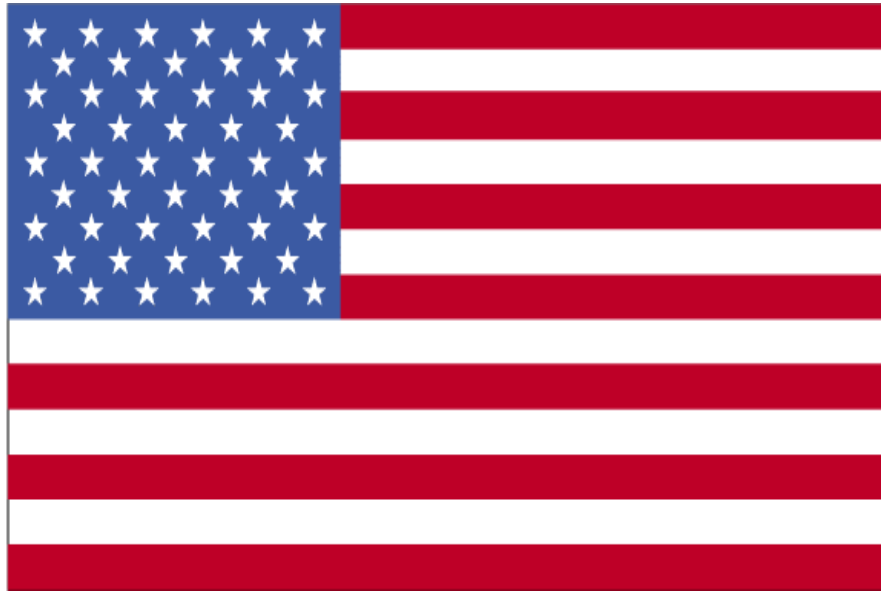


MAMUL SEKTÖRÜ AÇISINDAN BİRLEŞİK DEVLETLER



ULUDAĞ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ
AR-GE ŞUBESİ
KASIM 2021

İÇİNDEKİLER

1. GENEL BİLGİLER.....	3
2. GENEL EKONOMİK DURUM	5
3. BİRLEŞİK DEVLETLER'İN DIŞ TİCARETİ	7
4. TÜRKİYE İLE TİCARET	9
5.BİRLEŞİK DEVLETLER'İN MAMUL SEKTÖRÜ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	15
6. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR.....	18
KAYNAKLAR	28

1. GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Amerika Birleşik Devletleri
Nüfus	331,95 milyon
Dil	İngilizce
Yüzölçümü	9.161.923 km2
Başkent	Vaşington
Başlıca Şehirleri	New York (19,9), Los Angeles (13,1), Chicago (9,5), Dallas-Forth Worth (6,8), Houston (6,3), Philadelphia (6), Washington DC (5,9), Miami (5,8)
Yönetim Şekli	Federal Cumhuriyet
Devlet Başkanı	Joe Biden
Para Birimi	ABD Doları (\$)

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar: APEC, ASEAN (diyalog partneri), CE (gözlemci), FAO, G-5, G-7, G-8, G-10, G-20, IBRD, ILO, IMF, Interpol, MIGA, NAFTA, NATO, OECD, BM, UNCTAD, UNESCO, UNHCR, UNITAR, BMGK (Daimi Üye), WHO, WIPO, WMO, DTÖ

Coğrafi Konum

ABD, coğrafi konum olarak Kuzey Amerika kıtasında, Kuzey Atlantik Okyanusu ve Kuzey Pasifik Okyanusu kıyısında, Kanada ve Meksika arasında yer alır.

Siyasi ve İdari Yapı

ABD, çoğulcu demokrasiye dayalı başkanlık sistemiyle yönetilen federal bir cumhuriyettir. Federal devlet yapısı 50 Eyalet ve başkent Vaşington DC'yi (District of Columbia) içermektedir. Federal sistem uyarınca federal yönetim ile içişlerinde serbest olan eyalet yönetimlerinin görev, yetki ve sorumlulukları Anayasa'da tanımlanmıştır. Kuvvetler ayrılığı prensibi hâkimdir.

