŐ alana aadıđı, mal ve hizmet ihracatının GSYİH'ye oranındaki artıŐa bakılarak tespit edilebilir. Bűyűk oranda AB'ye katılmanın ve Doėu'daki eski koműnist űlkelerin dıŐ ticarete katılmasının sonucu olarak mal ve hizmet ihracatının GSYİH'deki payı yűkselmiŐtir.

### **Avusturya Pazarında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar**

Avusturya'da yabancılardan űlkeye giriŐ ve ikametlerini dűzenleyen Yabancılardan Yasası 01.01.2006 tarihi itibariyle Yabancılardan Polisi Yasası (Fremdenpolizeigesetz-FPG) ve YerleŐme ve İkamet Yasası (Niederlassungs-und Aufenthaltsgesetz-NAG) olarak ikiye ayrılmıŐtır. Altı aya kadar Avusturya'da kalacak olan yabancılardan iain vizeler artık Yabancılardan Polisi Yasası hűkűmlerine gűre dűzenlenirken, altı aydan daha fazla sűre ile Avusturya'da yaŐayacaklar iain YerleŐme ve İkamet Yasası hűkűmleri geiçerli olacaktır.

Avusturya'da mesai gűnleri Pazartesi-Cuma arası olmak űzere beŐ gűndűr. Diėer yandan son yıllarda haftalık 38,5 saatlik ialıŐma sűresi kapsamında pek iok resmi ve űzel ofis Cuma űėleden sonraları kapalı olabilmektedir. Ŭlkenin resmi dili Almancadır. İŐ ievrelerinde İngilizce ve Fransızca da kullanım alanı bulmaktadır.

Tűrkiye'nin belli baŐlı merkezlerinden Avusturya'nın baŐkenti Viyana'ya Tűrk Hava Yolları (THY) gűnlűk direkt seferleri bulunmaktadır. THY'nin Lufthansa'yla ortak giriŐimi olan Sun Express havayolu İstanbul ve İzmir'den Viyana'ya tarifeli seferler dűzenlemektedir. Ayrıca Pegasus Havayolları da Tűrkiye-Avusturya arasında tarifeli seferler dűzenlemektedir.

Avusturya'nın iklimi genelde ılıman ve yumuŐaktır, ancak Alp Daėları bűlgesinden doėudaki ovaya doėru farklılıklar gűsterir. Yazları űzellikle Viyana ve alıak kesimlerde yer alan ūehirlerde 20-30 dereceler civarında seyreden hava bazı gűnler iok sıcak olmaktaysa da geceler serindir. Alpler Bűlgesi ise yazları ılık ve genellikle aıktır. Kışıları ortalama sıcaklık sıfır derece civarındadır. Isı űzellikle Ocak ve ūubat aylarında sıfırın altına dűŐmektedir. Daėlık bűlgelerde ilkbaharda ve sonbaharda da kar yaėıŐı gűrűlebilmektedir.

UTC'nin (Coordinated Universal Time) bir saat ilerisinde, yaz aylarında iki saat ileridedir. Avusturya ulusal saati Tűrkiye saatinin bir saat gerisindedir.



## Ülkemiz ile ikili ilişkiler

Türkiye ile Avusturya arasındaki ticari ve ekonomik ilişkilerin yasal altyapısı tamamlanmış olup, Ekonomik ve Teknik İşbirliği Protokolü 1954 yılında, Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması 1988 yılında, Karma Ekonomik Komisyon Kurulmasına İlişkin Mutabakat Zaptı 1996 yılında imzalanmıştır.

İki ülke arasında “Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması” 1970 yılında akdedilmiş, sözkonusu Anlaşma revize edilerek 28 Mart 2008 tarihinde her iki ülke Maliye Bakanları'nın katılımıyla Viyana'da yeniden imzalanmıştır. Söz konusu Anlaşma 26 Haziran 2009 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanmış ve iki ülkenin mutabakatı ve onay işlemlerinin tamamlanmasının ardından 1 Ocak 2010 tarihinden itibaren yürürlüğe girmiştir.

Türkiye-Avusturya Karma Ekonomik Komisyonu'nun ilk toplantısı 1997 yılında Viyana'da, II. Dönem toplantısı 1998 yılında Ankara'da, III. Dönem Toplantısı ise 13 Kasım 2000 tarihinde Viyana'da yapılmıştır. KEK IV. Dönem Toplantısı 9 Ekim 2003 tarihinde Ankara'da, KEK V. Dönem Toplantısı 10 Kasım 2005 tarihinde Viyana'da gerçekleştirilmiş ve KEK VI. Dönem Toplantısı Protokolü 20 Mayıs 2008 tarihinde Ankara'da, VII. KEK Toplantısı Protokolü ise 2 Mayıs 2011 tarihinde Viyana'da imzalanmıştır.

