

YAŞ MEYVE VE SEBZE ÜRÜNLERİ İHRACAT REHBERİ

YAŞ MEYVE VE SEBZE ÜRÜNLERİ İHRACAT REHBERİ

AMAÇ

Değerli üyemiz, elinizde bulunan “Yaş Meyve Sebze İhracat Rehberi”, sizlerin gerek ihracata başlarken gerekse ihracat aşamasında ihtiyaç duyacağınız bilgi ve verileri, tek bir noktadan ve basit bir şekilde edinebilmenizi sağlamak maksadı ile ülkemizin değerli dış ticaret uzmanları tarafından özenle hazırlanmıştır.

Rehberde, Muğla ilimizde yaşayan bir hemşehrimizin yaş meyve sebze ihracatı yapabilmesi için yerine getirmesi gereken tüm yurtiçi ve yurtdışı koşul, şart ve işlemler adım adım gösterilmektedir; vergi numarası alınarak tacir vasfının elde edilmesinden ihracat sonrası ihracat bedeli dövizin yurda getirilmesi ve böylece ülkeye karşı olan ihracat taahhüdünün kapatılmasına kadar geçen süreç teker teker açıklanmaktadır.

Gerek akışta gerekse rehber içerisinde sözü edilen işlemler ile ilgili güncel uygulamaları, ihracat işlemlerinize başlamadan önce rehberde uzmanlarımız tarafından sözü edilen kaynaklardan teyit etmeniz ve eğer varsa değişiklikleri öğrenerek çalışmalarınızı bu çerçevede gerçekleştirmeniz işlemlerinizi hatasız ve sorunsuz bir şekilde gerçekleştirmeniz açısından önemlidir.



YAŞ MEYVE VE SEBZE ÜRÜNLERİ İHRACAT REHBERİ

GİRİŞ

Yaş meyve ve sebze ihracatında genel bilgilere ve uygulamalara geçmeden önce, söz konusu ürünün Muğla ilimiz dış ticaretindeki yerine çok kısa bakmakta fayda olacaktır. Yaş meyve ve sebze ürünleri Muğla ilimizin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ürünler içerisinde yer alır.



Muğla İhracat Potansiyeli ve İhraç Ürünleri

Aşağıda yer alan tabloda görüldüğü gibi ilimizin önde gelen ihracat ürünleri öncelikle Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller, Yaş Meyve ve Sebze ile Madencilik ürünleridir. Muğla 2019 yılında toplam 30 milyon ABD\$ tutarında Yaş Meyve ve Sebze ihracatı gerçekleştirmiştir. Bu rakam ilimizin 2019 yılı ihracatı olan 554 milyon ABD\$'ının %5'ine karşılık gelmektedir. Muğla'nın 2019 yılı yaş meyve ve sebze ihracatı 2018 yılı ile karşılaştırıldığında %18.09 oranında bir artış sağlandığı görülmektedir.

Muğla ilimizin 2018-2019 döneminde en fazla ihracatını gerçekleştirdiği ürünler ve ihracat artış oranları

Ürün	2018	2019	Değişim
Diğer Sanayi Ürünleri	1.060,91	1.063,72	0,27%
Elektrik Elektronik	360,47	491,68	36,40%
Fındık ve Mamulleri	0,13	0,00	-100,00%
Gemi ve Yat	37.871,16	20.602,86	-45,60%
Halı	48,52	87,55	80,44%
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	3.951,13	3.333,70	-15,63%
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	7.280,02	7.313,05	0,45%
İklimlendirme Sanayii	1.000,27	827,69	-17,25%
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	822,46	800,61	-2,66%
Kuru Meyve ve Mamulleri	118,19	60,33	-48,96%
Madencilik Ürünleri	59.339,05	66.310,59	11,75%
Makine ve Aksamları	5.986,95	6.495,42	8,49%
Meyve Sebze Mamulleri	3.305,28	4.139,12	25,23%
Mobilya,Kağıt ve Orman Ürünleri	4.429,49	4.719,59	6,55%
Mücevher	3.143,93	5.432,97	72,81%
Otomotiv Endüstrisi	931,25	3.204,34	244,09%
Savunma ve Havacılık Sanayii	15,91	51,52	223,85%
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	330.205,87	368.318,74	11,54%
Süs Bitkileri ve Mam.	126,11	130,12	3,18%
Tekstil ve Hammaddeleri	839,59	516,71	-38,46%
Yaş Meyve ve Sebze	25.925,40	30.615,06	18,09%
Zeytin ve Zeytinyağı	237,80	507,61	113,46%
TOPLAM	490.875,16	554.105,75	12,88%

1000 ABD\$ / Kaynak Türkiye İhracatçılar Meclisi

İHRACAT REHBERİ

1. VERGİ NUMARASI SAHİBİ GERÇEK VEYA TÜZEL KİŞİ TACİR OLUNMALI

Muğla'da yaşayan bir hemşehrimizin yaş meyve ve sebze ihracatına başlayabilmesi için yerine getirmesi gereken ilk şart esasen tüm ticari faaliyetleri gerçekleştirebilmek için ön şart olan bir vergi numarasına sahip olmasıdır. İster şirket kurarak (limited, anonim vb şirket) tüzel kişi vasfı ile ister gerçek kişi vasfı ile ticaret ve ihracat yapacak olsun, kanunlarımız gereği bir vergi numarası sahibi olması gerekir.

Ancak, yukarıda bahsedilen şart direkt ihracat olarak isimlendirilen ihracatın gümrük, banka, kambiyo ve evrak hazırlama aşamalarının hepsinin sorumluluğunun sizde olduğu ve ürünleri yurtdışındaki alıcınıza sizin



gönderdiğiniz durumlarda geçerlidir. Diğer yandan, eğer, gerçek usulde defter tutmuyorsanız ve çiftçi vasfı ile yaş meyve ve sebze ürünlerinizin ihracatı için bir tüccar firmadan yararlanmak istiyorsanız, yani, ürünlerinizi yurtdışında bir tüccara satmak ve ihracatı bu tüccarın yapmasını istiyorsanız, buna dolaylı ihracat denir, bu durumda bir vergi numarası ihtiyacınız olmayacaktır. Ürünlerinizi sattığınız ihracatçı tüccar, bu satıştan elde edeceğiniz gelirin stopajını devlete beyan ederek sizlerin adına ödeyecektir. Fakat bu durumda ihracatçı olarak adlandırılmayacağınızı ve yaptığınız satışın sadece bir yurtiçi satış olacağını unutmayın.