ABD Başkanı, yürütmenin başı olarak Federal Hükümet kurum ve kuruluşlarına yönelik politikaları belirler ve yürütülmesini sağlar. Buna ilaveten, yasal olarak Başkan gümrük, vergiler ve diğer ticari konularda karar vermek ve tedbirler almak konusunda yetkili kılınmıştır.

ABD Kongresi; ABD Senatosu ve Temsilciler Meclisi olmak üzere iki ayrı yasama biriminden oluşmaktadır. Senato, her bir eyaletten 2 üye olmak üzere toplam 100 sandalyeden oluşmaktadır. Toplam 435 sandalyeden oluşan Temsilciler Meclisi'nin görev süresi 2 yıldır.

ABD'nin eyaletleri; Alabama, Alaska, Arizona, Arkansas, California, Colorado, Connecticut, Delaware, District of Columbia, Florida, Georgia, Hawaii, Idaho, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Louisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, Mississippi, Missouri, Montana, Nebraska, Nevada, New Hampshire, New Jersey, New Mexico, New York, North Carolina, North Dakota, Ohio, Oklahoma, Oregon, Pennsylvania, Rhode Island, South Carolina, South Dakota, Tennessee, Texas, Utah, Vermont, Virginia, Washington, West Virginia, Wisconsin ve Wyoming'dir. District of Columbia, ABD'nin federal bölgesidir.

Nüfus ve İstihdam

ABD İstatistik Bürosu'nun (US, Bureau of Census) tahminlerine göre 330 milyon (2020) olan ABD nüfusunun sürekli biçimde artarak 2023'de 335,8 milyon olması beklenmektedir.

Dünyanın en fazla nüfusa sahip üçüncü ülkesi olan ABD'de nüfusunun %18,8'i 0-14 yaş, %65,4'ü 15-64 yaş arasında olup, %15,8'i de 65 yaş ve üstündedir. Nüfusun %82,2'den fazlası kentlerde yaşamaktadır. Ortalama yaşam süresi kadınlarda 76,4 yıl; erkeklerde 81,3 yıldır.

Etnik gruplar itibarıyla ele alındığında, ülke nüfusunun % 72,4'ü beyaz, % 12,6'sı siyah, % 4,8'i Asya kökenli, % 0,9'u Amerikan ve Alaska yerlisi, % 0,2'si de Hawaii ve diğer Pasifik Adaları kökenlidir. Hispaniklerin %88,15'i beyaz olmakla birlikte siyah veya Asya kökenli de olabilmekte ve toplam nüfusun % 16,3'ünü oluşturmaktadır.

ABD'de yabancı ülke doğumlu 38 milyonun üzerinde kişi yaşamaktadır. Ülke, dünyanın en kalabalık 5. İspanyolca konuşan nüfusunu barındırmaktadır. Hispanik göçmenlerin daha çok Güney Batı bölgelerine (özellikle California, Teksas ve Florida) yerleştikleri ve bölgedeki nüfusun %25'ini oluşturdukları tahmin edilmektedir. Asya kıtasından gelen göçmenlerin ise batı sahillerine, Hawaii, New York, Boston, Chicago ve Houston'a yerleştikleri gözlenmektedir. Diğer taraftan, Afrika kökenli göçmenler ise çoğunlukla güneydoğu sahillerine yerleşmektedir.

Doğal Kaynaklar ve Çevre

ABD topraklarının %5'i şehir ve yollardan, %26'sı ekilebilir araziden, %21'i ormanlardan ve %21'i diğer alanlardan oluşmaktadır. ABD, çok çeşitli iklim yapısına ve çöl, dağ ve ormanlar bakımından çok fazla çeşitlilik gösteren bir topografyaya sahiptir. Michigan ve Superior gölleri, 50.000 km² alana sahip göller olup, Missouri (4.090 km) ve Mississippi (3.770 km) ülkenin en uzun nehirleridir.

Doğal afetler açısından ABD önemli risk altındadır. Özellikle tropikal fırtınalar Haziran ayından Kasım ayı sonuna kadar Florida ve Körfez çevresinde büyük zararlara ve su basmalarına neden olmaktadır. Batı sahillerinde özellikle Kaliforniya'da deprem ve sarsıntılar sıklıkla yaşanmaktadır.