Avusturya nüfus bakımından küçük bir ülke olmakla beraber, sahip olduğu ekonomik hacim itibariyle kişi başına düşen milli gelir açısından dünyanın en zengin ülkeleri arasında yer almaktadır. Yüksek alım gücü ile birlikte, bu ülkenin AB'ye yeni üye olan Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri ve Balkan ülkeleri ile gerçekleştirmiş olduğu ticari ve ekonomik ilişkileri dikkate alındığında, bölge için kilit bir rol oynadığı ve ülkenin bu çerçevede değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Avusturya Doğu Avrupa'ya geçişte önemli bir üs ve dağıtım yeri olması nedeniyle ihracatçılarımız açısından önemli imkanlar söz konusu olabildiği gibi Balkanlardaki komşu ve yakın ülkeleri hedef ülkeler olarak seçmiş olması nedeniyle aynı zamanda Türkiye'ye rakip bir ülke konumunda bulunmaktadır.

Türkiye, Avusturya'nın yurt dışında doğrudan yabancı sermaye yatırımında bulunduğu ülkelerin başında gelmektedir. Türkiye Avusturyalı firmalar açısından yatırım için oldukça cazip bir ülke konumunda bulunmaktadır. Bunun nedeni olarak, Türkiye'nin büyük bir iç pazara sahip olması, bölge ülkelerine açılım yapacak firmalar için üs konumunda bulunması ve istikrarlı bir ekonominin mevcut bulunması gösterilmektedir.



Türkiye ve Avusturya'nın ekonomik ve ticari alanlarda uzun bir geçmişe dayanan ilişkileri, bugün iki ülke arasındaki ticaret hacmini 2,6 milyar dolara taşımıştır. 2009 yılında küresel ekonomik kriz sürecinde ortaya çıkan ticaret hacmindeki gerilemeye mukabil, gerileme oranının hem dünya ticaretindeki gerileme, hem de iki ülkenin genel dış ticaret hacimlerindeki düşüş oranının altında kalmış olması, iki ülke arasındaki ticaret ilişkilerinin sağlam temellere dayandığını ve krizin olumsuz etkilerinin geçici olacağı sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Üzerinde birleşilen konu, potansiyelin mevcut dış ticaret hacminin daha yüksek rakamlara taşınmasını mümkün kılacak düzeyde olduğudur.

### **2020 Mayıs Ayı Avusturya Müşavirlik Raporu**

2020 yılı Ocak – Şubat dönemi dış ticaret rakamlarına göre, Avusturya 24,41 milyar Avro ihracat, 24,89 milyar Avro ithalat gerçekleştirmiştir. Bu itibarla, bir önceki yılın aynı dönemine göre Avusturya'nın genel ihracatı %4,9 oranında gerilerken, genel ithalatı da %6,3 oranında gerilemiştir.

2020 yılı Ocak – Şubat dönemi dış ticaret verilerine göre, Avusturya'nın Türkiye'den ithalatı 292,00 milyon Avro, Türkiye'ye ihracatı ise 213,66 milyar Avro olmuştur. Bu itibarla, bir önceki yılın aynı dönemine göre Avusturya'nın Türkiye'den ithalatında %3,6 artış kaydedilirken, Avusturya'nın Türkiye'ye ihracatında ise %16,3 oranında artış gerçekleşmiştir. Aynı dönemde, Avusturya'nın Türkiye'den ithalatı toplam ithalatının %1,2'sini, Türkiye'ye yaptığı ihracat ise toplam ihracatının %0,9'unu oluşturmuştur.

Söz konusu dönemde Türkiye Avusturya karşısında yaklaşık 78 milyon Avro dış ticaret fazlası vermiştir.

Avusturya Merkez Bankası geçici verilerine göre, Avusturya'nın yurtdışındaki doğrudan yatırımları 2019 yılı sonu itibariyle net 9,45 milyar Avro olarak gerçekleşmiştir.

T.C. Ticaret Bakanlığı verilerine göre, 2018 yılında Avusturya ülkemize net 465 milyon ABD Doları doğrudan yatırım gerçekleştirirken, 2019 yılında 64 milyon ABD Doları doğrudan yatırım gerçekleştirmiştir.

T.C. Ticaret Bakanlığı verilerine göre, 2019 yılının Ocak döneminde ülkemize net 593 milyon ABD Doları doğrudan yatırım gerçekleşirken, 2020 yılının aynı döneminde de 567 milyon ABD Doları doğrudan yatırım gerçekleşmiştir.





Avusturya Merkez Bankası verilerine göre, 2019 yılı sonu itibariyle, Türkiye'nin Avusturya'daki doğrudan yatırım tutarı 311 milyon Avro olarak kaydedilmiştir.

