



Ankara Ticaret Odası



DIŞ TİCARET İSTİHBARAT RAPORU



DTiM
ANKARA TİCARET ODASI
DIŞ TİCARET
İSTİHBARAT MERKEZİ



Ankara Ticaret Odası



DTiM
ANKARA TİCARET ODASI
DIŞ TİCARET
İSTİHBARAT MERKEZİ



Ankara Ticaret Odası

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ	5
GRAFİK LİSTESİ.....	5
ŞEKİL LİSTESİ	5
FİRMA BİLGİLERİ.....	8
GİRİŞ.....	9
ÜRÜN TANITIMI	12
DÜNYADA DURUM.....	12
DÜNYADAKİ İTHALATÇI ÜLKELERİN ANALİZİ	13
DÜNYADAKİ İHRACATÇI ÜLKELERİN ANALİZİ	16
TÜRKİYE’NİN DURUMU	19
TÜRKİYE’NİN ANA PAZARLARI	19
HEDEF PAZARLAR	23
HOLLANDA	24
FRANSA.....	26
BELÇİKA	28
HEDEF ÜLKELERDE E-İHRACAT PAZARLARI.....	30
HEDEF ÜLKELERDE GÜMRÜK UYGULAMALARI	30
HEDEF ÜLKELERDE İŞ KÜLTÜRÜ	31
HOLLANDA’DA İŞ KÜLTÜRÜ	31
FRANSA’DA İŞ KÜLTÜRÜ	32
BELÇİKA’DA İŞ KÜLTÜRÜ	32



DTiM
ANKARA TİCARET ODASI
DIŞ TİCARET
İSTİHBARAT MERKEZİ



Ankara Ticaret Odası

MÜŞTERİ ANALİZİ	33
HOLLANDA	33
FRANSA.....	34
BELÇİKA	34
YURT DIŞI FUARLAR.....	36
PAZARA GİRİŞ STRATEJİLERİ.....	38
LOJİSTİK VE OPERASYONEL FAKTÖRLER	39
TESLİM ŞEKİLLERİ (INCOTERMS)	39
ÖDEME ŞEKİLLERİ	41
GÜMRÜK DÜZENLEMELERİ (YASAL DÜZENLEMELER)	42
GÜMRÜK REJİMLERİ.....	43
GÜMRÜK BİRLİĞİ VE SERBEST TİCARET ANLAŞMALARI	45
Gümrük Birliği	45
Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA)	46
Vergi Düzenlemeleri	46
KAYNAKÇA	48

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: 251690 GTIP için dünyada önde gelen ilk 15 ithalatçı ülke verileri	13
Tablo 2: Ülkelerin pazar yoğunlaşması.....	15
Tablo 3: 251690 GTIP için dünyada önde gelen ithalatçıların 2019-2023 yılları arasındaki birim fiyat, ton ve ithalat rakamı değişimleri.....	16
Tablo 4:251690 GTIP için dünyada önde gelen ihracatçı ülke verileri	17
Tablo 5:251690 GTIP için dünyada önde gelen ihracatçıların 2019-2023 yılları arasındaki birim fiyat, ton ve ihracat rakamı değişimleri.....	18
Tablo 6:251690GTIP 2023 yılı Türkiye'nin önde gelen pazarları.....	20
Tablo 7:251690 GTIP için Hollanda'nın önde gelen ilk 15 ihracatçı ülke verileri.....	24
Tablo 8: 251690 GTIP için Fransa'nın önde gelen ilk 15 ihracatçı ülke verileri.....	26
Tablo 9:251690 GTIP için Belçika'nın önde gelen ilk 15 ihracatçı ülke verileri	28
Tablo 10:251690 GTIP için T.C. Ticaret Bakanlığı destekli yurtdışı fuarlar	37
Tablo 11:251690 GTIP için hedef pazarlardaki fuarlar	37

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1:Hollanda'nın önde gelen pazarlarının ve Türkiye'nin dünya pazarındaki büyümeleri ...	25
Grafik 2:Fransa'nın önde gelen pazarlarının ve Türkiye'nin dünya pazarındaki büyümeleri	27
Grafik 3:Belçika'nın önde gelen pazarlarının ve Türkiye'nin dünya pazarındaki büyümeleri	29

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1:Ülkelerin 251690 GTIP özelinde Türkiye'den ihracat potansiyeline göre değerlendirmesi	21
Şekil 2:Türkiye'nin ihracat pazarlarının son 5 yıldaki değişimi.....	22
Şekil 3:Incoterms 2020'ye göre alıcı ve satıcıların sevkiyat aşamalarında sorumluluk dağılımları	40
Şekil 4:Ödeme şekillerinin alıcı ve satıcıya göre güvenilirlik karşılaştırması	42



DTiM
ANKARA TİCARET ODASI
DIŞ TİCARET
İSTİHBARAT MERKEZİ



Ankara Ticaret Odası

TEMEL DIŞ TİCARET KAVRAMLARI

KAVRAM	AÇIKLAMA
Antrepo	Hava, kara, deniz yoluyla gelen eşyaların konulduğu yerdir.
CFR (Cost And Freight)	İşleme konu olan malların, belirlenen varış yerine kadar taşınması için gerekli olan masrafları ve navlun bedelini satıcının ödemesi anlamına gelmektedir.
CIF (Cost, Insurance, Freight)	Satıcının, mal bedeli ve navlunun yanı sıra taşıma sırasında malların kayıp ve hasar riskine karşı deniz sigortası sağlama yükümlülüğü olduğu anlamına gelmektedir.
Damping	Yabancı bir ülkeden ihraç edilen bir ürünün piyasasına göre daha düşük bir bedelle ülkeye sokulmasıdır.
Dış Ticaret Açığı	İthalatın ihracattan fazla olması durumudur.
Dış Ticaret Fazlası	İhracatın ithalattan fazla olması durumudur.
FOB (Free On Board)	Malların belirtilen yükleme limanında gemi bordasına aktarılmasıyla satıcının teslim yükümlülüğünün yerine getirildiği anlamına gelmektedir.
GTİP	Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu'nun kısaltmasıdır. Resmi adı Harmonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemi (HS Code), uluslararası ticarete konu olan tüm mallar için kullanılan uluslararası bir ticari sınıflandırma sistemidir. Gümrüklerde, ürünler bu kodlar üzerinden işlem görmektedir. Her ülkenin tarife cetvelindeki 2'li, 4'lü ve 6'lı kodları tüm dünyada aynıdır. Diğer bir ifadeyle, bu kodlar tüm dünyada aynı ürünü ifade etmektedir.
Gümrük Kıymeti	Gümrük tarifesinin ve eşya ticaretine ilişkin belirli konularda getirilen tarife dışı düzenlemelerin uygulanması amacıyla Gümrük Kanunu ile Gümrük Yönetmeliği'nde yer alan hükümler çerçevesinde belirlenen kıymettir.
Gümrük Tarifesi	Uluslararası ticarete konu olan bütün mallara uygulanan vergileri belirleyen listelerdir. Gümrük vergileri, gümrük yükümlülüğünün doğduğu tarihte yürürlükte olan gümrük tarifesine göre hesaplanır.



DTiM
ANKARA TİCARET ODASI
DIŞ TİCARET
İSTİHBARAT MERKEZİ



Ankara Ticaret Odası

KAVRAM	AÇIKLAMA
Incoterms	Uluslararası ticaret kurallarıdır.
İhracat	Bir ülkenin ürettiği mal veya hizmetleri dış ülkelere satması sürecidir.
İhracatçı Birlikleri	İhracat sektöründe faaliyet gösteren özel ve tüzel kişilerin ihracatı artırmak ve dış ticareti kolaylaştırmak amacıyla bir çatı altında toplanmasını sağlayan özel bütçeye sahip ve tüzel kişiliği olan mesleki oluşumlardır. İhracat yapabilmek için Türkiye İhracatçılar Meclisi İle İhracatçı Birliklerinin Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun gereğince TİM'e bağlı 14 Genel Sekreterlik altında örgütlenen 61 ihracatçı birliğinden en az birine üye olunmalıdır.
İthalat	Bir ülkenin dış ülkelerden mal veya hizmet alması sürecidir.
Kambiyo	Para ya da para yerine geçen belgelerin değiştirilmesi işlemidir. Para alım ve satımı ile ilgili işlemleri kapsar. Kambiyo senedi ise kıymetli evrakın tüm özelliklerini taşıyan ve uygulamada en yaygın olarak kullanılan kıymetli evrak çeşididir. Kanunen emre yazılı olarak düzenlenen, içerdikleri hak bakımından mutlaka bir para alacağını konu edinen, ekonomik alanda çok işlem ve etki gören önemlerinden dolayı Türk Ticaret Kanunu'nda özel olarak düzenlenmiştir.
Menşe	Bir eşyanın ekonomik milliyedir. Ülkeye göre belirlenmektedir.
Monopol Pazar	Bir satıcının bulunduğu ve diğerlerinin giriş- çıkış yapmasının mümkün olmadığı pazarlardır.
Oligopol Pazar	Birbirine benzeyen ya da farklılaştırılmış ürünlerin sunulduğu, pazara girişlerin daha kolay olduğu pazarlardır.
Navlun	Deniz ve nehir yolu ile taşımak için gemiye yüklenen malların tümü ve taşıma hizmeti karşılığında gemi şirketine ödenen ücrettir. Navlun bedeli, resmi bir tarifeye veya sözleşmeye göre tahakkuk eder.
Serbest Bölge	Bulundukları ülkenin siyasi sınırları içinde yer alan, fakat Dış Ticaret, Vergi ve Gümrük Mevzuatı açısından gümrük hattı dışında sayılan bölgelerdir.
Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA)	Ülkelerin birbirleriyle imzaladıkları ve aralarındaki ticareti arttırmak için karşılıklı olarak ihracatın önündeki engelleri kaldırdıkları ikili anlaşmalardır.
Transit Ticaret	Yurt dışında veya serbest bölgede yerleşik bir firmadan ya da antrepodan satın alınan malın, ülkemiz üzerinden transit olarak veya doğrudan doğruya yurt dışında veya serbest bölgede yerleşik bir firmaya ya da antrepoda satılmasıdır.



DTiM
ANKARA TİCARET ODASI
DIŞ TİCARET
İSTİHBARAT MERKEZİ



Ankara Ticaret Odası

FİRMA BİLGİLERİ

GÜÇTAŞ MADENCİLİK





DTiM
ANKARA TİCARET ODASI
DİŞ TİCARET
İSTİHBARAT MERKEZİ



Ankara Ticaret Odası

GİRİŞ

Dış ticaret, ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınma süreçlerinde kritik bir rol oynayan, mal ve hizmetlerin uluslararası düzeyde alınıp satılmasını ifade eden bir kavramdır. Küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, ülkeler arasındaki ticaret hacmi artmış ve dış ticaret, ekonomik refahın temel unsurlarından biri haline gelmiştir (Krugman ve Obstfeld, 2022). Dünya Bankası (2023) verilerine göre, küresel ticaret hacmi Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'nın (GSYİH) yaklaşık %60'ını oluşturmaktadır. Bu durum, dış ticaretin dünya ekonomisi üzerindeki belirleyici etkisini açıkça ortaya koymaktadır.

Dış ticaretin önemi yalnızca ekonomik büyümeye sağladığı katkıyla sınırlı değildir. Aynı zamanda, teknoloji transferi, istihdam yaratma, rekabet gücünü artırma ve kaynakların daha verimli kullanılması gibi çok çeşitli ekonomik ve sosyal alanları kapsayan geniş bir perspektife sahiptir (Dünya Ticaret Örgütü, 2023). Ülkeler, sanayi ve hizmet sektörlerini geliştirmek, ihracata dayalı büyüme stratejileri oluşturmak ve küresel piyasalarda daha güçlü bir konum elde etmek amacıyla dış ticaret politikalarına büyük önem vermektedirler.

Dış Ticaretin Dinamikleri ve Yeni Eğilimler

Küresel ticaretin işleyişini belirleyen pek çok dinamik bulunmaktadır. Serbest ticaret anlaşmaları, gümrük tarifeleri, döviz kuru dalgalanmaları, küresel tedarik zincirleri ve uluslararası ticaret politikaları dış ticaretin yönünü ve seyrini etkileyen başlıca faktörler arasında yer almaktadır. Uluslararası Para Fonu (IMF, 2022) verilerine göre, dış ticaretin teşvik edilmesi sanayi ve hizmet sektörlerinin gelişimini hızlandırırken, aynı zamanda ülkelerin inovasyon kapasitelerini artırmaktadır. Küresel rekabetin giderek yoğunlaştığı bir ortamda, firmalar için doğru pazarları belirlemek, riskleri yönetmek ve ticaret stratejilerini güncel verilere dayalı olarak oluşturmak büyük önem taşımaktadır.

Geleneksel mal ve hizmet ticaretinin yanı sıra, son yıllarda dijital ticaret, e-ticaret ve sınır ötesi yatırımlar dış ticaretin kapsamını genişleten yeni alanlar olarak öne çıkmaktadır (Baldwin, 2020). Özellikle dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, firmalar için yeni ihracat modelleri, çevrimiçi satış kanalları ve küresel pazar erişimi gibi fırsatlar ortaya çıkmaktadır. Bu gelişmeler, dış ticaret istihbaratına duyulan ihtiyacı daha da artırmaktadır.



DTiM
ANKARA TİCARET ODASI
DIŞ TİCARET
İSTİHBARAT MERKEZİ



Ankara Ticaret Odası

Türkiye'nin Dış Ticaret Performansı

Türkiye'nin dış ticaret performansı, 2024 yılında tarihi bir rekor seviyeye ulaşarak küresel ekonomideki yerini güçlendirmiştir. Türkiye'nin ihracatı, 2024 yılında %2.5 artışla 262 milyar dolara ulaşırken, dış ticaret açığı 106.3 milyardan 82.2 milyar dolara gerilemiştir (FBT, 2024). Bu gelişmeler, Türkiye'nin ihracat-ithalat dengesinde kayda değer bir iyileşme sağladığını ve küresel pazarlardaki rekabetçiliğini artırdığını göstermektedir. Aynı zamanda, Türkiye'nin net ihracat ve sabit sermaye yatırımları desteğiyle 2025 yılında %4 büyümeye hedeflediği belirtilmektedir. Türkiye ekonomisinin bu yükselişi, uluslararası ticaret aktörleri için önemli fırsatlar sunarken, sürdürülebilir büyümeye stratejileri açısından da dikkate değer bir örnek teşkil etmektedir.

Bu olumlu gelişmeler ışığında, Türk iş dünyasının küresel pazarlardaki etkinliğini artırması, rekabet avantajını güçlendirmesi ve ihracat potansiyelini en üst seviyeye çıkarması büyük önem taşımaktadır. Küresel ticaretin giderek daha rekabetçi hale geldiği günümüzde, firmaların doğru bilgiye dayalı stratejik kararlar alması kritik bir unsur haline gelmiştir. Bu doğrultuda, Ankara Ticaret Odası olarak, Ankara'dan dünyaya açılan ihracatçıların uluslararası ticarete daha güçlü bir konum elde etmesini desteklemekte ve dış ticaret istihbarat raporu çalışmaları yürüterek üyelerimize rehberlik etmekteyiz. Ankara, Türkiye'nin dış ticaretinde kritik bir merkez olarak, ihracatın gelişimine ve küresel pazarlara entegrasyon sürecine büyük önem vermektedir.

Ankara Ticaret Odası'nın Rolü ve Raporun Amacı

Ankara Ticaret Odası olarak, üyelerimizin uluslararası ticarete rekabet gücünü artırmak ve küresel pazarlarda daha etkin bir şekilde yer almalarını sağlamak amacıyla Dış Ticaret İstihbarat Raporu hazırlamaktayız. Bu rapor, firmalarımıza hedef pazar analizleri, rekabet değerlendirmeleri, ihracat fırsatları, ticaret engelleri, lojistik süreçler ve yasal düzenlemeler gibi birçok kritik konuda kapsamlı bilgiler sunmaktadır. Hazırlanan bu rapor, firmaların küresel piyasalardaki konumlarını güçlendirmek, bilinçli ve stratejik kararlar almalarını sağlamak ve sürdürülebilir ihracat başarıları elde etmelerine yardımcı olmak için tasarlanmıştır. Özellikle ihracat potansiyelinin artırılması, ticari risklerin minimize edilmesi ve uluslararası pazarlara giriş stratejilerinin geliştirilmesi gibi konulara odaklanarak firmalarımıza rehberlik etmeyi hedeflemekteyiz.

Ankara Ticaret Odası olarak, üyelerimizin küresel ticaret ekosisteminde başarılı olmalarına katkıda bulunmayı en önemli görevlerimizden biri olarak görmekteyiz. Bu raporun, firmalarımızın dış ticaret stratejilerini daha sağlam temellere oturtmalarına, uluslararası pazarlardaki fırsatları değerlendirmelerine ve sürdürülebilir büyümeye sağlamalarına yardımcı olmasını diliyoruz.