Batı eyaletlerinde neredeyse her yıl büyük orman yangınları yaşanmakta olup, hektarlarca ormanlık alan zarar görmektedir. Orta bölümde yer alan eyaletler açısından en büyük risk ise şiddetli kasırgalardır. Diğer taraftan doğu sahillerinde çeşitli yıllarda susuzluk büyük bir sorun olarak yaşanmıştır. Bununla beraber, ülkede doğal afetler son derece iyi organize edilmiş erken uyarı ve ilk yardım sistemi ile daha az zararla atlatılır hale gelmiştir.

ABD'nin sahip olduğu başlıca doğal kaynaklar; kömür, bakır, kurşun, molibden, fosfat, uranyum, boksit, altın, demir, cıva, nikel, gümüş, tungsten, çinko, petrol ve doğal gazdır. Doğayı koruma konusunda bilincin oluşması sonucu hava ve su kirliliğine karşı ve nesli tehlikeye giren hayvanlar için çevre korumacı düzenlemelerin ve önlemlerin alınmasıyla ABD'de su ve havanın kalitesi giderek artmıştır. Havada bulunan karbon-monoksit gazı ve sülfür-dioksit gazları 1970'lerdeki düzeyine kıyasla ciddi oranında azalmıştır.

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Dünya çapında serbest piyasa ekonomilerinin en büyük örneği olarak gösterilen ABD ekonomisinde, üretim ve hizmetlerin büyük bir bölümü özel sektör tarafından tüketilmekte ve sağlanmakta olup, dünya çapında kamunun ağırlığının bu kadar az olduğu başka bir ekonomi bulunmamaktadır.

Amerikan ekonomisinde yapısal olarak rol oynayan iki temel unsurun ilki zengin doğal kaynakları, diğeri ise nitelikli işgücüdür. ABD verimli toprakları, zengin mineral yatakları,

elverişli iklim koşulları ve diğer doğal kaynakları ile ekonomik büyümenin sağlanması açısından çok uygun bir ortama sahiptir. ABD aynı zamanda, iletişim ve bilgi teknolojileri alanında “kolay uyum sağlayabilen ve yetenekli” işgücünün eğitime de büyük önem vermektedir. Tüm dünyada “beyin göçü” olarak adlandırılan, bilim ve teknoloji dallarında eğitim almış yetenekli ve zeki gençlerin ABD ekonomisine kazandırılması, sorunların çözümünde anahtar rolü olan bir araç olarak görülmektedir.

Temel Ekonomik Göstergeler

	2019	2020	2021*	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*
GSYİH (Cari Fiyatlar milyar \$)	21.433	20.932	22.675	24.003	24.892	25.790	26.719	27.659
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	2,2	-3,5	6,4	3,5	1,4	1,5	1,6	1,6
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar- \$)	65.254	63.416	68.309	71.896	74.130	76.362	78.660	80.959
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	1,8	1,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,4	2,2
Cari Ödemeler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	-2,2	-3,1	-3,9	-3,1	-2,5	-2,2	-2,1	-2,
Devletin Genel Net Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı (%)	83	103,2	109	109,5	110,1	111	113,2	115,3
Toplam Yatırımların GSYİH'ya Oranı (%)	21,	21,	21,6	21,4	21,3	21,3	21,3	21,3
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	3,7	8,1	5,8	4,2	3,7	3,5	3,5	3,7
Nüfus (milyon)	328,46	330,09	331,95	333,87	335,8	337,73	339,68	341,65

*Tahmin

Kaynak: IMF

2020 yılında cari fiyatlara göre, 20,9 trilyon dolar olan GSYİH'nın 2021 yılında 22,6 trilyon dolar olması beklenmektedir. ABD, 2021 yılı itibariyle 195 ülke arasında dünyanın 1. büyük ekonomisidir. 2021 yılında sabit fiyatlara göre %6,4 oranında artması beklenen GSYİH'nın, 2022 yılında %3,5 oranında artacağı tahmin edilmektedir.