2. İŞLETMENİN ALT YAPISININ İHRACATA UYGUN OLUP OLMADIĞI İNCELENMELİ

İhracata başlamak, başarılı bir ihracat süreci geçirmek ve ihracatı sürdürülebilir kılmak için işletmelerin bu şartları yerine getirecek şekilde ve oranda bir alt yapıya sahip olmaları gerekir. Bu noktada yapıyı oluşturacak dört ana faktör vardır:

- İhracat sebebi
- Hedefler
- Pazarlama bütçesi
- İnsan kaynağı ve bilgi

İşletmelerimizin ihracata başlamak ve arttırmak için ileri sürecekleri sebepler kapasite arttırma, buna bağlı olarak satışları arttırma, marka olma ve finansal riskleri dağıtma gibi genelde işletmenin topyekûn büyümesine katkı sağlayacak sebepler olmalıdır. İç piyasanın daralması, iç piyasada nakit darlığı ve vadelerin uzaması gibi nedenler dönemsel sebepler olduğu için ihracat için ana sebep olarak değerlendirilmemelidir.

İhracatta satışın en önemli unsuru başarılı bir pazarlama çalışmasıdır. Bu çalışma üretimden satış sonrası hizmetlere kadar geçen süreçteki tüm hizmet faaliyetlerini kapsamaktadır. Ürünün ambalajının şekli ve renginden sertifikalara, katılınacak fuarlardan web sitesi hazırlıklarına ve benzeri tüm çalışmalara kadar her şey pazarlama faaliyeti içerisinde değerlendirilmelidir. Dünyaca ünlü pazarlama danışmanları bu konuda ihracata sıfırdan başlayacak işletmelere hedefleri ihracat bedelinin minimum %30'luk bir bölümünü ihracat pazarlama bütçesi olarak planlanmalarını salık vermektedirler. Yani ihracata yeni başlayacak Muğlalı bir meyve sebze üreticisinin ya da tüccarı 2020 yılı içerisinde 100,000 ABD\$ ihracat hedefliyorsa bu hesaba göre yaklaşık 30,000 ABD\$ pazarlama bütçesi planlayacaktır. Pazarlama bütçesi kârdan verilecek bir pay olarak değil üretim gideri olarak değerlendirilmelidir.

İhracatın en önemli faktörlerinden biri elbette bilgi ve bu bilgiye sahip insan kaynağıdır. İşletmelerin bu noktadaki bilgi gereksinimleri iki farklı ihtiyaçtan kaynaklanmaktadır. Bunlardan ilki dış ticareti yapabilmek için gerekli uygulama ve mevzuat bilgisi diğeri ise müşteriler ile iletişim kurabilmek için gerekli olan yabancı dil bilgisidir. İhracata yeni başlayacak işletmelerimiz konuyu finansal açıdan da değerlendirerek bu iki özelliğe de sahip olan tek bir elemanı istihdam etmek isteyeceklerdir. Bunun mümkün olmadığı durumda ise yabancı dil bilen elemanların tercih edilerek bu elemanların zaman içerisinde verilecek ihracat mevzuat ve uygulama eğitimleri ile yetişmeleri sağlanabilir. Gerek Ticaret Bakanlığı, gerekse KOSGEB'in ihracata yönelik destekleri kapsamında hem istihdam edilecek elemanların ücretleri hem de bu elemanların gelişimi için gerekli eğitim ve danışmanlık giderleri belli oranlarda devletimiz tarafından desteklenmektedir. Ancak bu noktada unutulmaması gereken çok önemli bir husus; Ticaret Bakanlığı desteklerinden halihazırda sadece tüzel kişi tacirler ve üreticiler faydalanabilmekte, ancak bakanlık tarafından yapılan bir çalışma neticesinde 2020 yılbaşından itibaren gerçek kişilerin de bu desteklerden faydalanabilmeleri hedeflenmekte. Bu hususun gerçek kişi tacir ve üreticilerimiz için önemli olduğunu ve takip edilmesinde fayda olacağını düşünüyoruz.

3. İHRACATI PLANLANAN ÜRÜN VE MÜŞTERİ PROFİLİ TESPİT EDİLMELİ

Hangi ürünlerin ihraç edileceğinin belirlenmesi gerekir. İşletmeler pazarda müşteri potansiyeli yüksek ürünleri öncelikli olarak değerlendirmelidirler. Gerçekleştirecekleri pazar araştırması bu noktada gerekli verileri sağlayacaktır. Bu konuda en güvenilir kaynak Birleşmiş Milletlerin verilerini kullanarak istatistiki bilgiler sağlayan – ülkemizdeki TÜİK (Türk İstatistik Kurumu) gibi – TRADE MAP (www.trademap.org) web sitesidir. Diğer yandan söz konusu ürünlerin Türk ihracat mevzuatı ve ithalatçı ülke ithalat mevzuatları açısından durumları da kontrol edilmelidir. Türkiye dahil pek çok ülkenin ihracat ve ithalatta ürün bazında yasakları ve kısıtlamaları olduğu unutulmamalıdır. Bu konuda gümrük müşavirlerinden bilgi desteği alınabilir.

Türkiye'den yaş meyve sebze ihracatı serbesttir. Birkaç evrak zorunluluğu dışında işletmeler serbestçe yaş meyve sebze ihracatı gerçekleştirebilirler.

Müşteri profili açısından konu ele alındığında, yaş meyve sebzenin hem üreticilere hem de tüccarlara ihraç edilebildiği görülmektedir. Örneğin domatesi bir salça fabrikası ithal edebildiği gibi, bir meyve toptancısı da satın alabilmektedir. Müşteri araştırması aşamasında üreticilerin tespiti tüccarların tespitinden daha kısa sürede ve kolay bir şekilde gerçekleşmektedir. Çünkü üreticiler bizden satın aldıkları domatesten ürettikleri salçayı satmak için ilan ve reklâm vermek zorundadır.