## IRAK

Bir Ortadoğu ülkesi olan Irak, kuzeyden Türkiye, doğudan İran, güneydoğudan Basra Körfezi ve Kuveyt, güneyden Suudi Arabistan, batıdan da Ürdün ve Suriye ile çevrilidir. Türkiye ile 352 km, İran ile 1458 km, Ürdün ile 181 km, Kuveyt ile 240 km, Suudi Arabistan ile 814 km ve Suriye ile 605 km sınıra sahiptir. Türkiye ve İran sınırına yakın bölgelerde dağlık arazilerin ve İran sınırında bataklıkların görüldüğü çoğunlukla da düzlük arazilerden oluşan Irak topraklarının % 13'ü tarım alanı, % 10'u otlak, % 4'ü orman ve çalılıktır. En yüksek yerleri Handran (2625 m.) ve Sincar Dağı (1500 m)'dir. En önemli akarsuları kaynağı Türkiye'de olan Fırat ve Dicle nehirleridir. Bölgelere göre değişiklik arz eden bir iklimi vardır. İç kesimlerde bulunan başkent Bağdat'ta yıllık sıcaklık ortalaması 23 °C, yıllık yağış ortalaması ise 140 mm'dir. Basra şehrinde bu ortalama, 24°C /171 mm.'dir. Bağdat'ta en sıcak aylar Haziran-Ağustos dönemidir. Bu aylarda en düşük ve en fazla sıcaklıklar ort. 35-50°C'dir. Ancak nem oranı düşüktür. Bağdat'ta en soğuk dönem 4-16°C ile Aralık-Şubat dönemidir. Yağışın en az olduğu aylar 1 mm ortalama ile Haziran-Eylül iken, en iyi yağış ortalamasına sahip ay 28 mm ile Mart'tır. Irak, idari olarak 18 İlden (vilayetten) oluşmaktadır. Bu eyaletler ve başkentleri (parantez içerisinde verilmiştir); Bağdat (Bağdat), Selahattin (Tikrit), Diyala (Bakuba), Vasit (Kut), Meysan (Amara), Basra (Basra), Dikar (Nasiriye), Mutanna (Samava), Kadisiye (Divaniye), Babil (Hilla), Kerbela (Kerbela), Necef (Necef), Anbar (Ramadi), Nineva (Musul), Dohuk (Dohuk), Erbil (Erbil), Kerkük (Kerkük), Süleymaniye (Süleymaniye).

Türkiye, Irak ile her zaman iyi ilişkiler geliştirme yönünde çaba göstermiş, iki ülke 1955 yılında Bağdat Paktı'nı, 1977'de Kerkük-Ceyhan Petrol Boru Hattı'nı hayata geçirmiştir (Kısa süreli kesintiler olmakla birlikte, Ağustos 2007 itibarıyla Kerkük-Yumurtalık petrol boru hattı yeniden faaliyete geçirilmiştir). 1980'li yıllarda Türkiye'nin izlediği dışa dönük ve ihracata dayalı büyüme politikası neticesinde Irak, Türkiye'nin önemli ticaret ortaklarında biri olmuş, Türk müteahhitleri Irak'ta önemli projeler gerçekleştirmiş; 1990 yılında Irak'ın Kuveyt'i işgal etmesi üzerine Irak'a uygulanan ekonomik ambargoların etkisiyle Türkiye Irak ile ilişkileri başta ticaret olmak üzere kesintiye uğramıştır. Yukarıda bahsedilen 2003 yılında başlayan süreç sonucu, Türkiye-Irak ilişkileri, Irak'ın yeniden yapılandırılması ve imarı olarak

adlandırılabilir yeni bir döneme girmiştir.



### **Irak'ın Genel Ekonomik Durumu**

Irak, petrole dayalı bir ekonomik yapıya sahiptir. 140 milyar varillik ham petrol rezervleri ile dünyada 5. sırada yer alırken, günlük yaklaşık 4,4 milyon varilin üzerinde ham petrol üretimiyle OPEC üyeleri arasında Suudi Arabistan'dan sonra 2. sırada bulunmaktadır. Ancak, 1980'lerde Irak-İran savaşı, 1990'larda Kuveyt'in işgali üzerine başlayan uluslararası askeri harekât ve 2003 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin askeri müdahalesinin dönüm noktalarını teşkil ettiği son 30 yılda, Irak ekonomisi oldukça istikrarsız bir yapı sergilemiştir. Çeşitli dönemlerde yürürlüğe konulan ekonomik ambargolar da Irak'ın küresel ekonomiyle bütünleşmesini güçleştirmiştir. Son olarak, 2014 yılında, DEAŞ terör örgütünün Irak topraklarının yaklaşık üçte birini işgal etmesinin ardından artan kamu harcamaları ve petrol fiyatlarındaki aşırı düşüş nedeniyle azalan kamu gelirleri Irak'ı büyük bir finansal krizin içerisine sokmuştur. Bununla birlikte, güvenlik sorunlarındaki azalma, 2017'nin ortalarından itibaren yükselişe geçen petrol fiyatları ve terörden zarar gören bölgelerin yeniden imarı sürecinin getireceği ekonomik canlanma ile birlikte Irak'ın ekonomik görünümünün önümüzdeki dönemde 2014-2017 dönemine nazaran iyileşmesi beklenmektedir. Irak'ta bulunan petrol arıtma istasyonları, petrol boru hatları, montaj fabrikaları, çimento ve demir-çelik fabrikaları, enerji santralleri devlete aittir. Irak'ta hemen her bakanlığa bağlı devlet (sanayi/ticaret/inşaat) şirketleri bulunmaktadır. Devlet, ülkenin ihtiyaçlarını bu şirketler kanalıyla temin etmektedir. Bir zamanlar 200 civarında bulunan bu şirketlerin sayısı 2017 itibarıyla az sayıdaki kamu-özel ortaklığındaki firmalar da dahil olmak üzere 80 civarında