3. DIŞ TİCARET

Dış Ticaret

(1000 \$)	2018	2019	2020	2019-2020 Değişim
İthalat	2.612.379.157	2.568.396.449	2.407.543.964	-6,3%
İhracat	1.665.992.032	1.645.174.335	1.431.406.392	-13,0%
Hacim	4.278.371.189	4.213.570.784	3.838.950.356	-8,9%
Denge	-946.387.125	-923.222.114	-976.137.572	5,7%

Kaynak: ITC Trademap

Başlıca İhracat Yapılan Ülkeler (1000 \$)

Sıra	ÜLKE	2018	2019	2020	2019-2020 Değişim	Pay
1.	Kanada	299.768.502	292.381.890	255.149.315	-13%	18%
2.	Meksika	265.442.787	256.374.085	212.671.751	-17%	15%
3.	Çin	120.148.141	106.626.775	124.648.519	17%	9%
4.	Japonya	75.229.208	74.652.745	64.097.722	-14%	4%
5.	Birleşik Krallık	66.312.723	69.156.508	59.009.600	-15%	4%
6.	Almanya	57.752.951	60.296.235	57.795.071	-4%	4%
7.	Kore Cumhuriyeti	56.506.611	56.897.327	51.218.023	-10%	4%
8.	Hollanda	48.703.019	51.232.694	45.520.531	-11%	3%
9.	Brezilya	39.559.841	43.083.296	35.046.885	-19%	2%
10.	Taipei, Çin	30.560.439	31.218.811	30.496.320	-2%	2%
27.	Türkiye	10.261.410	10.044.693	10.007.521	0%	1%
	TOPLAM	1.665.992.032	1.645.174.335	1.431.406.392	-13%	100%

Kaynak: ITC Trademap

Başlıca İhracatı Yapılan Ürünler (1000 \$)

GTİP	Ürün Grubu	2018	2019	2020	2019-2020 Değişim	Pay
'2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	95.929.635	87.507.951	60.709.450	-31%	4%
'2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	48.261.572	65.323.191	50.285.962	-23%	4%
'8703	Otomobiller	51.414.521	56.163.761	45.642.596	-19%	3%
'8542	Elektronik entegre devreler	37.691.624	40.099.507	44.212.664	10%	3%
'2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	28.184.231	30.524.255	33.344.747	9%	2%
'8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	45.703.345	43.018.677	33.166.077	-23%	2%
'8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	32.437.535	30.694.476	28.091.200	-8%	2%
'9018	Tıpta, cerrahide, dişçilikte ve veterinerlikte kullanılan alet ve cihazlar	28.567.274	29.730.849	28.022.805	-6%	2%
'3002	İnsan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. Ürünler	23.162.255	25.863.964	26.090.951	1%	2%

'1201	Soya fasulyesi	17.162.766	18.724.339	25.851.456	38%	2%
	TOPLAM	1.665.992.032	1.645.174.335	1.431.406.392	-13%	100%

Kaynak: ITC Trademap

Başlıca İthalat Yapılan Ülkeler (1000 \$)

Sıra	ÜLKE	2018	2019	2020	2019-2020 Değişim	Pay
1.	Çin	563.234.622	472.473.187	457.174.167	-3%	19%
2.	Meksika	349.204.419	361.332.089	328.868.859	-9%	14%
3.	Kanada	326.203.901	327.148.117	277.349.019	-15%	12%
4.	Japonya	145.902.282	146.975.707	122.484.226	-17%	5%
5.	Almanya	128.355.334	129.866.306	117.411.804	-10%	5%
6.	Vietnam	51.277.516	69.385.267	83.211.920	20%	3%
7.	Kore Cumhuriyeti	76.207.522	79.975.187	78.322.276	-2%	3%
8.	İsviçre	41.698.432	45.425.574	75.568.876	66%	3%
9.	İrlanda	57.679.282	61.989.368	65.779.126	6%	3%
10.	Taipei, Çin	47.261.413	55.958.779	62.456.557	12%	3%
29.	Türkiye	10.897.771	11.305.543	11.754.397	4%	0%
	Genel Toplam	2.612.379.157	2.568.396.449	2.407.543.964	-6%	100%

Kaynak: ITC Trademap

Başlıca İthalatı Yapılan Ürünler (1000 \$)