DTiM
ANKARA TİCARET ODASI
DIŞ TİCARET
İSTİHBARAT MERKEZİ



Ankara Ticaret Odası

Rapor Metodolojisi

Bu rapor, üyelerin küresel pazarlarda rekabetçiliğini artırmak, bilinçli ihracat stratejileri geliştirmelerine yardımcı olmak ve uluslararası ticarete sürdürülebilir başarı elde etmelerini sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Raporun oluşturulmasında geniş kapsamlı bir veri analizi, sektörel inceleme ve pazar değerlendirme yöntemleri kullanılmıştır. Raporun hazırlanmasında güvenilir ulusal ve uluslararası kaynaklardan elde edilen veriler dikkate alınmıştır. Resmi istatistikler, sektörel raporlar, akademik çalışmalar, firma bazlı araştırmalar ve pazar analizleri temel alınarak kapsamlı bir değerlendirme yapılmıştır.

Analiz edilen ürünler, GTIP Kodu (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu Kodu) üzerinden kapsamlı olarak araştırılmış ve ilgili sektörün genel yapısı ile rekabet koşulları incelenmiştir. Ürünlerin pazardaki konumu ve rekabet avantajları ele alınmış, küresel ticaretteki değişimler doğrultusunda ihracat potansiyeli değerlendirilmiştir. Hedef pazar analizi sürecinde ekonomik göstergeler, ticaret politikaları, rekabet koşulları ve lojistik faktörler dikkate alınarak değerlendirme yapılmıştır. Büyüme oranları, satın alma gücü, ithalat ve ihracat eğilimleri gibi unsurlar göz önünde bulundurulmuş; gümrük vergileri, ticaret anlaşmaları ve yasal düzenlemeler incelenmiştir. Ayrıca, hedef pazarlarda mevcut rekabet ortamı ve tüketici talepleri değerlendirilerek giriş stratejileri oluşturulmuştur.

Rakip analizi sürecinde, hedef pazarlarda öne çıkan ülkeler ve firmaların performansı incelenmiştir. Pazar payları, fiyatlandırma stratejileri ve pazarlama yöntemleri ele alınarak rekabet koşullarına dair kapsamlı bir bakış sağlanmıştır. Aynı zamanda müşteri grupları ve tüketici davranışları analiz edilerek hedef kitlenin ihtiyaçları ve beklentileri değerlendirilmiştir. Dış ticaret süreçlerinde lojistik, ödeme yöntemleri ve gümrük düzenlemeleri büyük önem taşımaktadır. Teslim şekilleri, vergi mevzuatı ve uluslararası taşımacılık süreçleri incelenmiş, e-ihracat yöntemleri ve alternatif dağıtım kanalları değerlendirilmiştir. Bu süreçlerin optimize edilmesi, firmaların ticari operasyonlarını daha verimli hale getirmeleri açısından kritik öneme sahiptir.

Son olarak, elde edilen bulgular değerlendirilerek firmalar için öneriler geliştirilmiştir. Hedef pazarlara giriş stratejileri, rekabet avantajlarının artırılması, ticari risklerin minimize edilmesi ve lojistik süreçlerin daha etkin hale getirilmesi gibi konular ele alınmıştır. Bu metodolojik yaklaşım ile firmaların bilinçli ve stratejik kararlar almalarına yardımcı olmak ve uluslararası pazarlarda sürdürülebilir başarı sağlamalarına katkıda bulunmak amaçlanmaktadır.

ÜRÜN TANITIMI

Bu raporda 251690 Gümrük Tarife İstatistik Koduna (GTIP) sahip “yontulmaya veya inşaata elverişli diğer taşlar” ürününe yönelik pazar araştırması yapılmıştır.

FasılNo	Fasıl Açıklaması
25.16	Granit, porfir, bazalt, gre ve yontulmaya veya inşaata elverişli diğer taşlar [kabaca yontulmuş veya testere ile yahut başka surette dikdörtgen şeklinde (kare dahil) bloklar veya kalın dilimler halinde sadece kesilmiş olsun] :
	- Granit:
2516.11.00.00.00	- - Ham veya kabaca yontulmuş
2516.12.00.00.00	- - Testere ile yahut başka surette dikdörtgen şeklinde (kare dahil) bloklar veya kalın dilimler halinde sadece kesilmiş
2516.20.00.00.00	- Gre
2516.90.00.00.00	- Yontulmaya veya inşaata elverişli diğer taşlar

DÜNYADA DURUM

Hedef pazarların tespiti için ilk aşamada; bahse konu ürüne yönelik dünyada önde gelen ithalatçı ve ihracatçı ülkeler tespit edilmiştir. Ülkeler arasındaki ticari akışların söz konusu ürün üzerinden değerlendirilmesi ve ülkemizdeki mevcut durumla birlikte ortaya konması araştırmaların önemli noktalarındandır.

Dünyadaki ithalatçıların tespit edilmesi; dünya pazarındaki alıcıları görmek ve bu alıcıların Türkiye’den alımlarını mukayese edilmek açısından önemlidir. İhracat pazarlarını görmek ise; ilgili üründe küresel rekabetin hangi başlıca ülkelerden kaynaklandığını öğrenmek açısından faydalı olmaktadır.

DÜNYADAKİ İTHALATÇI ÜLKELERİN ANALİZİ

Dünya pazarındaki ithalatçı ülkelerin incelemesinde; ilgili üründe en çok alım yapan ülkelerin ticaret dengesi, ton bazında alım rakamları ve birim fiyata ödenen bedelleri vb. rakamlar tespit edilerek dünyada önde gelen 15 ithalatçı ülke analiz edilmiştir. Ülkeler, 251690 GTIP ürünüde 2023 yılında ABD doları bazında gerçekleştirilen toplam ithalat değerlerine göre sıralanmıştır.

İthalat rakamları, navlun ve sigorta dâhil yani “CIF” teslim fiyatlarından oluşmaktadır.

İthalatçı Ülkeler	2023 Yılı İthalat Değeri (1000 ABD Doları)	2023 Yılı Ticaret Dengesi (1000 ABD Doları)	2023 Yılı İthalat Rakamı (Ton)	Birim Fiyat (ABD Doları)	2019-2023 Yılları Arasında Büyüme (%)	2019-2023 Yılları Arasında Miktarla Büyüme (%)	2022-2023 Yılları Arasında Büyüme (%)	Dünya'daki Payı (%)	Tedarikçi ile Ortalama Uzaklık (km)	Ülkenin Ortalama Vergi Oranı (%)
Dünya	217.689	41.972	-	-	2	-	-7	100	2.238	-
Bangladeş	57.169	-57.169	4.684.461	12	-7	-6	1	26,3	818	14,7
Hollanda	39.315	-35.980	296.174	133	14	29	13	18,1	329	0
Çin	19.411	-15.064	167.842	116	17	22	41	8,9	6.951	6,1
Fransa	14.575	-13.607	184.088	79	-2	-11	6	6,7	1.161	0
ABD	7.264	-475	14.092	515	0	-17	-17	3,3	8.645	1,6
İtalya	6.247	14.792	25.519	245	5	-3	-22	2,9	1.331	0
İngiltere	5.903	-4.979	18.170	325	-12	-30	-75	2,7	6.867	0
İsviçre	4.923	-2.258	29.057	169	3	-5	2	2,3	559	0
Kanada	4.629	-1.690	15.478	299	1	-14	-19	2,1	1.922	0,3
Belçika	4.479	-1.786	56.200	80	18	32	46	2,1	3.727	0
Suudi Arabistan	4.177	-4.172	0	-	84	-	75	1,9	4.933	4,5
Birleşik Arap Emirlikleri	3.495	159	10.077 ¹	347	15	16	81	1,6	4.650	4,5
Almanya	3.298	1.093	13.360	247	-7	-32	-28	1,5	2.752	0
Lüksemburg	3.029	-2.860	11.364	267	10	-21	-25	1,4	279	0
Kore Cumhuriyeti	2.781	-2.750	20.323	137	1	-3	24	1,3	1.135	1,7

Tablo 1: 251690 GTIP için dünyada önde gelen ilk 15 ithalatçı ülke verileri

¹ Yeşil renk mirror data yani ayna verileri göstermektedir. Mirror data; karşılıklı/ortak verilere dayanan yansıtma veri demektir. Rusya Federasyonu'nun ihracat verisinin elde edilemediğini, bu nedenle dünyadaki ithalat verilerinin yansıtma yapılarak verilerin girildiğini ifade eder.

Tablo 1’de dünyada 251690 GTIP numaralı ürüne yönelik dünya ithalat pazarındaki ilk 15 ithalatçı ülke gösterilmektedir. 2023 yılında dünyada 217 milyon dolarlık pazara sahip olan ürünün dolar ve ton bazındaki en önemli alıcısı Bangladeş olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte, pazar payının %26,3’lük bir kısmını yine Bangladeş sağlamaktadır.

Tabloda yer alan ülkelerin birçoğu negatif ticaret dengesine sahiptir. Ticaret dengesinin negatif olması ülkelerin ithalat değerlerinin ilgili ürün için yapılan ihracattan daha yüksek olduğunu ifade etmektedir. Bir Başka ifadeyle, bu ülkeler 251690 GTIP ürününe dışa bağımlıdır. Buna ek olarak verilerde dünyadaki ticaret dengesi pozitifdir. Ülke bazlı verilerden farklı dünya verisinin ticaret dengesinde pozitif olmaması gerekmektedir. Bu durum 251690 GTIP ürününe yasal olmayan ticaretin varlığını ya da düşük ücretli faturalandırmaların yapıldığını göstermektedir.

Ürüne ödenen birim fiyatlara² bakıldığında 12,00 ABD doları ile 515,00 ABD doları arasında değişen tutarlar görülmektedir. ABD ve İngiltere en çok ücret ödeyen ilk iki ülke olarak yer almaktadır. Vergi oranları da dikkate alınarak birim fiyatlarındaki farklılığın sebebinin tedarikçi ülkeler ile uzaklıktan kaynaklandığı düşünülebilir. Ayrıca tüm ülkelerde son beş yıllık dolar bazında büyüme değeri ile son beş yıllık miktardaki büyüme değerleri arasında dalgalanmalar olduğu görülmektedir. Bangladeş dolar ve ton bazında benzer büyümeler göstermiştir. Hollanda, Çin, Belçika gibi ülkelerde ise ton bazında büyüme daha fazladır. Bu ülkelerin son beş yılda ürüne ton bazında daha az ödemek yaptıklarını söylemek mümkündür. Fransa, ABD, İtalya, İngiltere, Kanada gibi ülkelerde ise tam tersi bir durum söz konusudur. Bu ülkelerde ürünün dolar cinsinden fiyatının arttığı söylenebilir.

2019-2023 yılları arasındaki beş yıllık büyüme değerleri incelendiğinde, dünyada %2’lik bir büyüme gerçekleşmiştir. Dünya genelinde %1,9’luk pazar payına sahip olan Suudi Arabistan, %84’lük bir değerle pazarı son beş yılda en çok büyüyen ülkedir. Suudi Arabistan, %75’lik bir değer ile son bir yılda pazarı en çok büyüyen ülke olarak da göze çarpmaktadır. Buna ek olarak, ithalatta ana pazar olan Bangladeş % -7 ile daralan pazar konumundadır. ABD, İtalya, İngiltere, Kanada ise hem son beş yıllık hem de son bir yıllık değerleri birlikte incelendiğinde 251690 GTIP ürününe daralan pazarlar olarak öne çıkmaktadırlar. İthalatta ikinci ve üçüncü konumda olan Hollanda ve Çin’de ise büyümeler pozitif yöndedir. Bu iki ülkeye ek olarak Belçika ve Suudi Arabistan, özellikle son bir yıllık süreçte en fazla büyüme gösteren ülkeler arasındadırlar. İtalya, Lüksemburg gibi ülkeler görülen son beş yılda ve son bir yılda oluşan pazar büyümeleri arasında farklar; ülkelerin bu ürünlerdeki pazarının değişken bir eğilimde olduğunu ifade etmektedir.

Tedarikçi ülkelerle olan mesafeye bakılacak olursa; Çin, ABD, İngiltere, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri’nin ürünü uzak ülkelerden temin ettikleri söylenebilir. İlk 15 ithalatçı arasında bulunan diğer ülkeler ise komşu denebilecek ülkelere 251690 GTIP numaralı ürünü temin etmektedir.

² Birim değerler dönemsel ortalamalardan oluşmaktadır. Bu nedenle kesin fiyat olarak ele alınmamalıdır.

Ülkelere uygulanan ortalama vergi oranı ise belirli bir ihracatçı olmadan, ülkelerin bu ürün bazında uyguladıkları vergi miktarını vermektedir. AB üyesi ülkelerde, Gümrük Birliği uygulaması sebebiyle vergi oranları 0 olarak çıkmıştır. Buna ek olarak; ilk sırada yer alan Bangladeş ve Çin ile pazardaki payları %2'nin altında olan Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri'nde yüksek vergi oranları uygulandığı görülmektedir.

Tablo 2: Ülkelerin pazar yoğunlaşması

İthalatçı Ülkeler	Pazar Yoğunlaşması
Bangladeş	0,49
Hollanda	0,42
Çin	0,29
Fransa	0,19
ABD	0,22
İtalya	0,26
İngiltere	0,48
İsviçre	0,76
Kanada	0,86
Belçika	0,15
Suudi Arabistan	0,40
Birleşik Arap Emirlikleri	0,54
Almanya	0,18
Lüksemburg	0,44
Kore Cumhuriyeti	0,95

Pazar yoğunlaşması; tedarikçi ülkelerdeki pazarın rekabet durumunu belirtmektedir. Yoğunluk ile pazardaki rekabet derecesi arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Yoğunlaşma değeri 1'e yaklaştıkça Pazar, girişi oldukça zor olan monopol bir yapıya sahip olmakta yani tekelleşmektedir. Değer 0'a yaklaştıkça ise pazarın oligopol yapıya sahip olduğu, bir başka ifadeyle tedarikçi alternatiflerinin arttığı anlamına gelmektedir.

Tablo 2'de yer alan veriler göz önüne alındığında; Kanada, İsviçre ve ithalat değeri 2 milyon dolar olan Kore Cumhuriyeti, monopol bir pazara sahiptir. Bu pazarlarda belirli tedarikçiler piyasada güçlü bir konumda yer almaktadır. Birleşik Arap Emirlikleri, İngiltere ve ithalatta birinci ülke olan Bangladeş de monopol pazar yapısına daha yakındır. Buna karşın, Fransa, Almanya, Belçika ve ithalatta 3. konumda olan Çin'de ülkelerde pazar yoğunluğu düşüktür. Bu pazarlarda yeni tedarikçilerin pazara girmesinin

daha kolay olabileceği değerlendirilmektedir.

Tablo 3'de 251690 GTIP için dünyada önde gelen ithalatçı ülkelerin 2019 ve 2023 yılları arasındaki ithalat rakamı ve ton değeri ile birim fiyat değerleri incelenmiştir. Bangladeş'in beş yıllık süreçte ton bazında ithalatı ile toplam ithalat değeri benze eğilimler göstermektedir. Birim fiyatın da aynı değerlerde seyretmesi bu durumu desteklemektedir.

İthalatta ikinci konumda yer alan Hollanda'da, beş yıllık süreçte ithalat değeri yıldan yıla artmıştır. Buna ek olarak birim fiyatında ve ton bazında alımlarında farklılık söz konusudur. 2019 yılında yaklaşık 3 milyon dolarlık ithalat hacmine sahip olan Japonya, 2023 yılında 1,2 milyar dolar ithalat hacmine ulaşarak dünya sıralamasında ikinci konuma gelmiştir. 2021 yılında 27 bin tonluk ürünü 1.269 ABD dolarından alırken, 2022 yılında yaklaşık 300 bin ton ürünü 133 ABD dolarından almıştır. Özellikle 2022 ve 2023 yılları arasında birim fiyatında düşüş görülen Çin'de ise son beş yılda ithalat değeri yaklaşık iki katına çıkmış ve dünyadaki 3. pazar konumuna yükselmiştir.

ABD ise ilk beş ithalatçı arasında ürüne en çok ücret veren ülkedir. Son beş yılda ürüne ödenen birim fiyat yaklaşık iki katına çıktığı ve ton değerinin de aynı oranla düştüğü görülmektedir. Bu durumun nedeni ABD'nin giderek daha kaliteli ürünler ithal etmeyi tercih etmesi ya da lojistik faktörlerin ürün maliyetine etkisi olabilir.