bulunmaktadır. Irak özel sektör kuruluşları, finansman ve iş tecrübesi açısından yetersizdir. Özel sektörde marketler, dokuma tezgâhları, şehir içi nakliye, deri işleme atölyeleri, tamir-bakım-onarım atölyeleri, dikiş-nakış tezgâhları ve tarıma dayalı küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri bulunmaktadır. Hizmet sektöründe ise özel sektörün ağırlığı hissedilmektedir. Bu itibarla, Irak tüketim, ara ve yatırım mallarını büyük oranda ithal etmektedir. Türkiye, Çin ve İran, Irak'ın en fazla ithalat yaptığı ülkeler olarak öne çıkmakta olup, Irak pazarında Türk malı imajının ihracatta rakibimiz olan ülke mallarına göre yüksek olduğu gözlemlenmektedir.

### **Irak Dış Ticareti**

Irak petrol ihracatçısı bir ülkedir. Petrol, Irak'ın ihracatında %98 gibi çok büyük bir paya sahiptir. Petrol fiyatlarının 2011-2014 döneminde 100 doların üzerinde seyretmesi, Irak'ın bu dönemde yıllık ortalama 43 milyar dolar dış ticaret fazlası vermesini sağlamıştır. Ortalama petrol fiyatlarının 2014'ün ikinci yarısından itibaren kademeli olarak 50 dolar civarına inmesi Irak'ın ihracatının hızla azalarak 55 milyar doların altına gerilemesine yol açmıştır. Irak'ın verdiği dış ticaret fazlası da büyük ölçüde düşmüştür. Irak ihracattaki kaybını telafi etmek amacıyla günlük petrol üretimini yaklaşık 1 milyon varil artırarak 4,4 milyon tona çıkarmıştır. Irak'ın ithalatı petrol fiyatları ile doğru orantılıdır. Petrol fiyatlarının arttığı dönemlerde Irak'ın hem ihracatı hem de ithalatı artış göstermektedir. Petrol fiyatlarının düştüğü dönemlerde ise bunun tam tersi olmaktadır. 100 doların üzerinde seyreden petrol fiyatlarının Eylül 2014'ten itibaren hızla düşmesi Irak'ın ihracatının 90 milyar dolardan 50 milyar doların altına, ithalatın ise 58 milyar dolardan 40 milyar dolara gerilemesine yol açmıştır. Son yıllarda hem petrol fiyatlarının yükselmesi hem de Irak'ın üretim miktarını artırmasıyla Irak'ın ihracat gelirleri hızla artmış, bağlı olarak da ithalatı yükselmeye başlamıştır. Irak siyasi istikrarsızlık, altyapı ve güvenlik sorunları nedeniyle sanayi alanında henüz önemli bir gelişme gösterememiştir. Bu nedenle her türlü ihtiyaç maddesinde ithalata bağımlı durumdadır. Mücevherat, petrol yağları, otomobil, sigara, petrol gazları, ilaç, pirinç, otomatik bilgi işlem makineleri, izole edilmiş teller ve kablolar, bisküvi, mobilya, klima cihazları, tavuk eti, buğday unu, kamyon, buğday, inşaat demiri, oto yan sanayi ürünleri, yumurta, klima cihazları, otomobil, tavuk eti, ayçiçeği yağı, yeni dış lastikler, musluk ve vanalar, seramik karolar, kan ürünleri, peynir, plastik sofa ve mutfak aletleri, şeker, telefon cihazları ve plastik ambalaj malzemeleri Irak'ın en çok ithal ettiği ürünlerdir. Irak en çok Hindistan, Çin, ABD, G. Kore, Yunanistan, İtalya, Singapur, Hollanda, İspanya ve Tayvan'a



ihracat yapmaktadır. BAE, İnan, Türkiye, Çin, Güney Kore, Hindistan, ABD, Almanya, Rusya, Ürdün ve Hollanda Irak'ın en çok ithalat yaptığı ülkelerdir.

### **Türkiye – Irak Ticareti**

Irak'ın resmi gümrük vergi oranları çok düşük değerlerde olup, ülke ile yapılan ticareti engelleyecek boyutta değildir. Bununla birlikte sınır geçişlerindeki idari konular ve kontrol işlemleri, bitki sağlığı ile ilgili bariyerler ve saydam olmayan resmi ithalat prosedürleri, ithalat faaliyetleri esnasında zorluklar yaratabilmektedir. Irak'ta iş yapmak isteyen Türk firmalarının, Iraklı yerel temsilcilikler, acenteler veya dağıtıcılar ile çalışmaları tavsiye edilmektedir. Böylece hem bürokratik engellerin, hem de yapılacak iş görüşmelerinde dil ve kültür engelini aşılması mümkün olacaktır. Ticari kurallar, kotasyonlar, vb. konularda daha detaylı bilgi aşağıdaki kuruluştan edinilebilecektir;