GTİP	Ürün Grubu	2018	2019	2020	2019-2020 Değişim	Pay
'8703	Otomobiller	178.519.053	179.515.290	145.659.382	-19%	6%
'8471	Otomatik bilgi işlem mak. bunlara ait birimler; manyetik veya optik okuyucular, verileri koda dönüştüren ve işleyen mak.	93.556.128	91.142.326	104.948.207	15%	4%
'8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	111.224.426	101.893.504	95.175.568	-7%	4%
'3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	71.615.654	78.878.163	81.861.045	4%	3%
'2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	162.801.503	132.370.663	81.629.598	-38%	3%
'8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	71.435.554	69.634.459	60.037.381	-14%	2%

'3002	İnsan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. Ürünler	37.051.744	42.897.133	51.376.633	20%	2%
'2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	61.489.444	61.938.363	36.320.212	-41%	2%
'7108	Altın (platin kaplamalı altın dâhil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	9.641.469	9.685.384	34.686.628	258%	1%
'8542	Elektronik entegre devreler	34.796.160	33.085.046	31.910.037	-4%	1%
	TOPLAM	2.612.379.157	2.568.396.449	2.407.543.964	-6%	100%

Kaynak: ITC Trademap

4. TÜRKİYE İLE TİCARETİN GÖRÜNÜMÜ

Türkiye'nin Birleşik Devletler' e Başlıca İhraç Ettiği Ürünler (1000 \$)

GTİP	ÜRÜN GRUBU	2018	2019	2020	2019-2020 Değişim	Pay
'5702	Dokunmamış halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tüfte veya floke edilmemiş)(hazır eşya halinde olsun olmasın)(kilim, sumak Karaman ve elde dokunmuş benzeri yer döşemeleri dahil)	526.312	625.941	885.447	41%	9%
'7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	14.192	135	586.794	434562%	6%
'7113	Mücevherci eşyası ve aksamı (kıymetli metallerle kaplanmış veya yaldızlanmış olsun olmasın)	298.951	339.450	330.846	-3%	3%
'6802	Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar (kayagan taşı hariç) ve mamulleri (68.01 pozisyonunda yer alanlar hariç); tabi taşlardan (kayagan taşı dahil) mozaik için küp şeklinde taşlar ve benzerleri (takviye edilmiş olsun olmasın); tabi taşlardan (kayağan taşı dahil) suni olarak boyanmış granüller, küçük parçalar ve tozlar	294.856	279.759	318.162	14%	3%
'8708	Motorlu taşıtların aksam, parça ve aksesuarları	264.692	347.223	285.574	-18%	3%

'8411	Turbojetler, turbopropellerler ve diğer gaz türbinleri	325.464	549.721	284.691	-48%	3%
'8803	88.01 veya 88.02 pozisyonlarındaki hava taşıtlarının aksam ve parçaları	231.108	322.274	234.303	-27%	2%
'8703	Binek otomobilleri ve esas itibarıyla insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar (87.02 pozisyonuna girenler hariç) (steysin ve yarış arabaları dâhil)	325.436	293.635	231.249	-21%	2%
'7214	Demir veya alaşımsız çelikten çubuklar (sadece dövülmüş, sıcak haddelenmiş veya sıcak çekilmiş, haddeleme işleminden sonra burulmuş olanlar dâhil)	188.458	56.143	228.926	308%	2%
'2523	Portland çimentosu, şaplı çimento, cüruf çimentosu, süper sülfat çimentosu ve benzeri su altında sertleşen çimentolar (boyanmış ve klinker şeklinde olsun olmasın)	102.931	181.769	222.656	22%	2%
GENEL TOPLAM		8.304.672	8.971.874	10.183.213	14%	100%

Kaynak: ITC Trademap

Türkiye'nin Birleşik Devletler' den Başlıca İthal Ettiği Ürünler (1000 \$)

GTİP	ÜRÜN GRUBU	2018	2019	2020	2019-2020 Değişim	Pay
'8802	Diğer hava taşıtları, uzay araçları	985.420	1.280.625	1.421.451	11%	12%
'7204	Demir/çelik döküntü ve hurdaları, bunların külçeleri	1.281.388	1.132.655	1.205.353	6%	10%
'5201	Pamuk (karde edilmemiş veya penyelenmemiş)	704.104	646.488	591.018	-9%	5%
'2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	400.587	399.322	489.628	23%	4%
'8803	88.01 veya 88.02 pozisyonlarındaki hava taşıtlarının aksam ve parçaları	192.434	381.745	478.623	25%	4%
'8411	Turbojetler, turbopropellerler ve diğer gaz türbinleri	896.197	758.307	463.647	-39%	4%
'3901	Etilen polimerleri (ilk şekillerde)	129.286	302.198	313.752	4%	3%
'2701	Taşkömürü; taşkömüründen elde edilen briketler, topak ve benzeri katı yakıtlar	454.465	207.196	300.523	45%	3%
'3004	Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar	302.888	350.346	290.796	-17%	3%