İthalatçı Ülkeler	Veriler	Yıl				
		2019	2020	2021	2022	2023
Bangladeş	İthalat Değeri (1000/ABD Doları)	61.509	75.985	56.753	57.168	-
	Ton Değeri	5,310,837	6,937,528	5,078,249	4,684,461	-
	Birim Fiyat (ABD\$/Ton)	12	11	11	12	-
Hollanda	İthalat Değeri (1000/ABD Doları)	29.883	29.736	34.771	39.315	-
	Ton Değeri	54,712	37,376	27,395	296,174	-
	Birim Fiyat (ABD\$/Ton)	546	796	1269	133	-
Çin	İthalat Değeri (1000/ABD Doları)	11.157	15.190	13.810	19.411	20.809
	Ton Değeri	59,318	64,984	58,870	167,842	234,412
	Birim Fiyat (ABD\$/Ton)	188	234	235	116	89
Fransa	İthalat Değeri (1000/ABD Doları)	14.078	16.136	13.689	14.575	16.851
	Ton Değeri	242,157	241,003	193,55	184,088	228,664
	Birim Fiyat (ABD\$/Ton)	58	67	71	79	74
ABD	İthalat Değeri (1000/ABD Doları)	6.847	8.240	8.786	7.264	5.333
	Ton Değeri	17,343	16,122	17,991	14,092	8,762
	Birim Fiyat (ABD\$/Ton)	395	511	488	515	609

Tablo 3: 251690 GTIP için dünyada önde gelen ithalatçıların 2019-2023 yılları arasındaki birim fiyat, ton ve ithalat rakamı değişimleri

DÜNYADAKİ İHRACATÇI ÜLKELERİN ANALİZİ

Bu bölümde ilgili üründe, dünyada önde gelen ihracatçı ülkeler tespit edilmiştir. Dünyadaki ihracatçılar, ilgili ürünlerdeki rakipler olarak ele alınmaktadır. Bu kapsamda rakip ülkelerin pazardaki durumu ve dünyadaki pazarla karşılaştırmalarını görmek hem piyasaya hâkim olabilmek hem de rekabet avantajı sağlayabilmek için önemlidir.

İhracat rakamları, navlun ve sigorta hariç yani “FOB” teslim fiyatlarıdır.

İhracatçılar	2023 Yılı İhracat Değeri (1000 ABD Doları)	2023 Yılı Ticaret Dengesi (1000 ABD Doları)	2023 Yılı İhracat Rakamı (Ton)	Birim Fiyat (ABD Doları)	2019-2023 Yılları Arasında Büyüme (%)	2019-2023 Yılları Arasında Miktarla Büyüme (%)	2022-2023 Yılları Arasında Büyüme (%)	Dünya İhracatındaki Payı (%)	İthalatçı Ülkelerin Ortalama Uzaklığı (km)
Dünya	259.661	41.972	0	-	-1	-3	-5	100	3.406
Norveç	60.106	59.830	287.291	209	-2	-1	-6	23,1	5.155
Hindistan	53.543	52.464	4.080.708	13	-2	0	-15	20,6	3.047
Butan	28.555	28.507	1.575.880	18	-18	-15	38	11	406
İtalya	21.039	14.792	0	-	3	-	3	8,1	1.072
İspanya	10.804	9.315	55.823	194	11	-	0	4,2	4.283
Brezilya	9.889	9.435	32.693	302	21	25	-38	3,8	16.107
Portekiz	6.992	5.257	41.752	167	-4	-9	46	2,7	6.755
ABD	6.789	-475	18.081	375	3	-2	-1	2,6	2.763
Türkiye	6.295	6.249	30.902	204	17	3	-14	2,4	2.315
Ürdün	5.639	5.600	0	-	62	-	4	2,2	901
Slovakya	4.801	4.573	431.636	11	59	354	5	1,8	323
Almanya	4.391	1.093	58.800	75	-5	-11	-43	1,7	609
Çin	4.347	-15.064	13.350	326	4	-38	-54	1,7	4.117
Arnavutluk	4.146	3.993	42.448	98	13	9	8	1,6	537
Birleşik Arap Emirlikleri	3.654	159	0	-	286	-	57	1,4	1.061

Tablo 4:251690 GTIP için dünyada önde gelen ihracatçı ülke verileri

Tablo 4’de dünyada 251690 GTIP numaralı ürüne yönelik önde gelen ilk 15 ihracatçı ülke gösterilmektedir. Ülkeler, ilgili üründe 2023 yılında ABD doları bazında gerçekleştirdikleri toplam ihracat değerlerine göre sıralanmıştır. Tablo 4’de yer alan verilere göre; dünyada yaklaşık 260 milyon dolar ihracat değeri bulunan 251690 GTIP için ihracatının pazarının yaklaşık 1/3’lük bir kısmını Norveç ve Hindistan oluşturmaktadır. Buna ek olarak; bu iki ülke toplam ihracat değerleriyle üçüncü sırada yer alan Butan ile fark oluşturmaktadır.

Ton bazında ihracatlar incelendiğinde; İhracatta pazarları içerisinde ikinci konumda bulunan Hindistan 2023 yılında 4 milyon tonluk ihracatıyla lider konumdadır. Hindistan’ı 1,5 milyon tonluk ihracatla Butan takip etmektedir. 60 milyon dolarlık ihracat değerine sahip Norveç ise 287 bin ton ürünle 4. sıradadır.

Ürünün satış fiyatı 11,00 ABD doları ile 375,00 ABD doları arasında değişmektedir. Tablo 4’de yer alan 15 ülke arasında ürünü en yüksek fiyatla ihraç eden ülke, dünya pazarının %2,6’sına sahip

olan ABD'dir. Ton bazında alımda 4. Sırada olan Norveç ise 209,00 ABD doları birim fiyat uygulamaktadır. Norveç'in ton bazında ihracatının düşük olmasına rağmen, birim fiyatlarının fazla olması ülkeyi ihracatta lider konuma getirmiştir.

Ülkelerin, son beş yıllık ABD doları ve ton bazında büyümelerine bakıldığında; lider ülkelerin pazar daralmaları yaşadığı görülmektedir. Norveç ve Hindistan'da son bir yıllık büyümelerde de daralma görülürken, Butan son bir yıllık büyüme değerini %38'e çıkararak pazarını büyütmüştür. Ürdün, Slovakya, ve Birleşik Arap Emirlikleri son beş yılda pazarı en çok büyüyen ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Birleşik Arap Emirlikleri 2022-2023 yılları arasında da pazar büyümesi en fazla olan ülkedir.

Dünyadaki ABD doları bazında büyüme değerleri son beş yılda %-1, son bir yılda ise %-5 değerindedir. Ülkelerin son bir yıllık büyüme değerleri incelendiğinde; dünyada trendiyle benzer eğilimlere sahip oldukları görülmektedir. Sadece Butan'da dünya eğiliminin aksine Pazar büyümesi söz konusudur.

İhracatçı Ülkeler	Veriler	Yıl				
		2019	2020	2021	2022	2023
Norveç	İhracat Değeri (1000/ABD Doları)	63.100	74.923	63.807	60.106	54.011
	Ton Değeri	274.840	330.854	332.825	287.291	248.830
	Birim Fiyat (ABD\$/Ton)	230	226	192	209	217
Hindistan	İhracat Değeri (1000/ABD Doları)	71.389	77.824	62.632	53.543	-
	Ton Değeri	4.545.604	6.038.087	4.999.075	4.080.708	-
	Birim Fiyat (ABD\$/Ton)	16	13	13	13	-
Butan	İhracat Değeri (1000/ABD Doları)	25.331	33.620	20.716	28.555	-
	Ton Değeri	1.491.048	1.790.472	1.041.833	1.575.880	-
	Birim Fiyat (ABD\$/Ton)	17	19	20	18	-
İtalya	İhracat Değeri (1000/ABD Doları)	19.595	24.211	20.371	21.039	-
	Ton Değeri	-	63.587	-	-	-
	Birim Fiyat (ABD\$/Ton)	-	381	-	-	-
İspanya	İhracat Değeri (1000/ABD Doları)	9.600	8.513	10.812	10.804	12.145
	Ton Değeri	46.348	-	75.126	55.823	114.391
	Birim Fiyat (ABD\$/Ton)	207	-	144	194	106

Tablo 5:251690 GTIP için dünyada önde gelen ihracatçıların 2019-2023 yılları arasındaki birim fiyat, ton ve ihracat rakamı değişimleri

Tablo 5'de 251690 GTIP için dünyada önde gelen ihracatçı ülkelerin 2019 ve 2023 yılları arasındaki ihracat rakamı ve ton değeri ile birim fiyat değerleri incelenmiştir. Norveç'in beş yıllık süreçte toplam ihracat değeri ABD doları bazında azalan bir grafik çizmektedir. Aynı değişim Hindistan için de söz konusudur. İspanya'da ton bazında ihracat artmasına rağmen birim fiyatta düşüş söz konusudur. Buna rağmen ülke 5 yıllık süreçte toplam ihracat değerini arttırarak devam etmiştir.



Ankara Ticaret Odası

Hindistan, Butan ve İtalya'nın 2023 yılı bulunmamaktadır. İtalya'nın ton ve birim fiyat verileri de yer almadığı için ihracat değerini tek başına değerlendirmek yeterli olmamaktadır.

TÜRKİYE'NİN DURUMU

Türkiye'nin küresel ticarete 251690 GTIP ürünündeki mevcut konumunu ortaya koymak amacıyla ülkemizin dünya genelinde ithalat ve ihracattaki durumu analiz edilmiştir.

Ülkemiz 2023 yılında 46 bin ABD doları ithalat rakamı ile dünya ithalatında 93. Sırada yer almaktadır. Bu ürünlerdeki ticaret dengesi 6 milyon ABD doları ile pozitif bir değerdedir. Yani ülkemizde 251690GTIP için ihracat ithalattan daha fazladır. İthalat rakamları son beş yılda %8 büyümeye gösterirken son bir yılda ise %35 küçülmüştür. Dünya pazarındaki payımız ancak %0,2'dir.

İhracatta ise dünyada 9. sırada yer alan ülkemiz, %2,4'lük bir paya sahiptir. 2023 yılında 6 milyon ABD doları ve 6 bin tonluk ürün satışı gerçekleşmiştir. Pazardaki son beş yıllık büyümemiz %17 olmasına rağmen 2022-2023 yılları arasında -%17 oranında daralan bir profil çizilmiştir. İhracat gerçekleştirilen ortalama mesafe 2.315 km'dir. Bu mesafe komşu ülkelere ihracat yaptığımızı göstermektedir.

TÜRKİYE'NİN ANA PAZARLARI

Bu bölümde söz konusu üründe ülkemizin mevcut pazarlarının genel durumu incelenmiştir. Aşağıdaki tabloda Türkiye'nin önde gelen 15 ithalatçı ülkesi, 251690 GTIP ürününde 2023 yılında ABD doları bazında Türkiye'den gerçekleştirdikleri toplam ithalat değerlerine göre sıralanmıştır.



İthalatçılar	2023 Yılı İhracat Değeri (1000 ABD Doları)	2023 Yılı Ticaret Dengesi (1000 ABD Doları)	Türkiye'nin İhracatındaki Payı (%)	2023 Yılı İhracat Rakamı (Ton)	Birim Fiyat (ABD Doları)	2019-2023 Yılları Arasında Büyüme (%)	2019-2023 Yılları Arasında Miktarla Büyüme (%)	2022-2023 Yılları Arasında Büyüme (%)	Tedarikçi Ülke ile Ortalama Uzaklık (km)	Türkiye'ye Uygulanan Ortalama Vergiler (%)
İsrail	1.648,00	1.647,00	26,2	5.925	278	31	14	-37	1.637	0
Irak	546,00	546,00	8,7	1.442	379	47	-1	70	1.127	-
ABD	498,00	481,00	7,9	1.360	366	56	58	33	8.645	3
İspanya	491,00	491,00	7,8	1.673	293	56	40	8	3.117	0
Kıbrıs	392,00	392,00	6,2	1.650	238	78	50	119	1.220	0
Fransa	379,00	379,00	6	711	533	8	-9	-37	1.161	0
Almanya	250,00	249,00	4	492	508	-6	-16	-27	2.752	0
İngiltere	244,00	244,00	3,9	1.095	223	-6	-10	10	6.867	0
Yunanistan	236,00	236,00	3,7	1.163	203	43	22	65	565	0
İtalya	224,00	224,00	3,6	732	306	-18	-31	-30	1.331	0
Azerbaycan	172,00	172,00	2,7	674	255	3	1	2619	1.754	15
Hollanda	164,00	164,00	2,6	629	261	18	6	-47	329	0
Belçika	146,00	146,00	2,3	1.341	109	25	27	-10	3.727	0
Bulgaristan	85,00	78,00	1,4	169	503	45	8	-7	768	0
Slovakya	80,00	80,00	1,3	160	500	19	-1	327	486	0

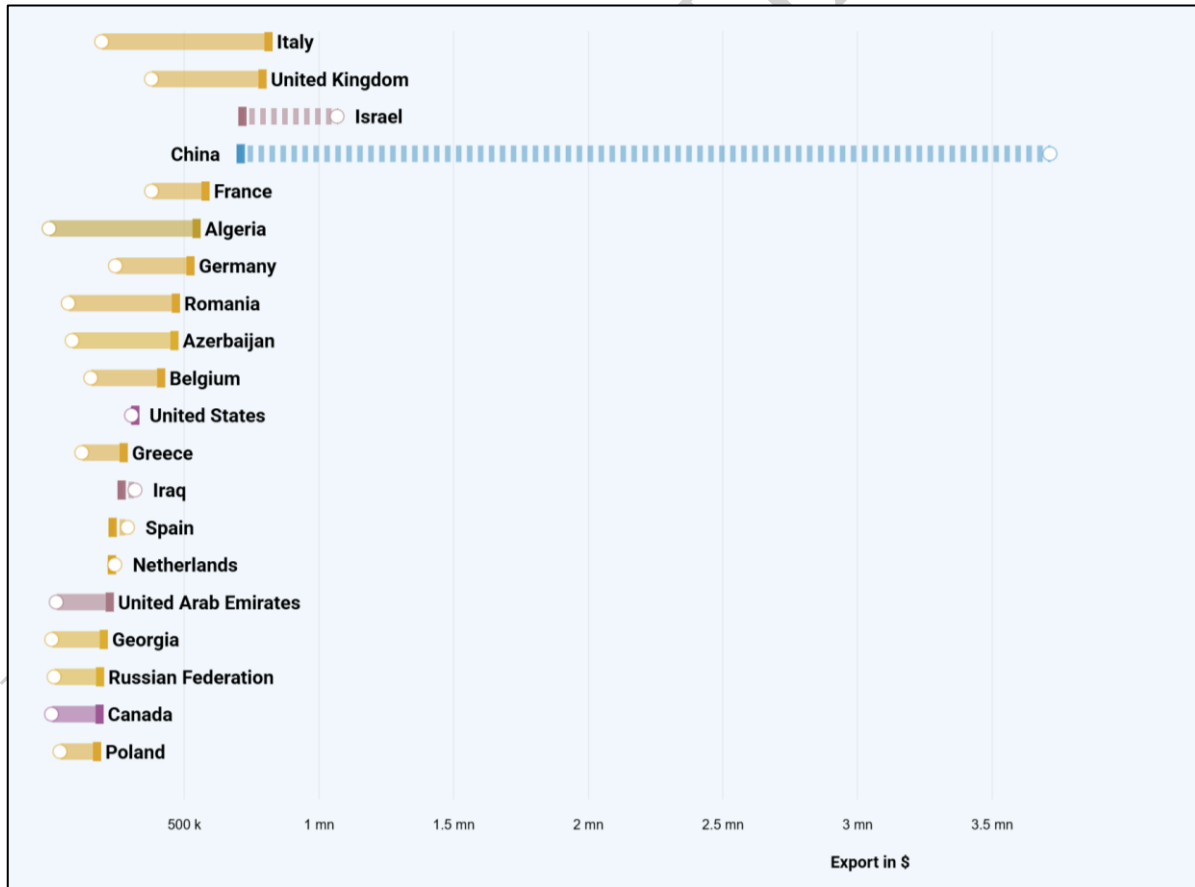
Tablo 6:251690GTIP 2023 yılı Türkiye'nin önde gelen pazarları

Tablo 6'da görüldüğü üzere Türkiye'nin hâlihazırda ihracat gerçekleştirdiği ilk 15 ülkenin birçoğu Avrupa ülkeleridir. Ülkemiz, söz konusu üründe uzak doğu pazarlarına girmemiştir. İhraç edilen ürün ton bazında incelendiğinde; ithalatçılar arasında ilk sırada yer alan ve ülkemizde %26,2'lik oranla en yüksek pazar payına sahip olan İsrail'in 5 bin ton ürün aldığı görülmektedir. İsrail'i, Irak, ABD ve İspanya takip etmektedir.