İhracatı Yasak Olan Ürünler Listesi

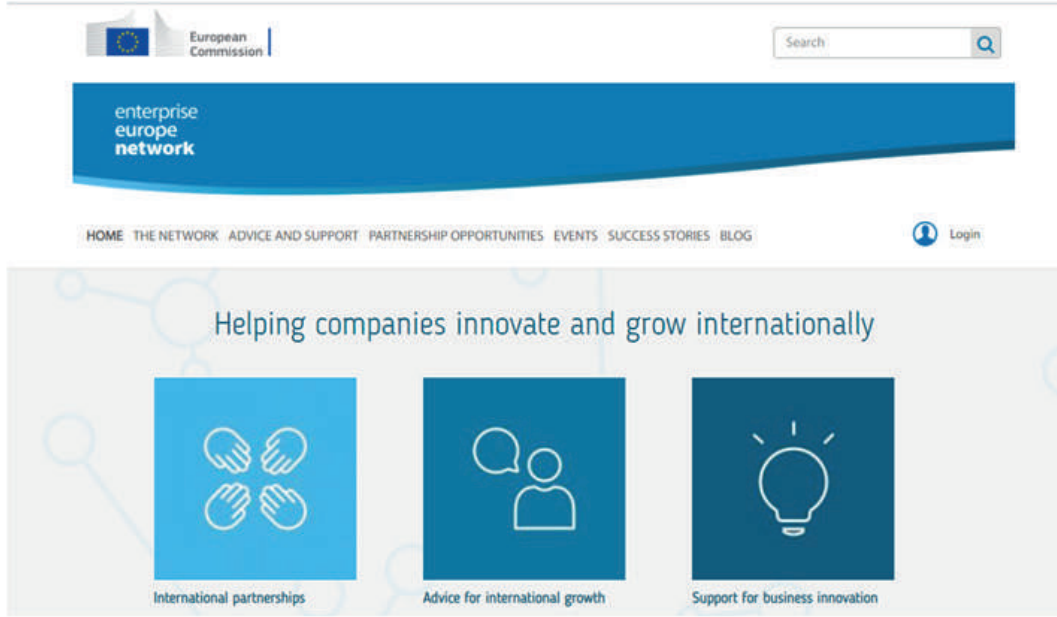
Sıra	Ürün
1	Kültür ve tabiat varlıkları (Eski eserler)
2	Hint keneviri
3	Tütün tohumu ve fidesi
4	İhracı ön izne bağlı mallar listesinde yer alan türler hariç bütün av ve yaban hayvanları (canlı ve cansız olarak ve tanınabilir en küçük parçaları ile bunlardan mamul konfeksiyon)
5	Ceviz, dut, kiraz, armut, erik, porsuk, dışbudak, karaağaç ve ıhlamur adlı ağaç türlerinin kütük, tomruk, kereste, kalas ve taslak olarak ihracı
6	Doğadan toplanan doğal çiçek soğanları
7	Odun
8	Sığla (liquidambar orientalis)
9	Yalankoz (pterocarya carpinifolia)
10	Datça hurması (Phoenix the ophrasti crenter)
11	Zeytin (tescili yapılmış ve Milli Çeşit Listesi'nde yayımlanmış olan çeşitlerinin yurt içinde sertifikalandırılmış olanları hariç), incir (tescili yapılmış ve Milli Çeşit Listesi'nde yayımlanmış olan çeşitlerinin yurt içinde sertifikalandırılmış olanları hariç), fındık, antep fıstığı, asma (sultani çekirdeksiz) fidanları
12	Salep (toz, tablet ve her türlü formda)

4. HEDEF PAZAR VE MÜŞTERİ ARAŞTIRMASI YAPILMALI

İhracata başlayabilmenin olmazsa olmaz aşaması Hedef Pazar ve Müşteri Araştırmasıdır.

İşletmeler, hedef pazar ve potansiyel müşterilerini internette yer alan istihbarat kaynaklarından ve/veya bültenler ve/veya mevcut pazar raporları (ticari ateşeliklerden elde edilecek raporlar dahil) üzerinde yapacakları çalışmalar ile tespit edebilirler. Bu konuda faydalanılabilecek başlıca kaynaklar:

- <https://een.ec.europa.eu/about/branches/tr/mugla> (Avrupa İşletmeler Ağı-Muğla)
- www.ticaret.gov.tr (Ticaret Bakanlığı sitesi)
- www.trademapp.org (Pazar ve potansiyel müşteri araştırma sitesi)
- www.kompass.com (Dünyanın en geniş firma veritabanı)
- www.dandb.com (Firmalar hakkında finansal bilgi temin eden site)
- www.alibaba.com (En fazla trafiğe sahip b2b sitesi)



Tespit edilecek hedef ülkeler ve bu ülkelerdeki potansiyel alıcılara klasik tanıtım yazıları göndererek onların geri dönüşlerini beklemek ihracata yeni başlayacak işletmelerin en fazla yaptığı hatalardan biridir. Bunun yerine bu çalışma neticesinde bulunan hedef pazarlara birer seyahat planlanarak o ülkelerdeki potansiyel alıcılar ile yüzyüze görüşülmesi veya onların Muğla'ya davet edilmesi daha verimli bir çalışmadır.

Bu nedenle, çalışmanın hedefi ağırlıklı olarak ihracat yapılabilecek ülkelerin tespiti, bu ülkelerdeki potansiyel alıcıların bulunması ve bu alıcılardan kendilerini ziyaret maksadı ile randevu alınması olmalıdır. Alınan randevular doğrultusunda yurtdışı seyahat planının hazırlanarak potansiyel alıcılar ile mümkün olduğunca yurtdışında veya ülkemizde birebir yüzyüze görüşmeler gerçekleştirilmesi uzmanlar tarafından da öncelikli tavsiye edilen yöntemdir. Bu seyahatler sırasında ayrıca, o ülkelerdeki rakipler, rakiplerin fiyatları, pazarlama stratejileri, müşterilerin tüketim alışkanlıkları da rahatlıkla incelenebilir.