'0802	Diğer sert kabuklu meyvalar (taze veya kurutulmuş) (kabuğu çıkarılmış veya soyulmuş olsun olmasın)	203.004	291.235	240.555	-17%	2%
	GENEL TOPLAM	12.377.681	11.847.481	11.525.182	-3%	100%

Kaynak: ITC Trademap

İki Ülke Arasındaki Anlaşma Ve Protokoller

Anlaşma Adı	İmza Tarihi	Resmi Gazete
Gümrük Konularında Karşılıklı İdari Yardım Ve İşbirliği Anlaşması	28.03.1996	30.06.1996/22682
Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunmasına İlişkin Anlaşma	3.12.1985	13.08.1989/20251
Çifte Vergilendirmeyi Önleme ve Vergi Kaçakçılığına Engel Olma Anlaşması	26.03.1996	31.12.1997/23217
Ticaret ve Yatırım Çerçeve Anlaşması (TIFA)	29.09.1999	11.02.2000/23961

ABD İhracatta Zorunlu Belgeler

ABD'de standartlar sanayi ve kamu işbirliği içerisinde tesis edilmekte olup, gönüllü standartların oluşturulması ve uygulanması konusunda Amerikan Ulusal Standartlar Enstitüsü (American National Standards Institute-ANSI), Amerikan Test ve Materyal Topluluğu (American Society of Testing and Materials) ve United Laboratories (UL) gibi şirket ve sivil toplum örgütleri yetkili kuruluşlardır. Söz konusu kuruluşlardan 125 binden fazla şirket ve 3.5 milyondan fazla profesyonelden oluşan üyelik yapısı ile ANSI, ABD'nin Uluslararası Standardizasyon Örgütü'ndeki (International Organization for Standardization-ISO) resmi temsilcisi konumundadır. Bu bağlamda, ABD'de standartlar federal örgütler tarafından oluşturulmamakta olup, sivil toplum organizasyonları tarafından oluşturulan standartların uygulanması sürecinde yukarıda yer verilen federal kamu otoriteleri gözetim görevi üstlenebilmektedir.

ABD ürün güvenliği ve denetimi sistemi gerek federal seviyede gerekse Eyalet seviyesinde düzenlenen kurallar bütününden oluşmaktadır. Genel itibarı ile federal seviyede ürün güvenliği ve denetiminden sorumlu kurumlar,

- Ticaret Bakanlığına bağlı Ulusal Standartlar ve Teknoloji Enstitüsü (National Institute of Standards and Technology), <https://www.nist.gov/>
- Federal Havacılık İdaresi (Federal Aviation Administration), https://www.faa.gov/regulations_policies/
- Alkol ve Tütün Vergi ve Ticaret Bürosu (Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau) <https://www.ttb.gov/>

- Alkol, Tütün ve Ateşli Silahlar Bürosu (Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms) <https://www.atf.gov/>
- Ulusal Otoyol Trafığı Güvenlik İdaresi (National Highway Traffic Safety Administration-NHTSA) <https://www.nhtsa.gov/importing-vehicle>
- ABD Sahil Güvenliği (U.S. Coast Guard) <https://www.uscg.mil/>
- Gıda ve İlaç İdaresi (Food and Drug Administration) <https://www.fda.gov/>
- ABD Tarım Bakanlığı Bitki Sağlığı <https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=pubHome>
- ABD Tarım Bakanlığı, İş Güvenliği ve Sağlığı İdaresi (Occupational Safety and Health Administration),
- Çevre Koruma Ajansı (Environmental Protection Agency) <https://www.epa.gov/>
- ABD Nükleer Düzenleme Komisyonu (U.S. Nuclear Regulatory Commission) <https://www.nrc.gov/>
- ABD Kimyasal Güvenliği ve Zarar Araştırma Yönetimi (U.S. Chemical Safety and Hazard Investigation Board) <https://www.csb.gov/>
- Federal Motorlu Taşıtlar Güvenlik İdaresi (Federal Motor Carrier Safety Administration) <https://www.fmcsa.dot.gov/>
- Tüketici Ürünleri Güvenliği Komisyonu (Consumer Products Safety Commission-CPSC) gibi kurumlardır. <https://www.cpsc.gov/>