Ülkelerin büyüme verileri incelendiğinde; ülkelerin birçoğu 2019-2023 yılları arasında pozitif büyüme değerine sahiptir. Kıbrıs, ABD, İspanya, Irak ve Bulgaristan son beş yıllık süreçte en çok büyüme gösteren pazarlardır. 2022-2023 yılları arasında gerçekleşen büyümelerde ise %2000'in üzerinde bir değerle Azerbaycan öne çıkmaktadır. Buna rağmen Azerbaycan son beş yıllık büyüme verisinin %3'tür. Kıbrıs, Irak ve Slovakya ülkeleri de son bir yıllık büyüme oranları ile öne çıkan diğer pazarlardır.

Ürün birim fiyatları incelendiğinde, Türkiye'nin ilk 15 pazarında fiyatların 109,00 ABD doları ile 508,00 ABD doları arasında değiştiği görülmektedir. Pazarda ilk sıralarda yer alan ülkelerde 270,00 ABD doları ile 380,00 ABD doları arasında fiyatlar görülürken, pazarda son sıralarda yer alan Bulgaristan ve Slovakya'da 500,00 ABD doları fiyat uygulanmaktadır. AB üyesi ülkelerde, Gümrük Birliği uygulaması sebebiyle vergi oranları 0 olarak çıkmıştır. Buna ek olarak; Azerbaycan ortalama %15, ABD ise ortalama %3 oranında ülkemizde vergi uygulamaktadır.

Şekil 1'de önümüzdeki beş yıllık süreçte ülkelerin sahip olabileceği potansiyel ihracat miktarı analiz edilmektedir. Bu analiz; ihracatçının arzı, hedef pazarın talebi, pazara erişim koşulları ve iki ülke arasındaki ikili bağlantıları birleştirerek ekonomik bir modele dayalı olarak belirli bir ürün ve hedef pazardaki herhangi bir ihracatçı için potansiyel ihracat değerlerini belirlemektedir. Şekilde yer alan yuvarlak simgeler (○) ülkelerin mevcut ihracatını, dikey dikdörtgen simgeler (■) ise potansiyel ihracatı göstermektedir. İki simge arasında yer alan yatay çubuklar (—) gerçekleşen ihracat ile potansiyel arasındaki farkı (ihracat açığını); yatay kesikli çubuklar (---) ise ülkelerin söz konusu ürünlerdeki ihracat doygunluğunu ifade etmektedir. Ülkelerin renkleri ise bulundukları bölgeleri simgelemektedir.

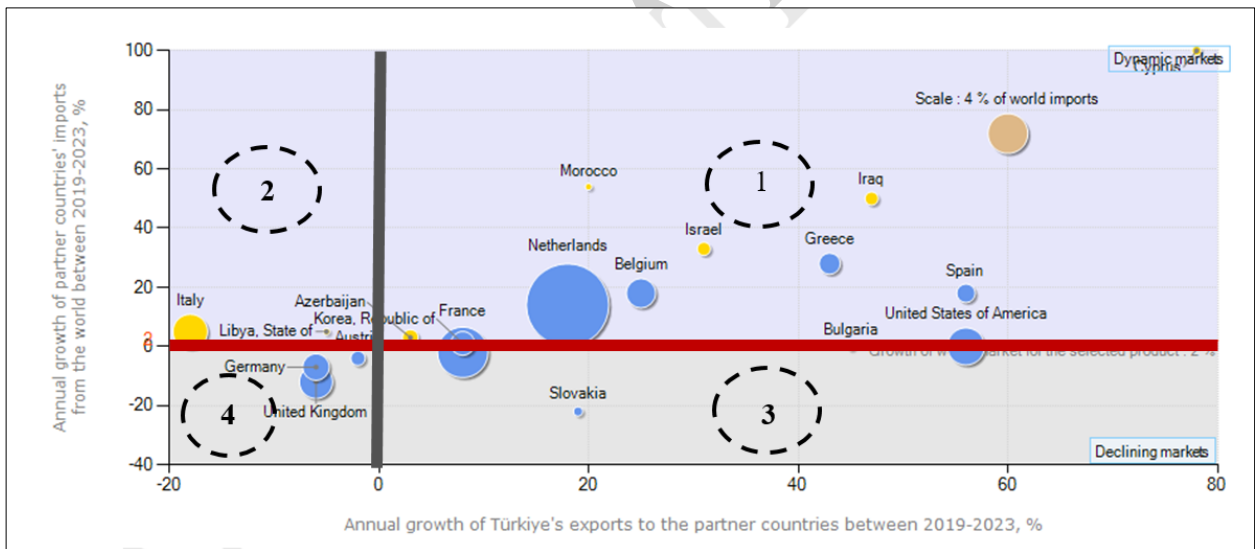


Şekil 1: Ülkelerin 251690 GTIP özelinde Türkiye'den ihracat potansiyeline göre değerlendirilmesi

(Kaynak: <https://exportpotential.intracen.org/en/>)

Şekil 1’de 251690 GTIP numaralı ürün için ülkelerin ihracat potansiyelleri analiz edilmiştir. Şekil 1’de yer alan verilere göre, Türkiye’nin söz konusu ürün ihracatı için potansiyele sahip pazarları İtalya, İngiltere, Cezayir, Romanya ve Azerbaycan ülkeleridir. Bunlar arasında İtalya ve Cezayir en 500 bin ABD doları üzerinde ihracat potansiyeline sahip ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Fransa, Belçika ve Almanya’nın da potansiyeli bulunmaktadır. Buna ek olarak, Çin başta olmak üzere İsrail, ABD, Irak ve İspanya’nın önümüzdeki yıllar içerisinde doygunluğuna ulaşacağı öngörülmektedir.

Şekil 2’de Türkiye’nin mevcut pazarlarındaki son beş yıllık pazar payı gelişimi gösterilmektedir. Şekilde yer alan yatay 0 (sıfır) hattının (kırmızı çizgi) üzerinde ve dikey 0 (sıfır) hattının (gri çizgi) sağında kalan 1. Bölgede yer alan ülkeler; hem Türkiye’nin pazar payını arttırdığı hem de dünyadaki ithalat pazarı artan ülkeleri göstermektedir. Bir başka ifade ile grafikte soldan sağa doğru Türkiye’nin pazarındaki büyüme; aşağıdan yukarı doğru ise ülkelerin dünya pazarına göre ithalatındaki büyüme gösterilmektedir. Daire çapları ise ülkelerin dünya ithalatındaki pazar büyüklüklerini ifade etmektedir. Mavi renk; Türkiye’nin ihracat pazarının, ilgili ülkenin dünyadaki ithalatından daha fazla büyüdüğünü simgelemektedir. Sarı renk ise ilgili ülkenin tüm dünyadan yaptığı ithalatın, Türkiye’den yapılan ithalattan daha fazla olduğunu göstermektedir. 1 numaralı bölge içerisinde yer alan mavi renkli ülkeler hedef pazar olarak seçilebilir.



Şekil 2: Türkiye'nin ihracat pazarlarının son 5 yıldaki değişimi

Şekil 2 bu bilgilere göre incelendiğinde; son 5 yılda hem dünyadan ithalatı hem de Türkiye'nin ihracatının en çok arttığı ülke Kıbrıs'tır. Buna rağmen Kıbrıs'ın dünyadaki pazar payı %0,2'dir. Dünyadaki pazarı %0,68 olan İspanya, %0,99 olan Yunanistan ve %2 olan Belçika dünyadan alımları dünyadan alımları %18'in üzerinde büyüme gösteren ve Türkiye'nin pazarını büyüttüğü ülkelerdir. Dünyadaki pazar payı %18,6 ile şekilde en yüksek pazar payına sahip olan Hollanda ise dünyadan ve Türkiye'den alımlarında ortalama %16'lık bir büyümeye sahiptir. Şekil 2'de görülen diğer mavi renkler ülkeler yatay 0 (sıfır) hattının (kırmızı çizgi) altın kalarak dünya



Ankara Ticaret Odası

genelinde daralan pazarlara sahip olan ülkelerdir. Fransa, Slovakya, Bulgaristan ve ABD'nin dünya genelinde daralan pazarlara sahip olmalarına rağmen ülkemizden alımları son beş yılda %8 ile %56 arasında artan ülkelerdir.

HEDEF PAZARLAR

251690 GTIP için ilk aşamada dünya pazarları incelenmiş daha sonrasında Türkiye'nin bu ürünlerdeki durumu ve ana pazarları analiz edilmiştir.

Söz konusu üründe ülkemizin ana pazarları içerisinde, son 5 yıllık süreçte Türkiye'den alımları arttıran ülkeler, gümrük vergileri, pazardaki büyümeleri, dünyadaki mevcut durum gibi değişkenler esas alınarak hedef pazarlar seçilmiştir. Dünyada ithalatı en fazla olan pazarlar; Bangladeş, Hollanda, Çin ve Fransa'dır. Pazara girişin kolay olabileceği yani düşük yoğunluklu pazarlar olarak; Almanya, Belçika ve Fransa; dünyadaki ihracat potansiyeli yüksek pazarlar; İtalya, İngiltere, Fransa ve Almanya; Türkiye'nin ihracatında büyüyen pazarlar; İspanya, Belçika ve Hollanda'dır. Bu verilere göre hedef pazarlar; **Hollanda, Fransa ve Belçika** olarak belirlenmiştir.

Hollanda dünya genelinde 251690 GTIP numaralı ürünü en çok ithal eden ikinci ülke olarak %18,1'lik pazar payıyla karışımıza çıkmaktadır (Tablo 1). Buna ilaveten son beş yıllık süreçte ülkemizden alımları artmıştır. Fransa ise düşük pazar yoğunluğuna sahip olması (Tablo 2), önümüzdeki yıllarda ihracat potansiyeli barındırması (Şekil 1) nedeniyle seçilmiştir. Ülkenin dünyadan alımları son beş yılda azalan bir grafik çizmesine rağmen ülkemizden alımları artmıştır. Seçilen bir diğer hedef pazar olan Belçika'da ise benzer durum söz konusudur. Belçika son 5 yılda ülkemizden ve dünyadan alımlarında büyüyen bir pazara sahip olması nedeniyle seçilmiştir. Seçilen hedef pazarlar AB üyesi olmaları nedeniyle Türkiye açısından gümrük birliği avantajına sahiptir.

Hedef pazarlardaki ana rakipleri ve pazarlardaki genel konumu detaylı görebilmek amacıyla hedef ülkelerin mevcut pazar durumları incelenmiştir.

HOLLANDA

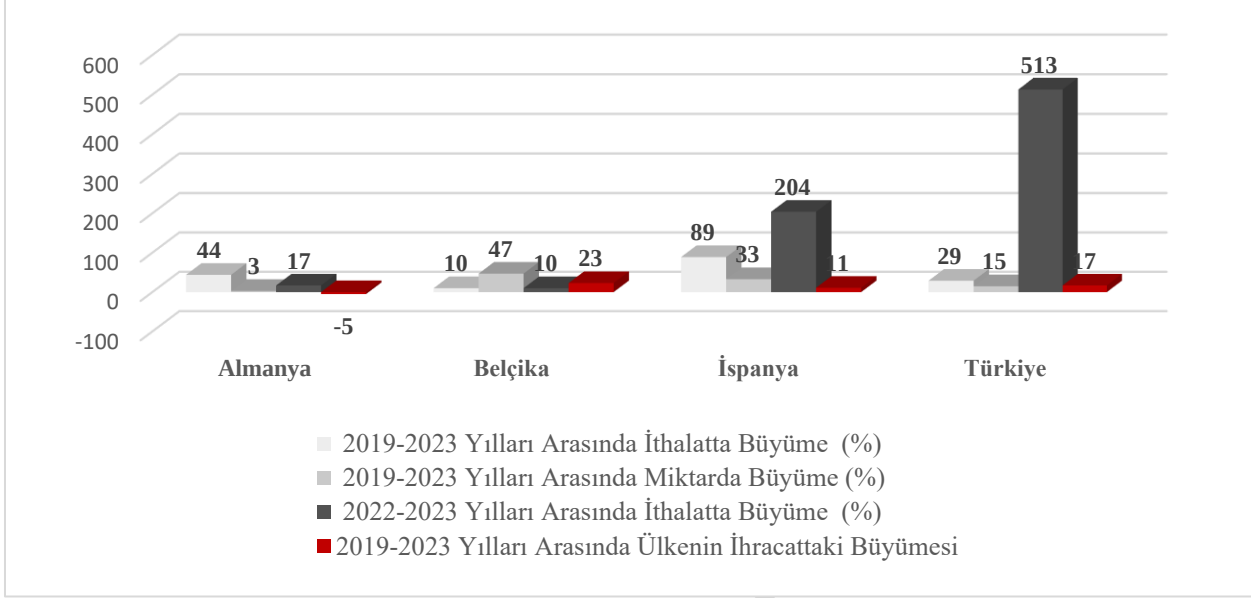
Hollanda, dünyada 251690 GTIP özelinde en çok alım yapan 2. pazardır. 2023 yılında; 296 bin tonun üzerinde ve yaklaşık 39 milyon ABD doları ithalat gerçekleşmiştir. Hollanda'nın ithalatı bu üründe dünya ithalatının %18,1'ini temsil etmektedir (Tablo 1).

Hollanda'nın İhracatçıları	2023 Yılı İthalat Değeri (1000 ABD Doları)	2023 Yılı Ticaret Dengesi (1000 ABD Doları)	Hollanda İthalatındaki Payı	2023 Yılı İthalat Rakamı (Ton)	Birim Fiyat (ABD Doları)	Tedarikçi Ülke ile Ortalama Uzaklık (km)	Ülkenin Uyguladığı Ortalama Vergi Oranı (%)
Dünya	39.315	-35.980	100	296.174	133	-	0
Almanya	20.911	-19.911	53,2	40.920	511	609	0
Belçika	14.268	-12.407	36,3	242.759	59	987	0
İspanya	650	-641	1,7	349	1.862	4.283	0
Norveç	483	-481	1,7	9.825	49	5.155	0
Polonya	389	-383	1	198	1.965	1.704	0
İtalya	375	-359	1	158	2.373	1.072	0
Avusturya	361	-307	0,9	192	1.880	349	0
Fransa	340	-275	0,9	174	1.954	1.254	0
Türkiye	239	-239	0,6	783	305	2.315	0
Danimarka	177	-152	0,5	87	2.034	2.886	0
Çek Cumhuriyeti	169	-161	0,4	81	2.086	257	0
İngiltere	117	-112	0,3	70	1.671	1.724	0
İsveç	106	-90	0,3	50	2.120	2.333	0
Romanya	104	-91	0,3	50	2.080	1.540	0
Lüksemburg	91	-81	0,2	71	1.282	322	0

Tablo 7: 251690 GTIP için Hollanda'nın önde gelen ilk 15 ihracatçı ülke verileri

Tablo 7'de Hollanda'nın 251690 GTIP üründe alım yaptığı ilk 15 ülke yer almaktadır. Almanya yaklaşık 20 milyon ABD dolarlık ithalatla Hollanda'nın en büyük ihracatçısı konumundadır. Aynı Hollanda ithalatının yarısından fazlasını da Almanya oluşturmaktadır. Almanya'yı %36,3'lük pazar payıyla Belçika takip etmektedir.

2023 yılında Türkiye’den yaklaşık 239 bin ABD doları ithalat gerçekleştirmiştir.³ Ülkemiz, Avusturya ve Frans’dan sonra Hollanda’nın ihracatçıları arasında 9. sırada yer almakta olup Hollanda ithalatındaki payı ise %0,9’dur.



Grafik 1:Hollanda'nın önde gelen pazarlarının ve Türkiye'nin dünya pazarındaki büyümeleri

Grafik 1’de Hollanda’nın önde gelen ilk üç ihracatçısı ile ülkemizin 2019-2023 yılları arasındaki pazardaki büyüme performansları karşılaştırılmıştır. Hollanda pazarında son beş yılda tüm ülkeler pozitif büyüme kaydetmişlerdir. Son beş yıllık sürece göre 2022-2023 yılları arasında Almanya’nın pazar daralması yaşadığı görülmektedir. Belçika ve İspanya’nın ise 2022-2023 yılları arasında pazar büyümeleri pozitif yönde ivme kazanmıştır. Ülkemiz 2022-2023 yılı içerisindeki Hollanda’ya ihracatında, %513’lük bir değerle ile Hollanda’nın önde gelen pazarlarına oranla önemli bir büyüme gerçekleştirmiştir. Aynı zamanda ülkemizin 2019-2023 yılları arasındaki dünya pazarındaki büyümesi de %17’dir.

Hollanda’nın 251690 GTIP ürünü bazında uygulanan ithalat gereksinimleri için detaylı bilgiye aşağıdaki web sitesinden ulaşılabilir.