- a. Central Org.for Standardization and Quality Control (<http://cosqc.gov.iq/en>)
- b. Iraq National Investment Commission (www.investpromo.gov.iq)

Türkiye ile Irak arasında derin ticari ve ekonomik ilişkiler mevcuttur. 2011 yılında ihracat pazarlarımız arasında Almanya'nın ardında ikinci sıraya yükselmiş ve 2011-2014 döneminde ikinci sıradaki yerini korumuştur. Irak'a gerçekleştirilen ihracat 2013 yılında yaklaşık 12 milyar dolarla en yüksek seviyesine ulaşmıştır. DEAş'ın Haziran 2014'te Musul'u ele geçirmesine kadar olan süreçte, Ocak-Mayıs döneminde, Irak'a olan ihracatımız %11,5 artmıştır. Bu dönemde ihracatımız tüm aylarda bir önceki yılın aynı ayına göre artış göstermiştir. Musul'un DEAş tarafından ele geçirilmesinden sonra, Irak'ta ortaya çıkan siyasi ve askeri kriz nedeniyle ihracatımız azalmaya başlamıştır. Olayların başladığı Haziran ayından Aralık ayına kadar olan dönemde tüm aylarda bir önceki yılın aynı ayına göre azalmalar gerçekleşmiş olup Haziran-Aralık dönemindeki toplam azalış %24,4 olarak gerçekleşmiştir. Böylece 2014 yılında Türkiye'nin Irak'a ihracatı bir önceki yıla göre yaklaşık % 8,9 oranında azalarak 10,9 milyar dolara gerilemiştir. 2016 yılında 7,6 milyar dolara kadar gerileyen Irak'a ihracatımız 2017'de 9,1 milyar dolar, 2018'de de 8,4 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiştir.

2018 yılında Türkiye'nin Irak'a ihraç ettiği belli başlı ürünler; mücevherat, buğday unu, tavuk eti, yumurta, bisküvi, mobilya, yumurta, hijyenik havlu ve bebek bezleri, izole kablo ve teller, turunçgiller, dokunmuş halılar, plastik ambalaj malzemeleri, salça, demir-çelik boru ve



profil, ayçiçeği yağı, plastik borular, okolatalı mamuller, sigaralar, demir-elik çubuklar, demir-çelikten inşaat ve aksamı, margarin, hazır giyim, kuru baklagiller, deterjan, kağıt ambalaj malzemeleridir.

### **Ticareti Etkileyen Kültürel Faktörler**

Mezopotamya'nın tarihi bir bölgesi olan Irak, içerisinde farklı sosyal grupları, kültürleri ve dinleri barındırmıŐtır. Irak'taki iş kültürünü daha iyi anlayabilmek için ülkenin kültürünü, tarihini ve Iraklıların hayata bakıŐ açılarını çok iyi değerlendirmekte fayda vardır. Irak'ta zaman kavramı ve zamanın kullanımı, olması gereken anlamdan uzaktır. Bu durum, mesai kavramından, iş planlamasına kadar her alanda kendisi gösterdiğinden Irak'ta iş yapmak isteyen Türk firmalarınca mutlak surette göz önünde bulundurulmalıdır. Randevu zamanları, çalışma saatleri, gecikmeler, iş akıŐındaki yavaŐlık vb. hususlar dikkate alınarak iş planlaması yapılmalı ve her zaman ihtiyatlı davranılmalıdır. Karşılıklı saygı ve güvenin tesis edilmesi, Irak iş kültüründe hayati önem taŐıyan bir konudur. Ancak iyi ilişkilerin kurulması zaman almaktadır. İŞ görüşmelerinde Iraklı muhatabı zorlayıcı satış taktikleri kullanılmamalıdır. Kararlar çok yavaŐ bir biçimde alınmakta olduğundan bu tür bir davranıŐ, iÇin sonuçlanması aşamasında ters etki yapabilmektedir. Gönderilecek her türlü bilginin Arapçaya çevrilmesinde fayda vardır. Arapça birkaç cümle konuŐabilmek de memnuniyetle karŐılanmaktadır. Irak iş kültüründe kartvizit deđiŐimi yaygın olup, kartvizitin bir yüzünün Arapça olmasında fayda vardır. Firmalarımızın arapça bilen personel istihdam etmeleri faydalı olacaktır. Dış ticaret firmalarının (zellikle üreticiler) web sayfası sahibi olmalarında fayda vardır. Firmalarımızın, web sayfalarında üretim ve ürünleriyle ilgili sahip oldukları uluslararası standart belgelerini (ISO, E, CE, SGS/BV, FDA vs) ifade etmeleri imajlarına olumlu katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Firmalarımızın ilgilendikleri bölgede; "reklam" ve "acentalık verme" faaliyetlerine ağırlık vermeleri faydalı olacaktır. Yapılacak iş görüŐmelerine bir ekip olarak katılım sağlanacaksa, katılımcıların isimlerinin, ünvanlarının ve özgeçmiŐlerinin karşı tarafa önceden bildirilmesi faydalıdır. Misafirlerin en iyi Şekilde ağırlanması Irak'da önemli olduğundan yapılacak bir (yemek) davete meŐru bir sebep yok ise icabet etmek önem arz etmektedir.