5. YAŞ MEYVE VE SEBZE İHRACATINDA İŞ AKIŞI ÖĞRENİLMELİ

Tüm dış ticaret işlemleri belli bir akış çerçevesinde gerçekleşir. Bu akışa ihracatçı ve ithalatçılar, nakliye ve sigorta şirketleri, bankalar, bazı durumlarda ürünlerin kalitesini kontrol eden gözetim şirketleri, gümrük müşavirleri ve tüm bu işlemlerin kurallarına göre gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğini kontrol eden devlet kurumları dahil olur.

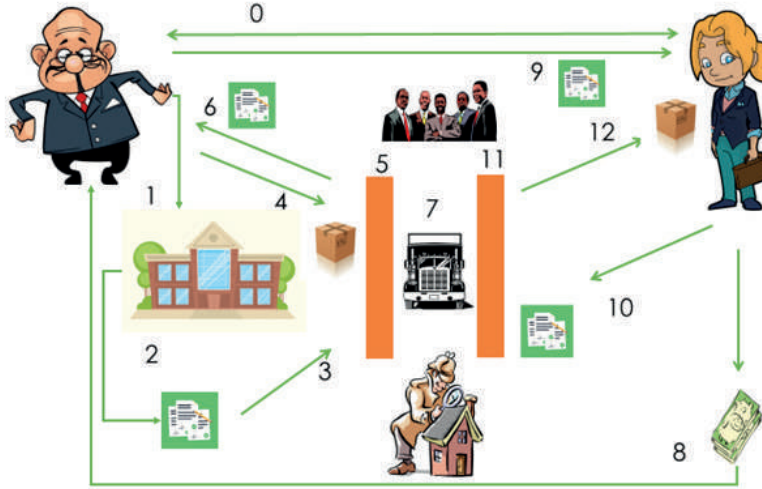
Yaş meyve ve sebze ihracatını ele aldığımızda, saydığımız bu yapıların hepsinin ihracat işlemimizde yer aldığını görürüz. Başarılı bir

ihracat işlemi için dahil olan tüm bu unsurların bir makinenin dişlileri gibi birbirleri ile kusursuz bir iletişim halinde ve uyumlu olarak çalışması gerekir. Bu yapıyı bu şekilde çalıştıracak ve işletecek, çıkabilecek sorunları önceden görerek önlem alacak ve problemleri çözecek bir yönetici kademeye ihtiyaç vardır. Bu kademeyi oluşturan iki unsur ise ihracatçı ve ithalatçıdır. Yani, yaş meyve ve sebze ihracatına başlayacağınız aşamada öncelikle sizlerin yukarıda bahsedilen ve ürünlerinizin Muğla'dan yüklenip ithalatçınızın ülkesine ulaştırılmasını sağlayacak, yükleme, gümrükleme, nakliye, sigorta hizmeti verecek şirketleri ve mal bedelinin transfer edileceği bankayı belirlemeniz ve ilgili anlaşma ve sözleşmeleri yapmanız gerekecektir.

Aşağıda yer alan resim sizlere yaş meyve ve sebze ihracatının aşamalarını yani ihracatçı ve ithalatçı organize ve kontrol edeceği işlemleri teker teker göstermektedir.

0) Anlaşma

İhracatçı ve ithalatçı yaş meyve ve sebze alım satımı ile ilgili anlaşmaya varırlar. İlk anlaşma genelde yurtdışında yerleşik alıcının Muğla'yı ziyareti, bahçe ve tarlaları görmesi, ürün ve paketlemeyi kontrol etmesi, kısaca, ihracatçı ile tanışması neticesinde gerçekleşmektedir. Bu alıcıların nasıl ve nereden bulunacağına rehberin ilgili bölümünde kısaca değinilmiştir.



1) İhracatçı Birliği Üyeliği

Yaş meyve ve sebze ihracatı yapabilmek için mevzuat gereği ülkemizde faaliyette olan bir ihracatçı birliğine üyelik yaptırılması gerekir. Bu konuda üyelik yaptırılabilir Muğla'ya en yakın Genel Sekreterlikler:

Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği / Mersin

Batı Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği / Antalya

Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği / İzmir

İhracatçı Birlikleri üyelik giderleri 2020 yılı için giriş masrafı 200 TL ve yıllık aidat 100 TL olarak belirlenmiştir. Üyeliklerin çoğu on-line yapılabilmektedir.

2) İhracat Evrakının Hazırlanması

Bu aşama yaş meyve ve sebze ihracatının en önemli aşamalarından biridir. Çünkü hem ülkemiz mevzuatı hem de ithalatçı ülke mevzuatları dış ticareti planlanan yaş meyve ve sebzelerin özellikle haşere ve tarımsal ilaçlar konusunda sıkı kontrolünü ön görmektedir. Bu sebeple ihracatçıların ihracat, ithalatçıların da ithalat öncesinde çeşitli devlet kurumlarından ve/veya özel gözetim şirketlerinden ürünü kontrol ettirerek bu tür sağlık ve kontrol belgelerini temin etmeleri gerekmektedir. İhracatçının yaş meyve ve sebze ihracatında hangi evrakı hazırlaması gerektiği, ithalatçının ihtiyaçları ve ülkemiz gümrük mevzuatının belirlemiş olduğu kurallar çerçevesinde tespit edilebilir. Yani ihracatta düzenlenecek standart evrak diye belirgin bir evrak yoktur. Bir Alman müşterinin talep edeceği evrak ile Rus müşterinin talep edeceği evrak farklı olabilir. Bu sebeple her ihracat işleminden önce müşteri ile görüşüp talep ettiği evrakı öğrenmenin çok büyük önemi vardır. Bu arada ülkemiz yaş meyve ve sebze ihracat mevzuatında meydana gelebilecek değişiklikleri de göz önünde bulundurarak gümrük müşavirlerinden de aynı konuda bilgi almak gerekir. Aşağıda yaş meyve sebze ihracatında ihracatçıların hazırlaması gerekebilecek bir örnek evrak seti gösterilmiştir:

Sıra	Belge	Kim Düzenleyecek
1	Fatura	İhracatçı
2	İhracat Faturası (yabancı dilde)	İhracatçı
3	Bitki Sağlık Sertifikası	Tarım İl veya İlçe Müdürlüğü
4	EUR-1 - İşlenmiş tarım ürünlerinin Avrupa Birliğine ihracatında	Ticaret Sanayi Odası
5	Paket Listesi	İhracatçı
6	Menşe Şehadetnamesi [gerekmeyebilir]	Ticaret Sanayi Odası
7	Atom Belgesi (doğadan toplanan bazı ürünlerde)	Atom Enerjisi Kurumu
8	Gözetim Raporu	Özel gözetim şirketi
9	Konşimento	Nakliye şirketleri
10	Sigorta Poliçesi	Sigorta Şirketleri
11	Gümrük Beyannamesi	Gümrük Müşaviri
12	İhracatçı Birliği Nispi Aidat Makbuzu	İhracatçı Birliği

3 ve 4) Evrakın ve Ürünlerin Çıkış Gümrüğüne Sunumu

Hazırlanan evrak içerisinde Türk gümrük idarelerinin ihracat aşamasında görmek ve/veya onaylamak için talep ettiklerinin gümrük müşaviri kanalı ile Çıkış Gümrük Müdürlüğüne hazırlanan ürünler ile beraber sunulması gerekir.

Yaş meyve sebze ihracatçıları öncelikle ihracatı gerçekleştirilecek ürünlerin hem çıkış hem de giriş gümrüklerinde ne gibi sağlık denetimlerine tabi tutulacaklarını öğrenmek zorundadırlar. Türk gümrüğünde gerçekleştirilecek denetimler ve istenen belgeler konusunda mutlaka bir gümrük müşavirinden bilgi alınmalıdır. İthal gümrüğü tarafından talep edilecek belgeler ve uygulamalar hakkında bilgi ise ithalatçıdan yazılı olarak talep edilmelidir. Esasen bu çalışma daha yurtdışına teklifte bulunulmadan yapılmalıdır. İhracatçılar bu uygulamalar ve talep edilen belgeler konusunda yaşayacakları sorunları ve zorlukları en baştan öğrenerek ihracattan vazgeçebilirler. Bu belge ve sorunlar bazen ihracatçının satışını düşündüğü ürünlerde değişiklik yapmasına da sebep olabilir. Bu soruşturmalar sırasında edinilecek bir bilgi de yaş meyve sebze ürünlerinin gerek ülkemiz gerekse ithalatçı ülkede kuralları gereği ne şekilde paketlenmesi ve etiketlenmesi gerektiği olacaktır. Özellikle paketli ve ambalajlı ürünlerde paket özellikleri ve etiket bilgileri son derece önemlidir.

Ürünlerin, uluslararası nakliye koşullarına dayanıklı ve müşterinin talep ettiği kalite ve özelliklerde ambalajlara paketlenmesine dikkat edilmelidir. Müşteriden bu konuda bir bilgi alınamaması durumunda ihracatta genel kabul gören paketleme sistemleri öğrenilip müşterinin teyidi alındıktan sonra ürünlerin paketlenmesine başlanmalıdır.

Yaş meyve sebze ürünlerinin paketlenmesi amacı ile kullanılan plastik kutu ve sandıkların pek çoğunun nakliye, indirme ve bindirme işlemleri sırasında oldukça zarar gördüğü, bu nedenle ürünlerin hasara uğradığı ve nihayetinde müşterilerin bu durumu ihracatçılara rücu etme yoluna gittikleri gözlemlenmektedir. Bu nedenle sandıkların mutlaka iyi kalite plastik üretilmiş olmaları ya da pek çok Rus ithalatçının tercih ettikleri gibi ahşap sandıklara paketlenmesine dikkat edilmelidir.





5) Gümrük İşlemleri

Çıkış Gümrük Müdürlüğü gümrük müşaviri kanalı ile kendisine ulaşan evrakı ve ürünleri ayrıca nakliye aracını kontrol ederek ürünlerin çıkışına izin verir.

6) Evrakın Onaylatılması ve Geri Alınması

Gümrükçe görülen ve onaylanan evrak ihracatı temsil eden delil niteliğinde set olarak yine gümrük müşaviri kanalı ile ihracatçıya teslim edilir. Devlet tarafından yapılacak herhangi bir sorgulama ve inceleme ihtimaline karşılık bu evrakın bir set orijinalinin kolay ve hemen ulaşılabilir şekilde ihracatçı tarafından dikkatle saklanması çok önemlidir.

7) Nakliye Süreci ve Sigorta

Yaş meyve sebze ihracatının çok büyük bir kısmı klimalı araçlar ile gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle nakliye aracının tespiti aşamasında bu ürünlerin taşınmasında deneyimli nakliye şirketleri ile çalışılmasına dikkat edilmelidir. Taşıma sırasında yazın ürünlerin sıcaktan dolayı bozulmaması kışın ise donmaması amacıyla tercih edilen klimalı araçlarda uzun zamandan beri taşıma araçlarının içine taşıma ortamındaki ısıyı sürekli olarak ölçerek ihracatçı ve ithalatçıya bildiren cihazlar konmaktadır. Söz konusu cihazların nakliye firmaları tarafından temin edilememesi durumunda firmaların bu cihazları piyasadan tedarik ederek nakliye araçlarına koymaları gerekir.

Diğer yandan ürünlerin nakliye sırasında gerek araçtan gerekse genel olarak taşıma sürecinden doğabilecek nedenlerden ötürü zarar görebileceği göz önüne alınarak mutlaka sigorta ettirilmesi gerekmektedir. Sigorta işlemleri ülkemizde artık bütün sigorta şirketleri ve acenteleri tarafından yapılabilmektedir.

8) Ödeme

Kambiyo Rejimi Kapsamında ürün bedeli yurda getirilerek “İhracat Bedeli” olarak beyan edilmelidir.

Dünyadaki hiçbir ithalatçı kendi gümrüğüne ulaşan ürünleri kendi ülkesinde yaptığı evrak ile gümrükten çekemez. İhracatçının ihracat aşamasında hazırlamış olduğu ve şu anda elinde tuttuğu evrakın önemli bir bölümüne ihtiyacı vardır. Bu nedenle, ihracatçı elindeki belgeleri ithalatçıya ulaştırmak için ithalatçıdan ödemeyi yapmasını talep edecektir. Ödeme uluslararası dış ticaret uygulamaları gereği kullanılan sekiz ödeme yönteminden biri ile yapılabilir.