[Hollanda İthalat Gereksinimleri \(Global Trade Help Desk\)](#)

³ Tablo 6’da belirtilen tutarlar arasındaki fark; ihracat rakamlarının navlun ve sigorta hariç beyan edilmesinden kaynaklanmaktadır.

FRANSA

Fransa, 251690 GTIP ürünü için dünyadaki ithalat pazarının %6,7'sine sahiptir. 2023 yılında yaklaşık 184 bin ton ve 14 milyon ABD doları ithalat gerçekleştirmiştir (Tablo 1). 2019-2023 yılları arasında, Türkiye'nin Fransa'ya ihracatı %8 oranında artmıştır (Tablo 6).

Fransa'nın İhracatçıları	2023 Yılı İthalat Değeri (1000 ABD Doları)	2023 Yılı Ticaret Dengesi (1000 ABD Doları)	Fransa İthalatındaki Payı (%)	2023 Yılı İthalat Rakamı (Ton)	Birim Fiyat (ABD Doları)	Tedarikçi Ülke ile Ortalama Uzaklık (km)	Ülkenin Uyguladığı Ortalama Vergi Oranı (%)
Belçika	4.530	-4.104	31,1	128.493	35	987	0
Portekiz	3.210	-3.209	22	13.810	232	6.755	0
İtalya	2.337	-2.312	16	9.052	258	1.072	0
Almanya	1.437	-1.374	9,9	25.593	56	609	0
Fransa	1.128	-1.104	7,7	333	3.387	1.254	0
İspanya	685	-672	4,7	2.925	234	4.283	0
Hindistan	558	-558	3,8	2.616	213	3.047	0
Türkiye	310	-310	2,1	717	432	2.315	0
Çin	111	-108	0.8	249	446	4.117	0
İsviçre	91	99	0.6	105	867	441	0
İngiltere	60	-48	0.4	1	60.000	1.724	0
Japonya	27	-27	0.2	52	519	4.728	0
Hollanda	22	-21	0.2	43	512	352	0
Angola	21	-21	0.1	1	21.000	-	0
Vietnam	19	-19	0.1	31	613	-	0

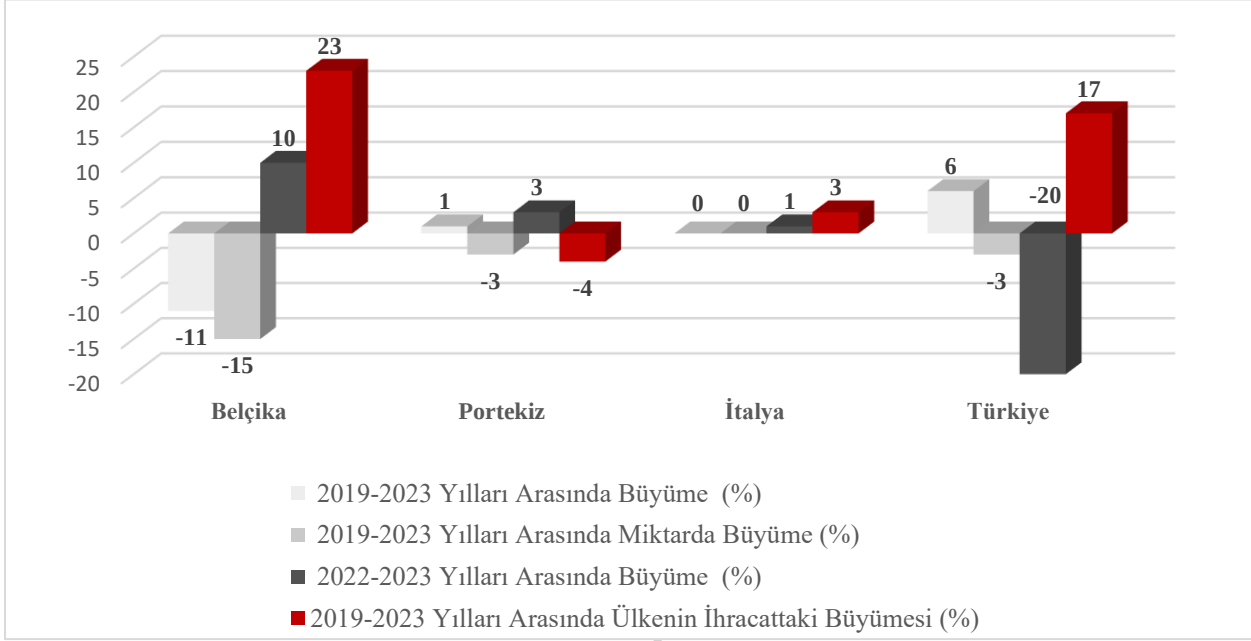
Tablo 8: 251690 GTIP için Fransa'nın önde gelen ilk 15 ihracatçı ülke verileri

Tablo 8'de Fransa'nın 251690 GTIP ürünüde alım yaptığı ilk 15 ülke yer almaktadır. Tabloda yer alan verilere göre, Belçika, Portekiz ve İtalya ülkeleri Fransa'nın ithalat pazarının çoğunluğunu oluşturmaktadırlar. Belçika, 4,5 milyon dolarlık ithalat değeri ile Fransa pazarının %31,1'ine sahiptir. 35,00 ABD doları birim fiyatı ile en düşük ücret uygulayan ülkelerden biridir. Portekiz ve İtalya benzer fiyat uygulamalarına rağmen ton bazında satışlarında yaklaşık 5 bin tonluk bir fark görülmektedir. Buna ek olarak Portekiz, Fransa için en uzak pazarlardan biridir.

Tabloda altıncı sırada Fransa'nın kendisi de bulunmaktadır. Bu durum; Fransa'nın ilgili ürünün ham formunu işlenmesi veya test edilmesi için başka bir ülkeye ihraç ediyor olması ve sonrasında

işlenmiş ürünü tekrar Fransa'ya ithal edilmesinden kaynaklı olabileceği gibi söz konusu ürün üzerinde çalışan firmaların farklı ülkelerdeki şubeleri arasında mal transferi yapmasından kaynaklı olabilir.

Ülkemiz, Fransa'nın 8. Pazarı konumundadır. 330 bin ABD doları ithalatı olan Türkiye, Fransa pazarının %2,1'ini temsil etmektedir.



Grafik 2:Fransa'nın önde gelen pazarlarının ve Türkiye'nin dünya pazarındaki büyüme hızları

Grafik 2'de Fransa'nın önde gelen ilk üç ihracatçısı ile ülkemizin 2019-2023 yılları arasındaki pazardaki büyüme performansları karşılaştırılmıştır. 2019-2023 yılları arasında Fransa'nın ilk üç pazarında görülen pazar daralmasına karşın ülkemiz %6'lık bir büyüme göstermiştir. Ayrıca, Belçika, Portekiz ve İspanya 2022-2023 yılları arasında pozitif büyüme değerlerine sahipken, ülkemiz bu yıllar arasında negatif yönde büyüme sergilemiştir. Buna rağmen, ülkemizin 2019-2023 yılları arasında ihracatta büyümesi, Fransa'nın ana pazarı olan Belçika'ya yakın bir düzeydedir.

Fransa'nın 251690 GTIP ürünü bazında uygulanan ithalat gereksinimleri için detaylı bilgiye aşağıdaki web sitesinden ulaşılabilmektedir.

[Fransa İthalat Gereksinimleri \(Global Trade Help Desk\)](#)

BELÇİKA

Belçika, dünyada 251690 GTIP özelinde en çok alım yapan 10. pazardır. 2023 yılında; 56 bin tonun üzerinde ve yaklaşık 4 milyon ABD doları ithalat gerçekleşmiştir. Belçika'nın ithalatı bu üründe dünya ithalatının %2,1'ini temsil etmektedir (Tablo 1).

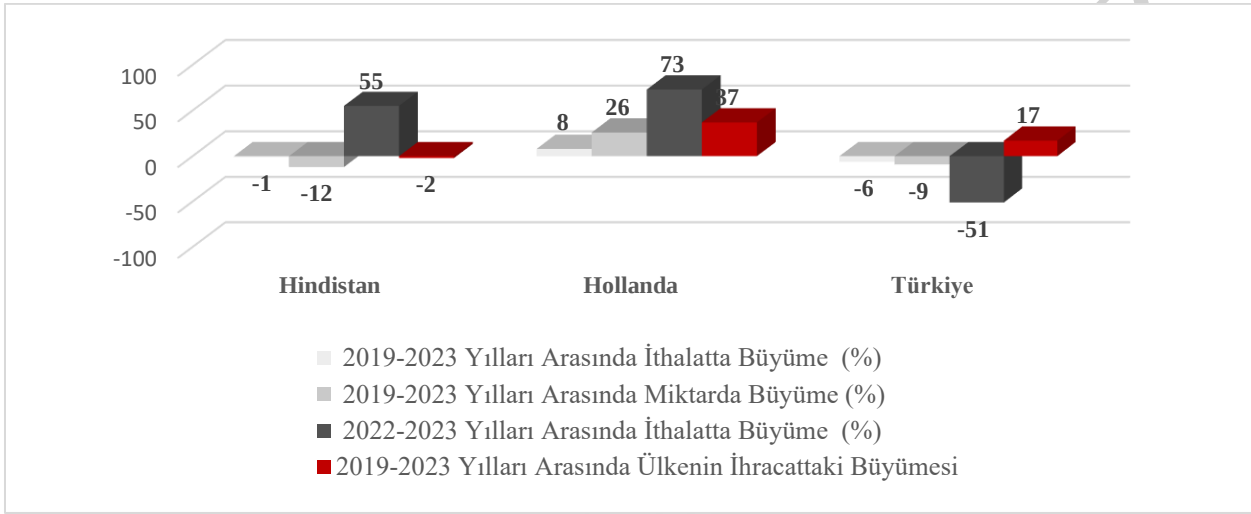
Belçika'nın İhracatçıları	2023 Yılı İthalat Değeri (1000 ABD Doları)	2023 Yılı Ticaret Dengesi (1000 ABD Doları)	Belçika İthalatındaki Payı	2023 Yılı İthalat Rakamı (Ton)	Birim Fiyat (ABD Doları)	Tedarikçi Ülke ile Ortalama Uzaklık (km)	Ülkenin Uyguladığı Ortalama Tarif Oranı (%)
Hindistan	1.042	-1.042	23,3	6.260	166	3.047	0
Angola	822	-822	18,4	2.700	304	-	0
Hollanda	774	827	17,3	26.217	30	352	0
Fransa	689	-351	15,4	12.670	54	1.254	0
Norveç	210	-210	4,7	6.112	34	5.155	0
Brezilya	174	-174	3,9	157	1.108	16.107	0
Türkiye	141	-141	3,1	714	197	2.315	0
Mısır	133	-133	3	342	389	2.376	0
Almanya	127	36	2,8	118	1.076	609	0
Morocco	105	-105	2,3	222	473	1.927	0
İngiltere	65	41	1,5	175	371	1.724	0
Tunus	53	-53	1,2	76	697	1.544	0
Vietnam	39	-39	0,9	168	232	-	0
Portekiz	36	-35	0,8	2	18.000	6.755	0
İrlanda	31	-31	0,7	118	263	807	-

Tablo 9: 251690 GTIP için Belçika'nın önde gelen ilk 15 ihracatçı ülke verileri

Tablo 9'da Belçika'nın 251690 GTIP ürünüde alım yaptığı ilk 15 ülke yer almaktadır. Belçika pazarlarının birçoğu Avrupa ülkesi olmaklar birlikte Asya ve Afrika kıtası ülkelerinden de ana pazarları bulunmaktadır. Belçika pazarının %23,3'üne Güney Asya ülkesi olan Hindistan sahiptir. 1 milyon ABD doları ithalat değeri ile en büyük ana pazarlardan biri olan Hindistan'ın bu ürüne uyguladığı birim fiyat 166,00 ABD dolarıdır. Belçika'nın bir diğer ana pazarı ise Afrika kıtasında yer alan Angola'dır. Angola, Belçika pazarının %18,4'ünü oluşturmaktadır.

Ülkemiz Belçika'nın pazarlarından biri olup, %3,1'lik bir Pazar payına sahiptir. Ayrıca, Belçika pazarında ticaret açığı vermektedir. Türkiye'den ithal edilen ürünlerin ortalama birim fiyatı 197,00 ABD dolarıdır.

Belçika pazarında ülkelerin söz konusu ürüne uyguladıkları birim fiyat politikası değişkenlik göstermektedir. Bu duruma lojistik etkenlerin ya da pazarlarda bulunan ürünlerin niteliklerindeki farklılıkların neden olduğu düşünülebilir.



Grafik 3: Belçika'nın önde gelen pazarlarının ve Türkiye'nin dünya pazarındaki büyümeleri

Grafik 3'de Belçika'nın önde gelen ilk iki ihracatçısı ile ülkemizin 2019-2023 yılları arasındaki pazardaki büyüme performansları karşılaştırılmıştır. Belçika'nın ikinci ana pazarı olan Angola'nın büyüme verileri olmadığı için tabloda yer verilmemiştir. Hindistan genel olarak daralan Pazar görünümü sergilemesine rağmen 2022-2023 yılları arasındaki büyüme oranı %55 olmuştur. Hollanda ise hem son beş yılda hem son bir yılda pozitif büyüme göstermiştir. Ülkemiz ise 2019-2023 yılları arasında Belçika özelinde daralan bir pazar olmasına rağmen 2019-2023 yılları arasında %17'lik bir değerlerine pazarını genişletmiştir.

Belçika'nın 251690 GTIP ürünü bazında uygulanan ithalat gereksinimleri için detaylı bilgiye aşağıdaki web sitesinden ulaşılabilir.

[Belçika İthalat Gereksinimleri \(Global Trade Help Desk\)](#)

HEDEF ÜLKELERDE E-İHRACAT PAZARLARI

Çevrimiçi kanallarla yurt dışından alınan siparişlerin, mikro ihracat kuralları kapsamında alıcıya ulaştırılması e-ihracat olarak tanımlanmaktadır. Geleneksel ihracata göre yatırım maliyetleri düşük olan e-İhracat ise, ülkelerin içinde bulunduğu ekonomik dalgalanmalardan en az etkilenen e-ticaret yöntemidir.

E-ticaret pazarlarında giriş yapmadan önce kullanılan ödeme yöntemleri, ödeme standartları ve ödeme hizmet sağlayıcılarının değerlendirilmesi; hedef pazarın lojistik altyapısı konusunda detaylı analiz yapılması ve muhtemel risklerin belirlenmesi önem taşımaktadır. Bununla birlikte, e-ihracata yapılacak sitenin çoklu dil altyapısına sahip olması ve sitede ülke bazlı vergi oranlarının tanımlı olması alıcılar için önemli etkenlerdir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, şirketlerin e-ihracat pazarlarına girişlerini desteklemek amacıyla; dijital Pazar yeri tanıtım desteği, yurt dışı depo kira desteği vb. teşvik sistemleri yürütmektedir. Detaylı bilgiye bakanlığının resmi web sitesinden ulaşılması mümkündür.

251690 GTIP kodlu ürüne yönelik yapılan pazar araştırması kapsamında; söz konusu ürünün işlenmiş ve daha küçük ölçekli formlarının internet üzerinden satılabileceği değerlendirilmektedir.

İlgili ürünün hedef ülkelerde yer alan işletmelere satışında aşağıdaki platformların etkili olabileceği değerlendirilmektedir.

- Alibaba: Küresel ölçekte taş ihracatı için en büyük platform
- EC21 & Europages: Avrupa'daki taş tedarikçileriyle bağlantı kurma fırsatı

İlgili ürünün hedef ülkelerde yer alan son tüketiciye satışında aşağıdaki platformların etkili olabileceği değerlendirilmektedir. Son tüketiciye satışlarda ürünün işlenmiş ve küçük ölçekli formları tercih edilmelidir.

- Amazon Handmade – El işçiliği taş dekorasyon ürünleri için
- Etsy

HEDEF ÜLKELERDE GÜMRÜK UYGULAMALARI

Türkiye'den Hollanda, Fransa ve Belçika'ya yapılan 251690 GTIP ürünü için ihracatta gümrük vergisi %0 olarak belirtilmektedir. Ayrıca özel bir ticaret kısıtlaması bulunmamaktadır. Bununla birlikte, sertifikasyon, etiketleme, lisanslama vb. konularda düzenlemelere tabi tutulmaktadır.

Bahse konu üründe hedef ülkelerin gümrük uygulaması ve düzenleyici gerekliliklerine yönelik detaylı bilgiye aşağıdaki web sitelerinden ulaşılabilir.