### **Dağıtım Kanalları**

Irak'ta iş yapmak isteyen Türk firmaların Iraklı yerel temsilcilikler, acenteler veya



dağıtıcılar ile çalışmalarını tavsiye edilmektedir. Böylece hem bürokratik engellerin, hem de yapılacak iş görüşmelerinde dil ve kültür engelini aşılması mümkün olacaktır. Yerel temsilciler, ihrac ürününün tanıtımında ve kamu/özel sektör iş fırsatlarının takibinde de oldukça faydalıdır. Irakta acentalık/distribütörlük/temsilcilik sözleşmesi imzalamadan önce, Iraklı bir avukatla istişare edilmesi önemle tavsiye olunur. Verilecek ticari temsilciliğın, “kapsam alanı” ve “süresi” ile Iraklı firmanın “iç piyasadaki dağıtım ağının ve donanımının” tespit edilmesi en önemli unsurlardır.

Irak'ta ürünlerin dağıtımında çok fazla alternatif yol bulunmamaktadır. Ulaştırma altyapısı onarılmakta ve genişletilmekte olan Irak'ta, yerli kamyonlarla taşımacılığın yanı sıra demir yolu taşımacılığı da gelişmektedir. Karayolu taşımacılığında nakliye ücretleri, ülkedeki güvenlik koşulları ve kamyonların geri dönüşte yük alamamaları nedeniyle yüksektir. Güneyde Basra Limanı ticari yük taşımacılığında en çok tercih edilen kanallardan biridir. Merkezi Irak havaalanlarında tahsil edilen ücretlerin yüksekliğı, ürünlerin güvenliğinin sağlanamaması gibi nedenlerden dolayı ihracatta, hassas ürünler haricinde, havayolu pek tercih edilmemektedir. Zorunlu durumlarda ise, ucuz ve güvenli olması nedeniyle genelde Erbil Havaalanı kullanılmaktadır. Orta Irak'ta yaşanan olumsuz güvenlik koşulları nedeniyle, Irak'a taşımacılık maliyetli bir hale gelmiştir. Navlunun pahalılığı, vergi etkisine benzer şekilde ürünlerin ülke içindeki satış fiyatlarına da yansımaktadır. Türk ihrac ürünlerinin Irak'a sevkiyatı, ağırlıklı olarak karayoluyla Habur/İbrahim Halil Sınır Kapısı üzerinden yapılmaktadır. Ancak, Türk plakalı kamyonlar olumsuz güvenlik koşulları ve vize sorunu nedeniyle orta ve güney Irak illerine taşıma yapamamaktadır. Türk ürünleri, kuzey Iraktaki aktarma merkezlerinde (Zaho, Erbil) Türk kamyonlarından Irak plakalı kamyonlara aktarılmakta ve bu şekilde ülkenin güney şehirlerine ulaştırılmaktadır.

## İHRACAT SÜRECİ

### Ürün fiyatlandırması

Yurtdışı pazarlar için ürün fiyatlandırması, konuyla ilgili bilgi birikimi ve pazar durumunun iyi anlaşılmasını gerektirdiğinden karmaşık bir proses olarak düşünülebilmektedir. Makül bir kâr marjı elde etmek amacıyla ürünlerin fiyatının yeterince yüksek tutulmasının yanında, belirlenen fiyat seviyesinin, her bir hedef ülke pazarında ürünün rekabetçi olarak



konumlandırılabilmesine de olanak tanınması gerekecektir. Farklı coğrafi pazarlara göre ve hedef müŐteri beklentilerine göre dalgalanmalar yaŐanabilmesi nedeniyle ürün fiyatlandırması, ihracat planı oluşturulması sürecinin en zorlu adımlarından biri olarak düŐünülebilir.

Fiyatlandırma çalıŐmalarında, beklenmeyen değişken maliyet kalemlerini de gözönünde bulundurmak gerekir. Örneğin;

- İhracat satıŐlarının gerçekleŐme döngüsü ve nakit akıŐı
- Tedarik bileŐeninde oluŐabilecek fiyat deđiŐiklikleri
- SipariŐlerin alınma sürecindeki güçlükler
- deme koŐullarındaki risk faktörleri
- Ek satış ve idari maliyet kalemleri

Bu maliyet kalemleri toplamına kâr marjı da ilave edildiğinde firmanın finansal durumuna ve kredilendirme vadesine göre temel bir taban fiyat oluŐacaktır.

### **Fiyatlandırma Opsiyonları**

Bazı pazarlarda ürünler için fiyat aralıkları belirlenmeli, döviz kurlarındaki dalgalanmalar da dikkate alınmalıdır. Fiyat çalıŐmalarında iki önemli faktör göz önünde bulundurulmalıdır:

Yeni bir pazara giriş: Rekabetin yoğun olabildiği pazarlarda rakip ürün fiyatlandırmalarıyla aynı seviyelerde fiyat belirlemek gerekecektir. Bazı durumlardaki strateji, kâr marjı düşük tutularak, uzun dönemde pazar payı kazanımı Şeklinde kurgulanmalıdır.