Pek çok meyve sebze ürünüde ihracat açık hesap ödeme şekline göre gerçekleşmektedir. Bu ödeme yöntemi elbette dış ticarete kullanılan en riskli ödeme yöntemidir. Bununla beraber nadiren peşin ve akreditifli ödemeye de rastlanmaktadır. Açık hesap yöntemi ile ihracat yapmak zorunda kalan işletmelerin sözleşme aşamasından önce Türk Eximbank kanalı ile müşterilerin finansal durumlarını incelemeleri ve ödeme sigortası yaptırmaları tavsiye edilir.

9) Evrakın İthalatçıya Gönderilmesi

Ödeme şekline göre bedeli alınan veya alınacağı garanti altına alınan ihracat evrakı yine ödeme şekli tarafından emredilen şekilde (ödeme şekli akreditifse veya vesaik mukabili ise bankalar kanalı ile, peşin veya mal mukabili ise direk kargo ile veya nakliye aracı ile ithalatçıya ulaştırılır.

Ödeme şekli ne olursa olsun, ihracatçıların evrakı ürünler ithalatçının gümrüğüne ulaşmadan karşı ülkeye göndermiş olmaları esastır. Aksi taktirde zaten bozulabilir bir ürün olan meyve ve sebze evrak geciktiği için ayrıca ithalat gümrüğünde fazladan beklemek zorunda kalacaktır. İhracatçıların bu konuda hassas davranmaları ve dikkatli olmaları ticari teamüller gereği kendilerinden beklenmektedir.

10, 11 ve 12) İthalat İşlemleri

Bu işlemler ithalatçının kendi ülkesinde gerçekleştireceği işlemlerdir. İthalatçı kendi hazırladığı evrakla beraber ihracatçının kendisine gönderdiği evrakı gümrük müşavirine vererek ithalat işlemlerinin gerçekleştirilmesini talep eder.

İthalatçının gümrük müşaviri ithalatçı adına gümrüğe başvurarak ve gerekli işlemleri ve ödemeleri (mesela gümrük vergisi ve katma değer vergisi gibi) yaparak ürünleri gümrükten çeker ve ithalatçıya teslim eder.

Özet olarak; yaş meyve ve sebze ihracatı işlem akışı

Sıra	İşlem
1	Anlaşma/Sözleşme
2	İhracatçı Birliği Kaydı
3	Evrak Hazırlığı
4	Evrakın Gümrük Müşavirine Teslimi
5	Ürünlerin Gümrüğe Teslimi
6	İhracat Gümrük İşlemleri
7	Onaylanan Evrakın İhracatçıya Teslimi
8	Nakliye Süreci
9	Ödeme
10	Evrakın İthalatçıya Gönderilmesi
11	İthalatçının İthalat İşlemlerine Başlaması
12	İthalat Gümrük İşlemleri
13	Ürünlerin Gümrükten İthalatçıya Teslimi

6. PAZARLAMA VE SATIŞ KONUSUNA ÖNEM VERİLMELİ

Hedef Pazar ve Müşteri Profillerine Göre Pazara Giriş Stratejisi Belirlenmesi

İhracatçılar ürünlerini hangi kanallardan ve yöntemle ihracat pazarına sokacaklarını belirlemelidirler. Bu maksatla başvurulabilecek üç farklı strateji vardır:

- İhracat ile pazara giriş: Potansiyel alıcıların tespit edilmesi, onlara pazarlama ve tanıtımların yapılması, uygun şartların ve satışın gerçekleşmesi durumunda da direkt veya bir başka tüccar kanalı ile endirekt olarak ihracatın gerçekleştirilmesi yöntemi.
- Lisans anlaşmaları ile pazara giriş: Herhangi bir ürün ihracatı gerçekleştirilmeden üretim lisanslarının veya isim hakkının veya franchising satışı ile pazara giriş yöntemidir.
- Yatırımlar ile pazara giriş: İhracat maksadı ile yurtdışında bir birim açılması veya orada mevcut bir yerin satın alınması ile pazara giriş yöntemidir.

Yaş meyve sebze ihracatı için pazara giriş yöntemleri içerisinde en uygun olanı direkt veya endirekt ihracat olarak görülmektedir. Bu nedenle söz konusu ürünlerin ihracatını düşünen işletmelerimizin veya aracı tüccarların hedef pazarları tespit ettikten sonra bu ülkelerde yerleşik potansiyel alıcılara ulaşarak ürünlerini pazarlamaları en uygun yöntem olacaktır. Yurtdışında örneğin bir şehir hali

bünyesinde bir yer alıp ürünleri oraya ihraç etmek de bir yöntem olmakla beraber o ülkenin mevzuatını ve kurallarını bilmek gerekeceğinden başlangıç olarak doğru yöntem olmayabilir.

Satış Şartları Tespit Edilmeli

İhracatçılar, fiyat, ödeme şekli, teslim şekli gibi konuları içeren ve satışın gerçekleşip gerçekleşmemesine direkt etki edecek koşulları iyi belirlemelidirler. Ancak, dış ticaretle ilgili pek çok konuda olduğu gibi satış konusunda da pazar şartları belirleyici olmaktadır. Türk ihracatçılar genel olarak rekabetçi fiyatlama yani rakiplerin fiyatlarının altına fiyat vermeye çalışarak ve mal mukabili (cash against goods) yani açık hesap ödeme yöntemi ile ihracat yapmaktadırlar. Teslim şartları hususunda ise müşterinin talepleri doğrultusunda Türkiye’de iş yerinde (EXW) veya gümrük işlemleri tamamlanmış olarak kamyon veya konteyner üzerinde (FCA veya FOB) veya taşıma ücreti varış noktasına kadar ödenmiş olarak (CPT veya CFR) teslim şekillerini kullanmaktadırlar. Müşteri eğer nakliye sigortasının da yapılmasını (CIP veya CIF) veya ürünlerin kendi kapısına kadar (DPU) hatta kendi ülkesindeki tüm gümrük vergileri de ödenmiş olarak (DDP) satış şartları bulunmaktadır.