- [Hollanda Gümrük Tarifesi ve İthalat Düzenlemeleri \(MacMAP\)](#)
- [Fransa Gümrük Tarifesi ve İthalat Düzenlemeleri \(MacMAP\)](#)
- [Belçika Gümrük Tarifesi ve İthalat Düzenlemeleri \(MacMAP\)](#)

Gümrük süreçlerini daha kolay ve doğru yürütebilmek amacıyla Gümrük Müşaviri ile çalışılabilir. Gümrük ve Dış Ticaret Mevzuatı kapsamında işlemlerin ve beyanların doğru yürütülmesini sağlamak, dijital uygulamalar gibi teknik konularda destek almak, ihracat süreçleri ile ilgili muhtemel risk ve sorunları önceden değerlendirebilmek için bu konularda uzmanlaşmış olan Gümrük Müşavirlerinden destek alınmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

HEDEF ÜLKELERDE İŞ KÜLTÜRÜ

Dış ticarete ekonomik göstergeler kadar kültürel anlayışlar da önemli bir paya sahiptir. Ülkelerin kendilerine özgü iş kültürleri bulunmaktadır. Bu bölümde, ticaret yapılması öngörülen hedef pazarlardaki iş etkileşimlerini arttırabilmek amacıyla ülkelerin iş kültürleri ve profesyonel iş yaklaşımları incelenmiştir.

HOLLANDA'DA İŞ KÜLTÜRÜ

Hollanda iş kültüründe detaylı iş bölümü, planlı çalışma ve doğrudan iletişim esastır. İş görüşmelerinde doğrudan konuya girilir ve sohbet minimum düzeydedir. Yazılı sözleşmeler titizlikle hazırlanmalı, tahkim maddeleri mutlaka eklenmelidir; bu konuda uzman danışmanlık hizmeti almak önemlidir. Özellikle Hollanda Tahkim Kuruluşu 'NAI' kurumsal uyuşmazlıklar için önerilir.

Hollanda'da randevular aylar öncesinden planlanır. Tatil dönemleri genellikle Mayıs-Eylül arasında yoğunlaşır; özellikle Temmuz ve Ağustos aylarında firma ve kurumlarda ulaşılabilirlik düşüktür. Ayrıca okul tatillerinin etkisi Mayıs ayında da hissedilir. İş görüşmeleri planlanırken, bu dönemlerin dikkate alınması gerekir.

Hollandalılar, pazarlık sırasında doğrudan ve açık iletişimi tercih eder, imalar yerine net ifadeleri tercih ederler. Mizah ve yaratıcılık pazarlık ve reklam faaliyetlerinde etkilidir. İş ilişkilerinde yazılı ve net sözleşmeler önem taşır, profesyonel destek almak faydalı olacaktır.

Kalite, tevazu ve dürüstlük Hollanda pazarında kritik öneme sahiptir. Özellikle lüks markalarda gösterişten kaçınmak ve Kalvinist değerleri gözetmek önemlidir. Fiyatlandırma ve pazarlık süreçlerinde açık ve doğrudan olmak, kültürel uyumu güçlendirecektir.

FRANSA'DA İŞ KÜLTÜRÜ

Fransa, Avrupa'da önemli bir ekonomi olup, Türkiye'nin gerçekleştiren daha fazla ihracat potansiyeline sahip olduğu değerlendirilen bir pazardır. İhracatçılarımız, katı ancak öngörülebilir kuralları olan bu pazara sabırla ve Ticaret Müşavirlikleri ve Ataşeliklerden alacakları destekle giriş yaparak kalıcı olabilirler. Ancak AB ülkeleriyle sınırların olmaması nedeniyle diğer Avrupa firmaları pazarda yüksek paya sahiptir. Fransız firmaları geleneksel olarak tanıdıkları tedarikçilerle çalışmayı tercih eder ve yeni tedarikçilere karşı temkinlidir. Ayrıca Fransız tüketicilerin yerli ürünleri tercih etmesi, pazara girişi zorlaştırmaktadır.

Türk ürün ve hizmetlerinin kalitesinin, kapsamlı tanıtım kampanyaları, sponsorluklar, ticaret heyetleri ve fuarlarla sürekli anlatılması, pazarda yer edinmek için önemlidir. CE belgesinin yanı sıra zorunlu olmayan "Norme Française" belgesi alınması, ürünlerin tercih edilmesini sağlayabilir. Fransızca iletişim konusunda profesyonel destek alınmalı, fuar ve iş ziyaretlerinde tercüman bulundurulmalıdır.

Fransız iş kültüründe çalışma programları önceden planlanmakta, Noel, yılbaşı ve Ağustos aylarında önemli görüşmelerden kaçınılmalıdır. Fuarlara katılım, sektörel dergi ve gazetelere reklam verilmesi gibi faaliyetler pazara girişte etkili olacaktır.

Türkiye'nin otomotiv, makina, mobilya, yapı malzemeleri, tekstil, sağlık ve bilişim hizmetleri gibi sektörlerde iyi potansiyeli bulunmaktadır. Pandemi sonrası lojistik avantajlar ve Fransa'daki enerji krizi, cam ve çelik gibi sektörlerde yeni fırsatlar yaratmıştır. Ayrıca organik sertifikalı, çevre dostu, ileri teknolojiye sahip, etik üretim süreçlerine uygun ve tasarım odaklı ürünlerle pazara giriş yapılması, Fransa'da pazar payının artırılması için büyük önem taşımaktadır.

BELÇİKA'DA İŞ KÜLTÜRÜ

Belçika'da Flaman ve Alman toplumları Salon kesimine kıyasla daha içe dönük olup, Brüksel Bölgesinin Fransızca konuşan toplumu ise nispeten daha resmidir. Fransızca, Flamanca ve Almanca olmak üzere ülkenin 3 resmi dili bulunmaktadır. Muhatapınızın ana dilinde görüşmeyi gerçekleştirmek oldukça sıcak karşılanır, ancak iş hayatında ve toplantılarında İngilizcenin yeterli olması kuvvetle muhtemeldir.

Yüz yüze görüşmeler tercih edilir, ancak uluslararası faaliyetlerin yoğunlaşması ve teknik imkânlarının da yaygınlaşmasıyla beraber görüşmelerin niteliği ve içeriğine göre zaman zaman video konferans yöntemi ile de görüşmeler gerçekleştirilebilmektedir.

İş görüşmelerinde, kartvizit bulundurmak, masa etrafında yer alan herkes ile tokalaşmak ve muhataplar ile konuşurken göz teması kurmak önemlidir. Toplantılar, üst yönetimin katılımı olsun veya olmasın daha ziyade ekip odaklıdır. Bu çerçevede, proje bazlı ekipler ile görüşmeler oldukça daha sık yapılmakta olup, üst yönetimin programının yoğun olması nedeniyle kendileriyle toplantı



Ankara Ticaret Odası

yapabilmek için erkenden randevu almak gerekebilmektedir. Sunum planlandıysa, toplantıdan önce muhatap tarafa bilgi vermek gerekir. Zira toplantı yerinin uygun ekipman ile hazırlanması söz konusu olabilir. Toplantı sürelerine uyulması önemlidir. Ayrıca belirli veya somut teklif varsa bilgilerinin önceden verilmesi de uygundur. Görüşmelerde gündeme gelen, sonrasında cevap beklenen konulara ilişkin geri dönüşlerde aceleci olunmaması, ancak kibar bir dille hatırlatılması faydalı olacaktır.

MÜŞTERİ ANALİZİ

Bu bölümde, hedef pazarlarda yer alan mevcut ve potansiyel müşteriler ve bu müşterilere ait irtibat bilgileri ile web siteleri verilmiştir.

HOLLANDA

1. EU NATURALSTONES

Web site: <https://eu-naturalstones.com/>

Telefon: +31 640 856 823

E-posta: info@eu-naturalstones.com

Adres: Ir. Herman de Grootweg 8 3201 AB Spijkenisse/ Netherlands

2. THE FLAGSTONE COMPANY

Web site: <https://www.flagstones.nl/>

E-posta: info@flagstones.nl

Telefon: +31 578-560048

Adres: Aalbosweg 14-16 8171 MA Vaassen/Netherlands

3. CLASSIC STONE

Web site: <https://classicstone.nl/>

Telefon: +31 010 - 2375832

E-posta: info@classicstone.nl

Adres: Industrieweg 111 3044AS Rotterdam/Netherlands

4. PURE NATURAL STONE BV

Web site: <https://www.purenaturalstone.com/materialen/>

Telefon: +31 010 - 020 261 5219

E-posta: info@purenaturalstone.com

Adres: Bloemendalerweg 3, 1382 KB Weesp

5. RED STONE

Web site: <https://redstone.nl/>

Telefon: +31 020-6850583

E-posta: redstone@redstone.nl

Adres: Benit 28, 1043 BB Amsterdam/Netherlands





Ankara Ticaret Odası

FRANSA

1. STONELEAF

Web Site: <https://stoneleaf.fr/contact/>

Telefon: +33 01 43 96 49 59

E-posta: contact@stoneleaf.fr

Adres: 23, rue de Cléry – 75002 Paris

2. STONES PARTNER

Web Site: <https://www.stonespartner.com/>

Telefon: +33 02 99 54 97 50

E-posta: contact@stonespartner.com

Adres: ZA Des 4 Chemins – 15 rue Edison 35250 Mouaze/France

3. CENTROPLANA

Web Site: <https://centroplana.fr/>

Telefon: +33 06 61 85 17 21

E-posta: accueil.centroplana@gmail.com contact@centroplana.fr

Adres: 1100 Rte de la Goutte, 42210 Unias, Fransa

4. CUPA STONE

Web Site: <https://www.cupastone.com/>

Telefon: +33 55 50 60 020

E-posta: contact@cupastone.com

Adres: 14 Rue André Ampère, 87220 Feytiat, Fransa

BELÇİKA

1. GCR STONE - Pierres Reconstituées

Web Site: <https://pierrereconstituee.be/>

Telefon: +32 (0) 81 61 65 96

E-posta: info@gcr-stone.com

Adres: Chau. de Charleroi 203, 5030 Gembloux, Belçika

2. NIJST STONE

Web Site: <https://nijst-natuursteen.be/nl/>

Telefon: +32 (0) 89 41 62 79

E-posta: danielle@nijst-natuursteen.be

Adres: Taunusweg 12, 3740 Bilzen-Hoeselt, Belçika

3. GLOBAL STONE

Web Site: <https://globalstone.be/>

Telefon: +33 496 67 35 12

E-posta: info@globalstone.be

Adres: Av. d'Audenarde 57, 7540 Tournai, Belçika





Ankara Ticaret Odası

4. ELITE STONE

Web Site: <https://www.stonelights.be/>

Telefon: +32 475 42 99 49

E-posta: info@stonelights.be

Adres: Mallekotstraat 67 H, 2500 Lier, Belçika

5. MARMEX MARBRERIE

Web Site: <https://www.marmex.be/>

Telefon: +32 02 395 59 99 Gsm : +32 0 489 15 22 06

E-posta: info@marmex.be professionnels@marmex.be

Adres: Rem Saint-Joseph 34B/B, 7850 Enghien, Belçika

PARAYLA SATILAMAZ





Ankara Ticaret Odası

YURT DIŞI FUARLAR

Bu bölümde, 251690 GTIP için yurt dışında düzenlenen fuarlar incelenmiştir. Öncelikli olarak söz konusu üründe T.C. Ticaret Bakanlığı'nın 2025 yılı destekleri kapsamına alınan fuarlar listelenmiştir.

FUAR ADI	KONUSU	BAŞLANGIÇ TARİHİ	BİTİŞ TARİHİ	ŞEHİR	ÜLKE	ORGANİZATÖR
ARCHITECTURAL BUILDİNG WEEK 2025	İnşaat/Yapı Ürünleri Ve Teknolojileri	26.03.2025	29.03.2025	SOFYA	BULGARİSTAN	MERİDYEN
30. MOSBUILD	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojisi	1.04.2025	4.04.2025	MOSKOVA	RUSYA FEDERASYONU	EXPOTİM
CONSTRUMA 43. INTERNATIONAL BUILDING TRADE EXHIBITION	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	9.04.2025	13.04.2025	BUDAPEŞTE	MACARİSTAN	WORLD EXPO
137. CANTON ÇİN İTHAL VE İHRAÇ ÜRÜNLERİ FUARI 1. FAZ	Genel Ticaret	15.04.2025	19.04.2025	GUANCO	ÇİN	İTO
SEEBBE 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	23.04.2025	26.04.2025	BELGRAD	SIRBİSTAN	TÜYAP
BATIMATEC 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	4.05.2025	8.05.2025	CEZAYİR	CEZAYİR	MERİDYEN
UK CONSTRUCTION WEEK LONDON (THE STONE SHOW & HARD SURFACES AND HVAC+R dahil)	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	7.05.2025	9.05.2025	LONDRA	İNGİLTERE	EXPOTİM
INTERNATIONAL HARDWARE FAIR ITALY 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	8.05.2025	9.05.2025	BERGAMO	İTALYA	MERİDYEN
LIBYA BUILD 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	12.05.2025	15.05.2025	TRABLUS	LİBYA	TROY
CONSTRUMAT 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	20.05.2025	22.05.2025	BARSELONA	İSPANYA	WORLD EXPO
AQAR FAIR (4.İRAQ INTERNATIONAL EXHİBİTİON FOR REAL ESTATE,INVESTMENT AND BUILDİNG SUPPLİES 2025)	Yapı İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	21.05.2025	24.05.2025	BAĞDAT	IRAK	MERİDYEN
PROJECT QATAR 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	26.05.2025	29.05.2025	DOHA	KATAR	TROY
CTT EXPO 2025	Yapı, İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	27.05.2025	30.05.2025	MOSKOVA	RUSYA FEDERASYONU	İTO
"THE BIG 5 CONSTRUCT EGYPT (INFRASTRUCTURE & WATER EXPO DAHİL)"	Yapı İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	17.06.2025	19.06.2025	KAHİRE	MISIR	LADİN
MATEXPO 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	10.09.2025	14.09.2025	KORTRIJK	BELÇİKA	MERİDYEN
SAUDI INFRASTRUCTURE &	Yapı İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	15.09.2025	17.09.2025	RİYAD	S.ARABİSTAN	LADİN

Bu raporda yer alan bilgiler ve değerlendirmeler, tamamen öneri niteliğinde olup bağlayıcı bir ticari sorumluluk taşımamaktadır.

Dış Ticaret İstihbarat Raporu



DTİM
ANKARA TİCARET ODASI
DİŞ TİCARET
İSTİHBARAT MERKEZİ



Ankara Ticaret Odası

SMART CITIES SAUDI EXPO						
THE BIG5 CONSTRUCT NIGERIA 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	23.09.2025	25.09.2025	LAGOS	NİJERYA	LADİN
JEDDAH CONSTRUCT	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	28.09.2025	30.09.2025	CİDDE	S.ARABİSTAN	LADİN
ARCHITECTURAL BUILDİNG WEEK 2025	İnşaat/Yapı Ürünleri Ve Teknolojileri	26.03.2025	29.03.2025	SOFYA	BULGARİSTAN	MERİDYEN
30. MOSBUILD	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojisi	1.04.2025	4.04.2025	MOSKOVA	RUSYA FEDERASYONU	EXPOTİM
CONSTRUMA 43. INTERNATIONAL BUILDING TRADE EXHIBITION	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	9.04.2025	13.04.2025	BUDAPEŞTE	MACARİSTAN	WORLD EXPO
137. CANTON ÇİN İTHAL VE İHRAÇ ÜRÜNLERİ FUARI 1. FAZ	Genel Ticaret	15.04.2025	19.04.2025	GUANCO	ÇİN	İTO
SEEBBE 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	23.04.2025	26.04.2025	BELGRAD	SİRBİSTAN	TÜYAP
BATIMATEC 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	4.05.2025	8.05.2025	CEZAYİR	CEZAYİR	MERİDYEN
UK CONSTRUCTION WEEK LONDON (THE STONE SHOW & HARD SURFACES AND HVAC+R dahil)	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	7.05.2025	9.05.2025	LONDRA	İNGİLTERE	EXPOTİM
INTERNATIONAL HARDWARE FAIR ITALY 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	8.05.2025	9.05.2025	BERGAMO	İTALYA	MERİDYEN
LIBYA BUILD 2025	Yapı/İnşaat Ürünleri Ve Teknolojileri	12.05.2025	15.05.2025	TRABLUS	LİBYA	TROY

Tablo 10:251690 GTIP için T.C. Ticaret Bakanlığı destekli yurtdışı fuarlar

Uluslararası fuar kaynaklarından yapılan araştırmaya göre hedef pazarlarda düzenlenecek fuarlar da Tablo 11’de verilmektedir.