Mevcut pazarlardaki pazar payını arttırmak: Rakip fiyat yapısını çözdükten sonra Pazar payını arttırmak için biraz daha alt seviyelerde fiyat pozisyonlaması Şeklinde bir strateji uygulanabilir.

AŞağıdaki maliyet kalemlerinde yapılabilecek gerçekçi lmlerler önemli fark yaratabilecek, fiyat rekabetinde ne kadar alt seviyelere inilebileceği kolaylıkla belirlenecektir.

- Liman yükleme masrafları
- Dökümantasyon maliyetleri
- Paketleme kaynaklı arizi giderler
- Resmi evrak harçları



- Tetkik ve inceleme masrafları
- Kargo masrafları
- Acente komisyonları
- Banka masraf kalemleri
- Akreditif, sigorta gibi gerektiğinde ödenmesi gereken masraflar

## Nakliye ve Ödeme Yöntemleri

Nakliye koşulları-INCOTERM (INternational COMmercial TERM) Satıcı ve alıcı arasında kimin hangi maliyet kalemleri ve sorumlulukları üstleneceğini ayırtan uluslararası kabul görmüş regülasyonlar dizisidir. Malların hangi aşamalarda, hangi şartlar altında karşı tarafa devir olabileceğini ve taşınan riskleri tanımladığından ve satıcı olarak ödeme/fiyat yapısında belirlenen koşula göre, malların teslim adresine veya farklı destinasyonlara kadar halen yükümlü olunmasını gerektirebilecek ticari yaklaşımları netleştirdiğinden, önemle ele alınmalıdır. Aşağıdaki tabloda, ihracat fiyat tekliflerinde kullanılan nakliye ve teslimat terimlerine yönelik bilgiler sunulmuştur.

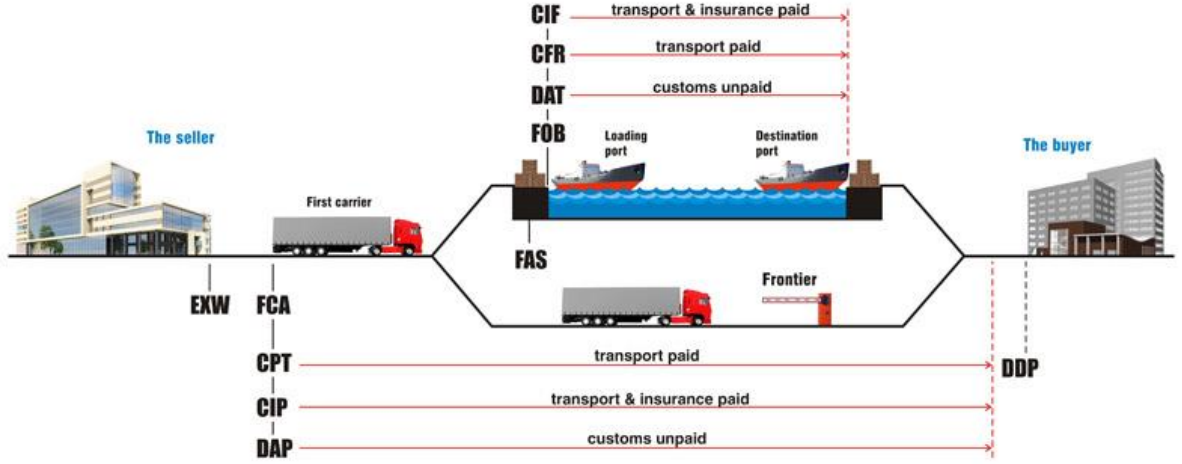
Tablo 15. Ödeme ve Teslim Şekilleri

Sıra no	TERİM	AÇIKLAMA	TERİM SONRASI AÇIKLAMA	ÖRNEK
1	EXW	EX-Works	Sevkiyat başlangıç yeri	EXW factory
2	FCA	Free Carrier	Sevkiyat başlangıç yeri	FCA Amasya
3	FAS	Free Alongside Ship	Ürünün indirildiği liman adı	FAS Amasya
4	FOB	Free On Board	Yüklenmiş halde teslimat	FOB Amasya
5	CFR	Cost and Freight	Nakliye ücreti ödenmiş	CFR Hamburg
6	CIF	Cost Insurance and Freight	Nakliye ve sigorta ödenmiş	CIF Hamburg
7	CPT	Carriage Paid To	Nakliye ödenmiş	CPT Hamburg
8	CIP	Carriage and Insurance Paid to	Nakliye ve sigorta ödenmiş	CIP Hamburg
9	DAF	Delivered At Frontier	Sınırdaki teslim	DAF Edirne
10	DES	Delivered Ex Ship	Gemi güvertesinde teslim	DES Amasya
11	DEQ	Delivered EX Quay	Körfez/limanda teslim	DEQ Kuşadası
12	DDU	Delivered Duty Unpaid	Sevkedilmiş, gümrük ödenmemiş	DDU Hamburg