Hedef ülkeler bazında fiyatlama, ödeme, teslim şekli ve mevzuat bilgilerine Ticaret Bakanlığı web sitesinde yer alan ÜLKE MASALARI veya www.export.gov web sitesinden ulaşılabilir. Potansiyel alıcılar ile görüşmeden ve teklif yapmadan önce bu ve benzer diğer kaynaklardan ilgili bilgilerin edinilmesi gerekir.

Teklif Fiyatı Oluştururken Nihai Fiyatta Mutlaka Olması Gereken Masraf Kalemleri

EXW	Ürün bedeli Paketleme Evrak masrafı Banka masrafı
FOB / FCA	+ İç Nakliye (limana ya da gümrüğe kadar) Gümrük Müşaviri Yükleme Konşimento
CFR / CPT	+ Uluslararası nakliye
CIF / CIP	+ Uluslararası nakliye sigortası
DAP / DPU	İthalat gümrük vergi ve masrafları ithalatçıya ait ancak ihracatçı ürünü ithalatçının kapısına kadar götürüp hatta DPU’da boşaltma masraflarını da ödemek zorunda
DDP	Uluslararası nakliye sigortası hariç tüm vergiler dahil ithalatçının kapısına kadar

Müşterilerle Doğru İletişim Kanalları Tespit Edilmeli ve Tanıtım Yapılmalı

Tespit edilen hedef pazarlardaki potansiyel alıcılar ile irtibata geçilmesi ve sağlıklı iletişim ihracatın en önemli aşamalarından biridir. Bu maksatla iletişim araçlarından her biri ayrı ayrı ya da beraber kullanılabilir. Telefon, e-mail, faks hatta mektup bugün ihracatçı ve ithalatçıları arasında kullanılan iletişim araçlarıdır. İşletmeler günümüzde gerek maliyet gerekse zaman dikkate alındığında en fazla tercih edilen yöntemdir. Pazar araştırması sonunda tespit edilen potansiyel alıcılarla iletişim konusunda yaşanan en önemli sorun ilk iletişim sırasında yaşanan zorluklardır. Masabaşı çalışma sırasında elde edilen müşteri bilgileri çoğu zaman yöneticilerin isim ve özel e-mail adreslerini ve telefon numaralarını içermediğinden işletmelerin direkt olarak doğru insanlar ile iletişime geçmeleri zor olmaktadır. Bu nedenle bu tür bilgilerin sosyal medya kanalları üzerinden araştırılması tavsiye edilebilir. Gönderilecek mesajların mümkün olduğunca isme gönderilmesi Sayın Baylar, Sayın Bayanlar gibi girişlerden kaçınılması gerekir. Ayrıca, gönderilecek ilk mesajlarda müşterinin dikkatini çekecek fiyat, ödeme şekli, vade, kalite belge ve sertifikaları gibi bilgilere yer verilmesi uygun olacaktır.



Uluslararası pazarlamanın en önemli unsurlarından biri web sitesidir. Binlerce kilometre mesafedeki potansiyel alıcıların işletme ve ürünleri konusunda en doğru bilgileri alabileceği kaynak elbette iyi hazırlanmış ve yayınlanmış bir web sitesidir. Hedeflenen ülkelerin dilinde, hedeflenen kesin bir ülke yoksa İngilizce lisanında hazırlanmış, firmanın geçmişi, ürünleri, hedefleri, irtibat bilgileri, resimler ve videolar içeren bir web sitesi pazarlama maksadı ile son derece önemli bir araç olacaktır.

Hedeflenen ülkelerin dilinde, hedeflenen kesin bir ülke yoksa İngilizce lisanında hazırlanmış, firmanın geçmişi, ürünleri, hedefleri, irtibat bilgileri, resimler ve videolar içeren bir web sitesi pazarlama maksadı ile son derece önemli bir araç olacaktır.

Pazar araştırması amacıyla yapılacak yurtdışı seyahatler ve fuar katılımları ihracat pazarlamanın diğer araçlarıdır. Gerek mermer gerekse yaş meyve sebze konularında dünyada yeterli sayıda fuar organize edilmektedir. Bu fuarlara en başta ziyaretçi olarak iştirak etmek, sektör ile ilgili ihracat pazarları ve potansiyel alıcılar hakkında bilgi edinmenin en ucuz ve pratik yöntemlerinden biri olarak değerlendirilebilir. Söz konusu fuarlara ve benzer etkinliklere Ticaret Bakanlığı veya www.eventseye.com web sitelerinden ulaşılabilir. Bu fuarlarda stand alınarak ürün sergilenmek istenirse Ticaret Bakanlığının fuar desteklerinden faydalanılabilir.

**Türkiye'nin önde gelen yaş meyve ve sebze pazarları olan
Rusya Federasyonu ve Avrupa Birliğinde düzenlenen başlıca fuar ve etkinlikler**

Tarih	Fuar/Etkinlik Adı	Şehir / Organizatör
19.06.2020 - 21.06.2020	BIO MARCHE : Organik pazar.	Zofingen / Bio Marche
30.06.2020 - 02.07.2020	World Food Warsaw : 7. Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı	Varsova / Expo Global Fuarcilik
06.09.2020 - 06.09.2020	BIONORD : Organik gıda profesyonellerinin salonu.	Hannover / Bionord
08.09.2020 - 10.09.2020	MACFRUT : Uluslararası Meyve ve Sebze Teknolojileri Fuarı	Rimini / Cesena Fiera
21.09.2020 - 22.09.2020	Natexpo : Doğal Urunler Fuarı	Lyon / Spas
22.09.2020 - 25.09.2020	World Food Moscow : 28. Uluslararası Yiyecek ve İçecek Fuarı	Moskova / ITE Moscow
01.10.2020 - 03.10.2020	For Gastro Hotel : 10.Uluslararası Gastronomi Fuarı	Prag / Incheba
18.10.2020 - 22.10.2020	SIAL : Uluslararası Gıda Fuarı	Paris / SIAL
19.11.2020 - 21.11.2020	Interpoma Bolzano : Bolzano Elma Fuarı	Bolzano / Fiera Bolzano
01.12.2020 - 03.12.2020	Hi Europe & Ni : Organik ürünler sergi ve fuarı.	Frankfurt / UBM
22.03.2021 - 24.03.2021	IFE : Londra Gıda Fuarı	Londra / Fresh RM
09.10.2021 - 13.10.2021	Anuga : Yiyecek ve İçecek Fuarı	Köln / Koeln Messe