FUAR ADI	KONUSU	BAŞLANGIÇ TARİHİ	BİTİŞ TARİHİ	ÜLKE	ŞEHİR
ARCHITECT AT WORK	Yapı Ürünleri ve Mimari Dekorasyon	21 Mayıs 2025	22 Mayıs 2025	FRANSA	Marseille
ROCALIA 2025	Doğal Taşlar	2 Aralık 2025	2 Aralık 2025	FRANSA	Lyon

Tablo 11:251690 GTIP için hedef pazarlardaki fuarlar

PAZARA GİRİŞ STRATEJİLERİ

Küresel pazara açılma yaklaşımları olarak da ifade edilen pazara giriş stratejileri, firmaların belirlemeleri gereken önemli bir konudur. Yabancı pazarlara açılmak işletmeler için yeni rekabet avantajları sağlayabilmektedir. Bu avantajlardan fayda sağlayabilmek için işletmelerin kendine en uygun giriş stratejisini belirlemesi gerekmektedir.

Pazara giriş stratejileri şu şekildedir;

- 1. Doğrudan İhracat:** Ürünlerin doğrudan hedef pazara satılmasıdır. Hedef ülke pazarında yer alan acente ve distribütörlerle çalışılabilir. İhracatçı firma herhangi bir aracı kuruluş olmadan tüm ihracat süreçlerini kendisi yürütür. Doğrudan ihracat yönteminde, firmaların üretim ve pazarlama maliyetlerini kontrol altında tutabilme özellikleri daha yüksektir bu durum kar elde etme şansını da beraberinde getirmektedir.
- 2. Dolaylı İhracat:** Distribütör veya acenteler gibi yerel bir iş ortağı aracılığıyla pazara girişin sağlanması yöntemidir. İhracata yeni başlayan firmalar için uygun bir yöntem olarak değerlendirilmekle birlikte, firmaların yabancı pazardaki kontrolü sağlaması ve tecrübe kazanması oldukça zordur. Bu nedenle, firmaların dolaylı ihracat süreçlerinde tecrübe kazanmasının ardından doğrudan ihracata yöneldikleri görülmektedir.
- 3. Ortak Girişimler ve Stratejik İş Birlikleri:** İki veya daha fazla işletmenin bir araya gelmesi ile oluşturulur. Bu ortaklık yapısında, yerel bir firma hedef pazardaki bir işletme ile birleşmektedir. Ortaklık ilişkisinde riskler paylaşıldığı gibi elde edilecek kazançlar da paylaşılır.
- 4. Doğrudan Yatırım:** Hedef pazarda üretim veya ofis açarak varlık oluşturulmasıdır. İhracat yapan firmanın, doğrudan yatırım gerçekleştireceği pazarda tecrübe sahibi olması ve pazarın büyüklüğü önemli faktörlerdir. Bu yöntem, yatırım miktarı ve risk düzeyi en yüksek stratejidir.
- 5. E-Ticaret ve Dijital Kanallar:** Çevrimiçi satış platformları kullanarak hedef pazara ulaşma yöntemidir. Çevrimiçi kanallarla pazara girerken markanın uluslararası farkındalık yaratacak şekilde kurgulanması gerekmektedir. Buna ek olarak firmaların web sayfalarının iyi tasarlanmış olması, e-ticaret pazarlarındaki etkinliği arttırmada önemli bir role sahiptir.
- 6. Lisans Anlaşmaları:** İmalatçılar için uluslararası pazarlara girmenin en kolay yoludur. Yatırım, pazar bilgisi, tanıtım gerektirmeden uluslararası pazarlara girme imkânını sunmaktadır. Lisans Anlaşması, bazı üretim ya da iş süreçlerinin, ticari markanın, patentin ya da diğer hakların ücret ya da ortaklık karşılığı satılmasıdır.

LOJİSTİK VE OPERASYONEL FAKTÖRLER

TESLİM ŞEKİLLERİ (INCOTERMS)

Incoterms; "International Commercial Terms" ün (Uluslararası Ticaret Kuralları) kısaltılmış ismidir. ICC – International Chamber of Commerce (Uluslararası Ticaret Odası) tarafından düzenlenen, eşyanın taşınması ile teslimi aşamalarında, sorumluluklar ve maliyetlerin taraflar arasında dağılımını belirleyen kurallar bütünüdür. İlki 1936 yılında belirlenen Uluslararası teslim şekilleri, belirli aralıklarla güncellenerek çağın şartlarına uygun hale getirilmektedir.

Incoterms, hukuki ihtilaflarda bağlayıcı nitelikte değil, tavsiye niteliği taşımaktadır. Uluslararası ticarete alıcıların ve satıcıların risk ve yükümlülüklerinin hangi aşamada sonlandığını belirlemekte, dış ticaret sözleşmelerinde ihtilafları önleme görevi görmektedir.

Incoterms maddeleri İngilizce tanımların baş harflerinden oluşan kısaltmalarla ifade edilmektedir.

Tüm Taşıma Türleri için Kullanılan Teslim Şekilleri

1. **EXW – Ex Works (İhracatçının İş Yerinde Teslim):** Tüm masraf ve riskler ithalatçıya ait olmak üzere eşyanın, ihracatçının depo ya da fabrikası gibi belirlenen yerde teslim edilmesidir.
2. **FCA – Free Carrier (Taşıyıcıya Teslim):** Eşyanın, ithalatçının belirlediği taşıyıcıya, ihracatçının ülkesinde belirlenen yerde teslim edilmesidir.
3. **CPT – Carriage Paid To (Taşıma Ücreti Ödenmiş Teslim):** Belirlenen taşıta ait taşıma bedelinin (navlun) ihracatçı tarafından ödendiği, sigorta ve diğer masrafların ithalatçıya ait olduğu teslimdir.
4. **CIP – Carriage and Insurance Paid To (Taşıma Ücreti, Sigorta ödenmiş Teslim):** İhracatçının taşıma ücreti ile sigorta masraflarını ithalatçının ülkesinde belirlenen noktaya kadar ödediği teslim şeklidir.
5. **DAT – Delivered at Terminal (Terminalde Teslim):** Tüm masraf ve riskler ihracatçıya ait olmak üzere, eşyanın ithalatçının ülkesinde belirlenen liman/terminalde araçtan boşaltılarak teslim edilmesidir.
6. **DAP – Delivered at Place (Belirlenen Yerde Teslim):** Eşya ithalatçının ülkesinde ve belirlenen adrese vergiler hariç tüm masraflar ödenmiş olarak teslim edilir.
7. **DDP – Delivered Duty Paid (Gümrük Vergileri Ödenmiş Halde Teslim):** Eşyanın ithalatçının ülkesinde tüm masraflar ve gümrük vergileri ödenmiş olarak tüm teslim edilmesidir.

Deniz ve İç Sularda Kullanılan Teslim Şekilleri

1. **FAS – Free Alongside Ship (Gemi yanında Teslim):** Eşyanın belirlenen deniz taşıtına yüklenmek üzere rıhtım ya da yükleme alanında teslim edilmesidir.
2. **FOB – Free on Board (Gemide (Gemi Bordasında) Teslim):** Eşyanın belirlenen deniz taşıtına yüklenerek taşıma, sigorta gibi maliyet ve sorumlulukların ithalatçıya devredildiği teslim şeklidir.
3. **CFR – Cost and Freight (Navlun Ödenmiş Halde Teslim):** Eşyanın belirlenen deniz taşıtına ait taşıma bedelinin (navlun) ihracatçı tarafından ödendiği, sigorta ve diğer masrafların ithalatçıya ait olduğu teslimdir.
4. **CIF – Cost, Insurance and Freight (Masraflar, Navlun, Sigorta Ödenmiş Teslim):** Yükleme masrafları ile eşyanın ithalatçının ülkesinde belirlenen teslim alanına kadar taşıma bedeli, sigorta masrafları karşılanmış olarak teslim edilmesidir.



Şekil 3: Incoterms 2020'ye göre alıcı ve satıcıların sevkiyat aşamalarında sorumluluk dağılımları

Şekil 3'de Uluslararası Ticaret Odası'nın, 2020 yılında güncellediği Uluslararası Ticaret Kuralları'na göre, sevkiyat aşamasında alıcının ve satıcının sorumluluklarını göstermektedir. Tabloda yeşil renk ile belirtilen alanlar ithalatçının, lacivert renk ile gösterilen kısımlar ise ihracatçının sorumluluğundaki yükümlülükleri ifade etmektedir. İhracata başlamadan önce, alıcı

ve satıcının teslim şekillerinden kaynaklı oraya çıkabilecek avantajları ve riskleri değerlendirerek kendileri için en uygun teslim şekline karar vermesi gerekmektedir.

ÖDEME ŞEKİLLERİ

Uluslararası Ticaret Odası (ICC) tarafından dış ticarete ödeme şekilleri belirlenmiştir. İthalatçı ve ihracatçı arasındaki güven ilişkisinin derecesine, tarafların üstlendikleri risklere bağlı olarak uluslararası ticarete kullanılan farklı ödeme çeşitleri bulunmaktadır. Peşin ödeme, mal mukabili ödeme, vesaik mukabili ödeme ve akreditif yönetimi dış ticaret işlemlerinde kullanılan başlıca ödeme şekilleridir.

1. Peşin Ödeme (Cash Payment / Advance Payment / Prepayment / Cash Before Delivery):

Mal sevkiyatı gerçekleşmeden, ithalatçının mal bedelini ihracatçıya ödediği ödeme türüdür. İhracatçı herhangi bir risk üstlenmemektedir; sevkiyatın gecikmesi, malların siparişe uygun olmaması gibi riskler dolayısıyla bu ödeme şeklinde tüm risk ithalatçı üzerindedir. Uygulamada daha çok mal bedellerine ilişkin avans olarak kullanılabilir.

2. Mal Mukabili Ödeme (Cash Against Goods): İthalatçı malı teslim aldıktan sonra mal bedelini ihracatçıya öder. İhracatçı malları alıcı adına sevk ettikten sonra, malı temsil eden belgeleri ithalatçıya, ya doğrudan ya da bedelsiz teslim koşuluyla banka aracılığıyla gönderir. Mal mukabili ödeme; alıcı için avantaj, satıcı için ise risklidir. Bu sebeple risksiz ülkelere ve tanınmış firmalara yapılan satışlarda bu ödeme şekli kullanılmaktadır.

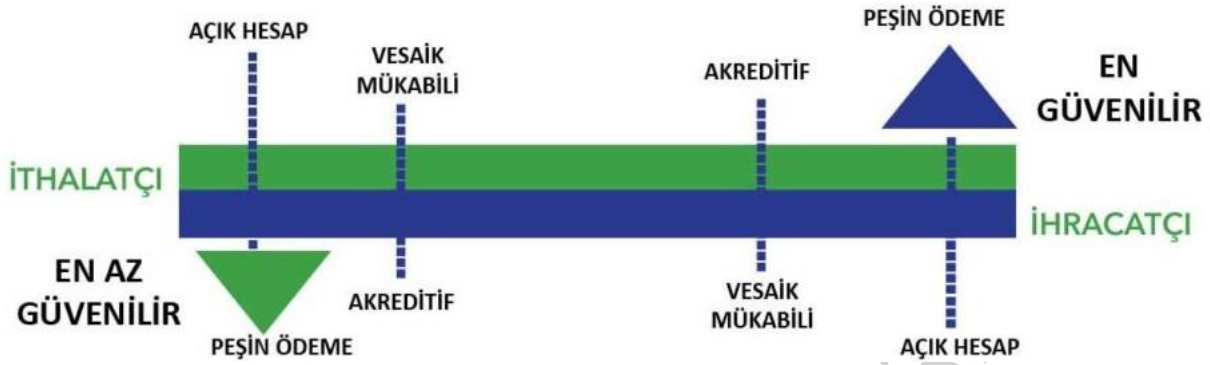
3. Vesaik Mukabili Ödeme (Cash Against Documents / Documentary Collections):

İhracatçının ithalatçı ile yaptığı satış sözleşmesine uygun olarak malları sevk etmesinden sonra bunları temsil eden sevk belgelerinin mal bedelinin tahsili karşılığında teslim edilmek üzere banka aracılığı ile ithalatçıya teslimine imkan veren ödeme şeklidir. Bir başka ifade ile bankanın ihraç bedelini tahsil ettikten sonra vesaikleri ithalatçıya teslim ettiği ödeme türüdür. İhracatçı için risk taşıyan bir ödeme şeklidir. Vesaik mukabili ödemelerde ithalat konusu malın ülkeye gelmiş olması şart değildir. Gerek ithalatçının ülkesindeki bankanın ve gerekse ihracatçının ülkesindeki bankasının hiçbir ödeme taahhüdü bulunmamaktadır. Vesaik Mukabili Ödeme yönteminde bankaların aval veya garanti vermemişlerse satış işleminin aksamadan gelişmesini garanti edecek herhangi bir yükümlülükleri söz konusu değildir. Bankalar sadece ihracatçının kendilerine verdiği vesaikin ithalatçının ülkesindeki muhabirlerine gönderilmesini ve tahsil emrindeki direktifler uyarınca alıcıya teslimi sorumluluğunu taşımaktadırlar.

4. Akreditifli Ödeme (Letter of Credit):

Şartlı bir ödeme taahhüdü olarak tanımlanabilmektedir. İthalatçının verdiği talimat doğrultusunda, ithalatçının çalıştığı bankanın belirli bir meblağa kadar ve belirli bir vade için istenilen koşulların yerine getirilmesi ve ihracatçı tarafından ihraç edilen malların ihracına ilişkin belgelerin ibrazı karşılığında ihracatçıya ödeme yapılacağını taahhüt edilmesini içerir. Akreditif hem ihracatçıyı hem de ithalatçıyı koruyan bir işlemdir. Uluslararası ticarete en sık kullanılan ödeme şeklidir.

5. Kabul Kredili Ödeme (Acceptance Credit): İthalatçı ile ihracatçı arasında yapılacak bir anlaşma ile ithal edilecek malların bedellerinin ödenmesinin malların sevkiyatından belli bir süre sonraya bırakılmasıdır. Bu ödeme şeklinde, mal bedelinin belirli bir vadede ödenmesini taahhüt eden ve bu ödemeyi garanti eden bir poliçe/bono bulunmaktadır.



Şekil 4: Ödeme şekillerinin alıcı ve satıcıya göre güvenilirlik karşılaştırması

Ödeme şekilleri, seçimi ve kullanımı ülkeden ülkeye ve ithalatçı ya da ihracatçı olma durumuna göre farklılık gösterebilmektedir. Her ödeme türü ihracatçı ve ithalatçı için değişen risk unsurları barındırmaktadır. Peşin ödeme ihracatçı için en avantajlı ödeme yöntemi olarak değerlendirilmekteyken, ithalatçı için en fazla risk taşıyan ödeme şeklidir. Akreditifli ödeme ve vesaik mukabili ödeme ise uluslararası ticarete en fazla kullanılan, her iki taraf için de güvenilir olan ödeme şekilleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Satış sözleşmesi imzalanmadan önce yapılacak görüşmelerde; tarafların hangi ödeme yönteminin her iki taraf için en optimal faydayı sağlayacağı üzerinde durmaları gerekmektedir.

GÜMRÜK DÜZENLEMELERİ (YASAL DÜZENLEMELER)

Bir vergi olarak gümrük; bir ülkeye giren/çıkan ve kanunların tanıdığı istisnalar dışında kalan mal ve eşyadan; sınırlarda, istasyonlarda, hava ve deniz limanlarında alınan vergi ve resimleri ifade etmektedir. İhracat süreçleri gümrük işlemleri ile başlamaktadır. Firmalar ve kişiler, gümrük mevzuatı gereğince öngörülen işlemleri gerçekleştirebilmektedir.

Gümrük işlemlerinin ilk adımı gümrük beyanının oluşturulmasıdır. Ülkeye giriş veya ülkeden çıkış yapacak olan eşyanın gümrük işlemlerinin gerçekleştirilmesi için bu eşya ve eşyaya yönelik dış ticaret işlemi hakkında gümrük idaresine detaylı bir bildirimde bulunulması gerekmektedir. Bu bildirim "gümrük beyanı" denir. Gümrük beyanının, ihracata konu yetkili gümrük idaresine yapılması gerekmektedir.

Gümrük beyanı, bilgisayar veri işleme tekniği ile "gümrük beyannamesi" düzenlenerek hazırlanmaktadır. Gümrük idarelerinde kullanılan, eşyanın gümrük sahasına girişinden çıkışına kadar tüm gümrük işlemlerinin gerçek zamanlı olarak bilgisayar ortamında yürütülmesini sağlayan



Ankara Ticaret Odası

BİLGE sistemi kullanılarak elektronik ortamda yazılı gümrük beyanı gerçekleştirilebilmektedir. Sisteme veri girişi yapılabilmesi için gümrük idaresinden BİLGE Kullanıcı Kodu ve Şifresinin alınması gerekmektedir. Gümrük Kanununa göre, gümrük beyannamesi, ait olduğu eşyanın vergileri ve olası cezalarından dolayı bir taahhüt ve beyan sahibi açısından bağlayıcı niteliktedir.