Tablo 16. Incoterm Terimleri



## Ödeme Koşulları

Ödeme koşulları belirlenirken yukarıda özetlenen birçok faktör gözönünde bulundurulmalı, ayrıca alıcı ile geçmiş ticari ilişki tecrübesinin yanı sıra, ihracat yapılan ülkelerin ekonomik, sosyal ve politik durumları da değerlendirilmelidir. En çok kullanılan ödeme şekilleri;

- Avans-Ön Ödeme: En garantili ödeme yöntemidir ve finansal maliyeti en düşük olanıdır. Duruma göre bazı işlemlerde kısmi ön ödeme ve teslim sonrasında bakiyenin ödenmesi yöntemleri de kullanılabilir. İşlemin hacmine ve alıcı statüsüne göre dikkatli değerlendirilmelidir.
- Akreditif: Ön-Ödeme yönteminden sonra en güvenli ödeme şeklidir. Ürün bedelinin, alıcı firma adına bankası tarafından ödenmesinin garanti altına alınmasıdır. Çeşitli farklı şekilleri olması ve kullanımı ileri seviyede bilgi gerektirdiğinden akreditif aşamasında uzman desteği gerekli olacaktır. Akreditif metninde yapılan imla hataları dahi süreci zaman zaman darboğaza sokabilmektedir. Bu yöntemde hem alıcının hem de satıcının sorumlu olacağı banka komisyonları kaçınılmazdır.
- Döküman Mukabili Ödemeler: Bu çeşit ödemeler dökümanlarla ilişkilendirilmiş mal teslimatlarını içermektedir. Konşimento v.b. kritik nakliye evrakları alıcının bankasına iletilecek ve alıcının bankasına ödeme yapmasıyla malın devri sağlanacaktır. Ancak unutulmamalıdır ki alıcının malları varışta reddetme durumu sözkonusu olduğunda



satıcının malı geri çekme yükümlülüğü bir risk oluşturmaktadır.

- Açık Hesap: Bu yöntem, her ne kadar tam bir karşılıklı güven ve her iki tarafın birbirlerini tam anlamıyla tanınması temellerine dayansa da içerdiği risk açısından en tehlikeli satış yöntemidir.

Ödeme şekilleri ürün fiyat teklifi aşamasında belirlenmekte ve karşılıklı mutabakata dayanmaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki, seçilen ödeme şekli ve nakliye yöntemine göre ürün fiyatları farklılıklar gösterebilecektir. Ödeme sürecine bankalar ve finans kuruluşlarının dahil olması, sürecin daha güvenli bir şekilde işletilmesini sağlayacaktır.

## **POTANSİYEL MÜŐTERİLER**

Raporun değerlendirme kısımlarında yer alan verilerin incelenmesi ve uluslararası pazara yönelik stratejik yol haritasının oluşturulması sürecinin nihai ürünü hedef ülkelerin belirlenmesi ve belirlenen bu ülkelerdeki hedef potansiyel müşterilerin saptanmasıdır.

Hedef pazar raporunda ele alınan veriler ışığında belirlenen pazarlardaki potansiyel müşterilerin belirlenmesi ve analizi birincil ve ikincil pazar araştırmaları ile olmaktadır. Bu kapsamda; belirlenen hedef pazarlara yönelik yapılacak olan çalışmalara ek olarak Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı bünyesinde oluşturulmuş Dış Ticaret Destek Merkezi ile çalışılabilir ve belirlenecek olan hedef pazarlardaki müşterilerin saptanması sürecinde destek alınabilmektedir.

Merkezde yer alan uzmanlar ile birlikte yapılacak çalışma ile; potansiyel müşterilerin ithalat kayıtlarının incelenebileceği gibi, hedef belirlenen ülkelerdeki müşterilerin saptanması süreci de gerçekleştirilebilecektir. Ayrı bir çalışma yöntemi olarak yurtdışındaki rakiplerin analizi ve pazar payları üzerine odaklanılmış bir çalışma merkezde yer alan uzmanlarca firmalara sunulabilecektir.



Bu rapor, TR83 Bölgesi Rekabetçilik ve Dış Ticaret Destek Merkezi tarafından, taraflarca karşılıklı olarak imzalanan Mutabakat Beyannamesi çerçevesinde, yalnızca bilgi vermek amaçlı olarak hazırlanmıştır. Raporunda yer alan her türlü bilgi, veri, istatistiksel veri yayımlandığı tarihte güvenilirliğine inanılan kaynaklardan alınmış olup sunulan bilgi ve verilerin doğruluğu garanti edilmemektedir. Söz konusu bilgiler, yatırım kararlarını yönlendirme amacı veya herhangi bir getiri vaadi içermemektedir. Sadece burada yer alan bilgilere dayanarak yatırım kararları verilmesi beklentilere uygun sonuçlar doğurmayabilir. Bu nedenle doğrudan/dolaylı uğranabilecek maddi veya manevi hiçbir zarardan Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı veya TR83 Bölgesi Rekabetçilik ve Dış Ticaret Destek Merkezi sorumlu tutulamaz.