Kaynak: Evenseye

Teklifler Dikkatle Hazırlanıp Gönderilmeli

Tekliflerin gönderilmesi aşamasında teklif mektupları ve proforma faturalar bu amaçla kullanılabilir. Müzakere süreci devam ettiği zaman içerisinde gönderilecek teklifler teklif mektubu şeklinde, şartların netleşmesi ve anlaşma sağlanmasından sonra kesin fiyat ve şartların gösterildiği proforma faturanın ihracatçı tarafından düzenlenerek ithalatçıya gönderilmesi uygun olacaktır. Hiçbir bağlayıcılığı olmamakla beraber proforma faturanın ithalatçı tarafından imzalanarak ihracatçıya gönderilmesi satışın kesinleştirildiğinin, siparişin alındığının bir göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Yaş meyve sebze ihracatı incelendiğinde ülkemizden gerçekleşen satışların çok büyük bir bölümünün Rusya Federasyonuna yapıldığı görülmektedir. Rusya Federasyonunun genel iklim koşullarının meyve sebze yetişmesine çok müsait olmamasından ötürü ülke meyve sebze talebinin çok büyük bir kısmını ithalatla karşılamaktadır. Bu konuda en büyük tedarikçisi lojistik imkanları ve konumu itibarıyla Türkiye'dir. Bu durum Türk yaş meyve sebze ihracatçısına diğer ülkelerdeki rakipleri karşısında bir üstünlük sağlamaktadır. Bu avantajın iyi değerlendirilmesi ve yapılan tekliflerde ve satış müzakerelerinde göz önünde bulundurulması önemlidir.

Proforma Fatura Örneği



SÖĞÜTALTı İHRACAT LIMITED SİRKETİ

Devedikenı Sokak 6345/93

MUĞLA

T : 90 252 964 12 18

F: 90 252 964 12 17

PROFORMA INVOICE

Buyer:

RUSSIAN SUN FRUIT AND VEGS

123 Yurkanoskaya 43/B

St. Petersburg / RUSSIA

Proforma Invoice Date: 12/5/2020

Proforma Invoice No: 676-a/56

Item	Quantity	Goods Description	Unit Price	Total Price
1	80 tons	Tomato	USD 883 / ton	USD 70,640
2	25 tons	Cucumber	USD 793 / ton	USD 19,825
3	10 tons	Lettuce	USD 417 /ton	USD 4,710
			TOTAL EXW	USD 95,195
			CUSTOMS AND OTHER EXPENSES	USD 450
			TOTAL FCA MUĞLA	USD 95,645
	- payment terms: cash in advance - delivery terms: FCA MUĞLA - bank details: SOGUTALTı İHRACAT LIMITED SİRKETİ Parasayar Bank / Mugla Branch Account no : 112233 USD - packing: All goods are packed in plastic crates of 10 kgs			
	TOTAL INVOICE VALUE			USD 95,645

Satışın Gerçekleşmesi Durumunda İlgili Sözleşme Hazırlanmalı ve İmzalanmalı

İhracatta gerek tarafların görev ve sorumluluklarının belirlenmesi gerekse ihracatçı olarak işletmelerimizin ödemeleri sorunsuz olarak alabilmeleri, yaşanan sorunların nasıl çözülebileceği konusunda müşterileri ile bir sözleşme imzalamaları tavsiye edilir. Sözleşmeler, satışın gerçekleşmesini takiben resmi bir sipariş alınmasını veya daha önce bahsedildiği üzere bir proforma faturanın alıcı tarafından imzalanmasını takiben imzalanır.

Yaş meyve ve sebze ihracatı maksadı ile işletmelerin alıcılar ile birer satış sözleşmesi imzalaması önerilir. Bu sözleşmelerin eğer mümkünse imza aşamasından önce bir hukuk müşaviri tarafından kontrol edilmesi veya bilfiil bir hukuk müşaviri tarafından hazırlanması gelecekte teknik olarak sözleşmeye bağlı bir sorun yaşanmasına engel olacaktır.

Gerekli Görülürse Müşteri İçin Eximbank'tan İhracat Sigortası Sağlanmalı

Özellikle vadeli ödemelerde, ödemenin garanti altına alınabilmesi için Eximbank'tan sigorta yaptırılması bu konuda çıkabilecek sorunları giderecektir. Yaş meyve sebze ihracatında vadeli satış yöntemleri sıkça kullanılmaktadır. Dolayısıyla ihracatçılar bu ödeme şekillerini kullanarak her ne kadar rekabet güçlerini arttırıyor olsalar da diğer taraftan ciddi bir finansal riski de üstlenmektedirler. Eximbank ihracatçıların veya ihracata mal veren üreticilerin ihracattan doğan finansal risklerinin en aza indirilmesi maksadı ile sevkiyat işlemlerinden önce başvurulması kaydı ile ihracat satışlarını politik ve ticari risklere karşı sigortalamaktadır.

Söz konusu sigortalama işlemleri için Eximbank tarafından talep edilen teminatlar için Kredi Garanti Fonuna başvurulabilmektedir.



İHRACAT İŞLEMELERİ İÇİN BİLGİ ALINABİLECEK KAYNAKLAR

www.ticaret.gov.tr

www.mutso.org.tr/

<https://een.ec.europa.eu/about/branches/tr/mugla>

www.resmigazete.gov.tr

www.tuik.gov.tr

www.kosgeb.gov.tr

www.trademap.org

www.eximbank.gov.tr

www.kompass.com

www.alibaba.com

www.eventseye.com

www.export.gov

www.dandb.com

www.und.org.tr

Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
AİA Batı Akdeniz Konsorsiyumu Muğla Ofisi

Muslihittin Mah. Şehit Yrb. Alim Yılmaz Cad. No: 3 Menteşe / Muğla
Tel: +90 252 214 11 22 Dahili 101 / 102

www.westnednet.org.tr

Bu yayın Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen
AİA Batı Akdeniz faaliyetleri çerçevesinde hazırlanmıştır.
Yayının içeriğinden Avrupa Birliği sorumlu değildir.