BİLGE sistemine kaydedilen gümrük beyannamesine sistem tarafından değişmez bir tescil numarası verilmektedir. Gümrük beyanının bu şekilde gümrük idaresi kayıtlarına aktarılmasına “beyanname tescili” adı verilmektedir. Gümrük mevzuatı hükümlerinin uygulanmasında gümrük beyannamesinin tescil tarihi esas alınmaktadır.

Gümrük beyanında verilen bilgilerin doğruluğu gümrük idaresi tarafından kontrol edilmekte ve bunun sonucunda ihracata konu mal için ödenmesi gereken vergiler hesaplanmaktadır.

GÜMRÜK REJİMLERİ

Konusu ve iktisadi amacına göre dış ticaret işlemine tabi tutulması planlanan ürünlere uygulanacak gümrük süreçlerinin sınıflandırılmasına gümrük rejimleri denilmektedir. Diğer bir ifadeyle, gümrük kanunuyla belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde yapılacak işlemler için tespit edilen kurallar bütünüdür.

Türk Gümrük Mevzuatına göre belirlenen gümrük rejimleri şunlardır:

- Serbest dolaşıma giriş
- Transit rejimi
- Gümrük antrepo rejimi
- Dahilde işleme rejimi
- Gümrük kontrolü altında işleme rejimi
- Geçici ithalat rejimi
- Hariçte işleme rejimi
- İhracat rejimi

Bu rapor firmaların ihracat kapasitelerini geliştirebilmek amacıyla hazırlanmıştır. Bu nedenle, rejimler içerisinde ihracata konu gümrük rejimlerinin detaylarına yer verilmiştir.

• Serbest Dolaşıma Giriş

Türkiye Gümrük Bölgesine gelen eşyaya; ticaret politikası önlemlerinin uygulanması, eşyanın ithali için öngörülen diğer işlemlerin tamamlanması ve kanunen ödenmesi gereken vergilerin tahsili ve diğer mali yükümlülüklerin yerine getirilmesi işlemidir. Eşya ihracat rejimi kapsamında



ise Türkiye Gümrük Bölgesi dışına çıkarılmasından dolayı üzerinde gümrük idarelerinin tasarruf yetkisi ortadan kalkmaktadır.

- **Transit Rejimi**

İhracatla ilgili gümrük işlemleri tamamlanmış, eşyanın, gümrük gözetimi altında Türkiye Gümrük Bölgesi içindeki bir noktadan diğerine taşınmasına uygulanır.

- **Gümrük antrepo rejimi**

Gümrük antreposu; gümrük gözetimi altında bulunan eşyanın korunması amacıyla kurulmuş depolardır. İhracatta yurt dışı edilecek malın bir gümrük antrepasına alınmasıdır.

- **Dahilde İşleme Rejimi**

Yerli üreticilerin dünya piyasa fiyatlarından, rekabetçi koşullarda ve daha kaliteli girdi (hammadde, yarı mamul ve mamul eşya olarak) ithal etmelerine imkan tanıyan ve dolayısıyla ihracatçılarımızın rekabet gücünü arttıran bir gümrük rejimidir. Burada amaç; ihracata konu ürünlerin üretimi için ithal edilen ve ithalatı gümrük vergisine tabi girdilere gümrük muafiyeti sağlanarak ihracatı teşvik etmek ve geliştirmektedir. Dahilde işleme rejiminden faydalanabilmek için ihracatçı işletmenin devlete ihracat taahhüdünde bulunması gerekmektedir. Bir başka ifadeyle; ithalata konu mal Dolaşım Belgesine (A.TR – EUR.1) sahip olup olmamasına bakılmaksızın Dahilde İşleme İzin Belgesi ile ithal ediliyorsa, ithalatçı gümrük vergisi muafiyetinden fayda sağlayabilmektedir. Gümrük muafiyetli ithalata izin verilmesine ek olarak, dahilde işleme rejimi çeşitli vergi, resim ve harç istisnalarını da içerir, bunlar;

- Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi
- Damga vergisi ve Harçlar
- Hal Rüsumu
- Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu kesintisi
- Diğer kanunlarda yer alan vergi, resim ve harçlar

Yapılacak olan ihracatın 3. ülkeye gerçekleştirilmesi durumunda, Dahilde İşleme İzin Belgesi ile yapılacak ithalatta kota ve gözetim önlemlerinden de muaf olunabilmektedir. Buna ek olarak, Dış Ticarete Standardizasyon ve Teknik Düzenlemelere ilişkin mevzuattan da muafiyet sağlanabilmektedir.

Dahilde işleme rejiminden fayda sağlanırken; muafiyet sistemi teminat usulü ile gerçekleşmemektedir. Dahilde İşleme İzin Belgesi kapsamında ithal edilen malın; gümrük vergisi, rejim, harç ve KDV yasal ödeme zorunlulukları ithalat işlemleri esnasında işletme tarafından ödenmek zorundadır. İthal edilen eşyanın ihracatı sırasında, işletme tarafından ödenen yasal zorunlulukların toplamı daha sonra ihracatçı firmaya ödenmek zorundadır. Geri ödeme sisteminin



Ankara Ticaret Odası

/ muafiyetlerin geçerli olmadığı durumlar da bulunmaktadır. Firma, ithal ürün üzerinden ihracat gerçekleştirecekse geri ödeme sistemine uygun olmayan durumların kontrolünü sağlanması gerekmektedir.

İhracatçı işletmelerin dahilde işleme rejiminden faydalanabilmesi için Dahilde İşleme İzin Belgesi'ne başvurmaları; bunun için firmanın ilgili ihracatçı birliğine kayıt olması gerekmektedir.

- **Hariçte İşleme Rejimi**

Serbest dolaşımdaki malın, işlem görmek amacıyla Türkiye Gümrük Bölgesinden geçici olarak ihraç edilmesi ve bu faaliyetler sonucunda elde edilen yeni ürünlerin ithalat vergilerinden tam veya kısmi muafiyet suretiyle yeniden serbest dolaşıma girişine ilişkin hükümlerin uygulandığı rejimdir. Yurtdışında düzenlenen sergi ve fuarlarda gösterilecek, tanıtımı ve reklamı yapılacak eşyalar hariçte işleme rejimi kapsamında, geçici ihracat rejiminden faydalanabilmektedir.

- **İhracat Rejimi**

Serbest dolaşımda bulunan malın, ihraç amacıyla Türkiye Gümrük Bölgesi dışına çıkışına ilişkin hükümlerin uygulandığı rejimdir.

GÜMRÜK BİRLİĞİ VE SERBEST TİCARET ANLAŞMALARI

Gümrük Birliği

İki ülke veya ülke grubu arasındaki ticarete geçerli olan vergilerin ve bazı kısıtlamaların kaldırılması uygulamasıdır. İki taraf arasındaki ticaret hacminin artırılması amacıyla kurulan gümrük birliklerine taraf olan ülkelerin toprakları tek bir gümrük alanı olarak değerlendirilmektedir.

Aralarında gümrük birliği kuran iki taraf, birbirlerinden satın alacakları mallara uyguladıkları miktar kısıtlamalarını kaldırır; gümrük vergilerini ise ya kaldırır ya da azaltırlar. Bu iki taraf dışında kalan ülkelere, yani üçüncü ülkelere satın alacakları mallara da ortak bir gümrük tarifesi uygulayarak aynı oranda vergi alırlar. Bu yöntemle, birlik içinden yapılacak mal alım satımının daha cazip hale getirilmesi; birlik dışından alınacak mallar üzerinde bir kısıtlama yaratılarak birlik içi ticaretin artması teşvik edilmesi amaçlanmaktadır.

Ülkemiz ile AB Gümrük Birliği, Türkiye-AB Ortaklık Konseyi'nin 6 Mart 1995 tarihli toplantısında kabul edilen 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı uyarınca, 1 Ocak 1996 tarihinden itibaren tamamlanmıştır. Türkiye-AB Gümrük Birliği, sadece sanayi ürünlerini ve işlenmiş tarım ürünlerini kapsamakta, geleneksel tarım ürünleri ise kapsam dışı bulunmaktadır. İşlenmiş tarım ürünlerinde gümrük vergileri tespit edilirken, tarım payı ile sanayi payı ayrılmakta ve sadece sanayi payı vergi muafiyetine tabi tutulmaktadır.





Ankara Ticaret Odası

ATR Belgesi: Gümrük Birliği kapsamında AB üyesi bir ülkeye ihracat yapılması durumunda, ihracata konu mal için düzenlenmesi ve gümrüğe verilmesi gereken belgedir.

Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA)

Anlaşmaya taraf ülkelerin kendi aralarındaki gümrük vergilerini kaldırması veya bu vergilerde indirim yapması uygulamasıdır. Gümrük birliğinden farklı olarak, üçüncü ülkelere karşı ortak bir gümrük tarifesi uygulanmamaktadır. Gümrük birliklerinde serbest dolaşım ilkesi geçerliyken serbest ticaret anlaşmalarında menşe kuralları uygulanır.

Menşe Belgeleri: Türkiye ile bir serbest ticaret anlaşması imzalamış olan bir ülke arasında; malın menşesine göre belirlenen serbest ticaret anlaşması kapsamına giren bir malın ticareti yapılırken, ihracatçı ülkede düzenlenen belgelerdir.

Bu kapsamda aşağıda belirtilen belgeden birisi düzenlenir:

- EUR.1 Dolaşım Belgesi (AB- Türkiye arasında kullanılmaktadır.)
- EUR-MED Dolaşım Belgesi (AB-EFTA-Türkiye ve bazı Akdeniz ülkeleri arasında kullanılmaktadır.)
- Form A Menşe İspat Belgesi (Gelişme Yolundaki Ülkeler veya En Az Gelişmiş Ülkelerden taviz tanıyan ülkelere yapılacak ihracatta düzenlenmektedir. Ülkemiz; ABD, Avustralya, Kanada, Japonya, Yeni Zelanda, Rusya, Belarus ve Ukrayna tarafından tanınan tavizlerden yararlanmaktadır.)
- D-8 Menşe İspat Belgesi (İran, Malezya, Nijerya, Türkiye, Endonezya, Pakistan arasında kullanılmaktadır.)
- Menşe İspat Belgesi (İran)
- Menşe İspat Belgesi (Malezya)
- Menşe Beyanı (Güney Kore)

İhracat işlemi gerçekleştirilmeden önce, ihracata konu ürünün Gümrük Birliği ya da Serbest Ticaret Anlaşması kapsamında dahil olup olmadığının kontrol edilmesi önemlidir. Bununla birlikte, ihraç edilecek mal menşe veya dolaşım belgesi olmadan gönderilebilir. Ancak, malın ithalatçı ülkeye girişi sırasında yapılan gümrük işlemlerinde, menşe ispat veya dolaşım belgesinin olmaması durumunda, ithalatçı firma vergi muafiyetinden veya indiriminden yararlanamamakta ve daha yüksek ithalat vergisi ödemek durumundadır.

Vergi Düzenlemeleri

Gümrük vergileri, gümrük yükümlülüğünün başladığı tarihte yürürlükte olan gümrük tarifesine göre hesaplanmaktadır. Bununla birlikte, ihracatta gümrük vergisi uygulanmaması esastır.





Ankara Ticaret Odası

Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu

Her türlü kabuklu ve iç fındık ile bazı hayvan derileri ve postları gibi geleneksel ihrac ürünlerinin ihracatında “Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu”na T.C. Ticaret Bakanlığının belirlediği miktarda fon kesintisi yapılmaktadır.

Dampinge Karşı Uygulanan Vergi

Damping; uluslararası bir pazarı elde etmek ya da bir malı elden çıkarmak amacıyla malın fiyatının büyük ölçüde düşürülerek satılmasıdır. İhracatçı ülkedeki eşdeğer ürünün normal değeri üzerinden belirlenen karşılaştırmalı bir veridir. İlgili ürünün ihrac fiyatı normal değerden düşükse, ürünün dampingli olduğu kabul edilmektedir. İki ürün arasındaki fark da “damping marjı” olarak adlandırılmaktadır. İhracat işlemlerinde damping marjı tespit edilen ürünlerin yerli üreticiyi olumsuz etkilemesinin önüne geçmek için dampinge karşı vergi uygulanmaktadır.

Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında Tahsil Edilen Telfi Edici Vergi

Üçüncü ülkeden, dahilde işleme rejimi kapsamında, ithal edilen bir ürünün; üretim süreçlerinden sonra Gümrük Birliği ve ya serbest ticaret anlaşması kapsamında bulunan bir ülkeye ihrac edilmesi durumunda, ithal edilen ürüne yönelik ihracat sırasında ödenen vergidir.

İhracatta Vergi İadeleri

İhrac edilen ürün üzerindeki KDV ve ÖTV'nin, fiili ihracatın gerçekleşmesi ve ihracat prosedürünün tamamlanmasından sonra iade edilebilmektedir.

İmalatçılar tarafından ihrac edilmek üzere ihracatçıya teslim edilen malların, 3 ay içinde ihrac edilmesi durumunda ihracat istisnası kapsamına girmekte ve KDV iadesinden yararlanılabilmektedir. İhracatın, belirlenen süre içinde haklı ve zorunlu nedenlerle gerçekleştirilememiş olması durumunda ise, 3 aylık sürenin bitiminden itibaren en geç on beş gün içinde iliği kurumlara başvurarak 3 aya kadar ek süre talep edilebilmektedir.

Özel Tüketim Vergisine ilişkin ihracat istisnası, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu ile belirlenmiştir. Buna göre, ÖTV Kanununa ekli listelerde yer alan malların ihracat teslimleri ÖTV'den istisnadır. Buna rağmen, serbest bölgelere yapılan ihracatlar, ÖTV iadesine dâhil değildir.



KAYNAKÇA

Baldwin, R. (2020). The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization. Harvard University Press.

Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2022). International Economics: Theory and Policy (11th ed.). Pearson Education.

Dünya Bankası. (2023). World Development Indicators. The World Bank Group. Erişim kaynağı: <https://data.worldbank.org>

Dünya Ticaret Örgütü. (2023). World Trade Statistical Review 2023. World Trade Organization. Erişim kaynağı: <https://www.wto.org>

International Monetary Fund (IMF). (2022). World Economic Outlook: Countering the Cost-of-living Crisis. International Monetary Fund. Erişim kaynağı: <https://www.imf.org>

T.C. Ticaret Bakanlığı. (2024). Focus Business Türkiye, Aralık 2024 sayısı. T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.

Cavusgil, S. T., & Zou, S. (1994). Marketing strategy-performance relationship: An investigation of the empirical link in export market ventures. *Journal of Marketing*, 58(1), 1-21.

Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., & Piercy, N. F. (2007). Financial performance outcomes and strategic market-related antecedents of export success. *Journal of International Marketing*, 15(2), 33-52.

Morgan, N. A., Katsikeas, C. S., & Vorhies, D. W. (2012). Export marketing strategy implementation, export marketing capabilities, and export venture performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(2), 271-289.

Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124-141.

Katsikeas, C. S., Piercy, N. F., & Ioannidis, C. (2000). Determinants of export performance in a European context. *European Journal of Marketing*, 34(1/2), 51-67.

Global Trade Helpdesk. (17.02.2025). Regulations for exporting 440131 from Turkey to Italy

Global Trade Helpdesk. (17.02.2025). Regulations for exporting 440131 from Turkey to Germany

Global Trade Helpdesk. (17.02.2025). Regulations for exporting 440131 from Turkey to Bulgaria



Ankara Ticaret Odası

Hüseynov, G. (n.d.). Uluslararası pazarlara giriş yöntemleri ve pazar araştırmaları. İstanbul Aydın Üniversitesi.

Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi. (n.d.). *Uluslararası pazarlara giriş stratejileri*

Ondokuz Mayıs Üniversitesi. (n.d.). *Dış Ticarete İhracat İşlemleri*

Ondokuz Mayıs Üniversitesi. (n.d.). *Dış Ticarete Gümrük Rejimleri*

Market Access Map. (n.d.). Query results for product 440131 - Reporter: 100, Partner: 792. Retrieved February 28, 2025,

TRADEINT (Şubat 2025) <https://www.tradeint.com/>

TRADEMAP (Şubat 2025) ITC <https://www.trademmap.org/>

GOOGLE MAPS (Şubat 2025) <https://maps.google.com>

PARAYLA SATILAMAZ





Bizimle İletişime Geçin

Özge Şahin

✉ ozge.sahin@atonet.org.tr

☎ +90 312 201 81 94

Sinem Göçer

✉ sinem.bodur@atonet.org.tr

☎ +90 312 201 81 95



Ankara Ticaret Odası



DTİM
ANKARA TİCARET ODASI
DİŞ TİCARET
İSTİHBARAT MERKEZİ