ABD Tüketici Ürünleri Güvenliği Komisyonu <https://www.cpsc.gov/> (Consumer Product Safety commission-CPSC), ABD’de ürün güvenliği ve piyasa gözetiminden sorumlu olan kurumdur. CPSC 1972 yılında Kongre tarafından Tüketici Ürünleri Güvenliği Yasası’nda, eğitim, güvenlik standartları faaliyetleri, düzenleme ve uygulama yoluyla halkı tüketici ürünlerinden kaynaklanan makul olmayan yaralanma veya ölüm risklerine karşı korumak amacıyla oluşturulan bağımsız bir federal düzenleyici kurumdur.

CPSC tarafından potansiyel olarak incelenecek ürünlere <https://cpsc.gov/s3fpublic/TSN-Notice-2Way-Messaging-for-CPSC-Update-April2020v2.pdf?5ZxJlZPko33lH9k4xqHKdZSFJgER6YF8> linkinden ulaşmak mümkündür.

CPSC aşağıdaki linkte yer alan kanun yönetmelik ve diğer düzenlemeler kapsamında görevlerini yerine getirmektedir.[\(https://www.cpsc.gov/Regulations-Laws-Standards/Statutes/\)](https://www.cpsc.gov/Regulations-Laws-Standards/Statutes/) CPSC Kahve makinesinden oyuncaklara ve çim biçme makinelerine kadar binlerce çeşit tüketici ürünü üzerinde yetki sahibidir.

Bununla birlikte, bazı ürün türlerinin piyasa güvenliği diğer federal kurumlar tarafından karşılanmaktadır. Bu kurumlara ilişkin tablo aşağıda paylaşılmaktadır. CPSC, tüketici ürünlerinin yaralanma ve ölüm riskini aşağıdaki yollarla azaltmaya çalışmaktadır.

1-Endüstri ile gönüllü standartların geliştirilmesi,

2-Sorunlu standartların düzenlenmesi ve uygulanması; hiçbir standart kamuoyunu yeterince koruyamazsa tüketici ürünlerinin yasaklanması.

3-Ürünlerin geri çağırılmasını sağlamak ve onarım, değiştirme veya geri ödeme için düzenleme

4-Potansiyel ürün tehlikeleri üzerine araştırma yapmak

5-Medya, eyalet ve yerel yönetimler, özel kuruluşlar aracılığıyla ve tüketici sorularına yanıt vererek tüketicileri bilgilendirmek ve eğitmek.

CPSC, zorunlu bir standardın ihlali durumunda bir “İhlal Bildirimi” yayınlar. Bu bildirimler, şirketlere, geri çağırma, satışı durdurma veya üretimin düzeltilmesini içerebilecek gerekli düzeltici faaliyetin ihlali ve niteliği konusunda tavsiyelerde bulunur. Tüketiciler için çözümler, her geri çağırma duyurusunda açıklanmaktadır.

Federal yasalar, üreticilerin ve ithalatçıların birçok tüketici ürününü, ürün güvenliği gerekliliklerine uygunluk açısından test etmelerini gerektirir. Geçilen test sonuçlarına dayanarak, üretici veya ithalatçı tüketici ürününü yazılı veya elektronik sertifikada geçerli tüketici ürünü güvenlik gerekliliklerine uygun olarak onaylamalıdır. Sertifikaların, geçerli ürün veya sertifikanın kapsadığı ürünlerin sevkiyatına eşlik etmesi gerekir. Sertifikanın bir kopyası perakendecilere, distribütörlere ve talep üzerine hükümete verilmelidir.

Diğer taraftan Gümrük idaresi farklı ürün gruplarında ithalat öncesinde ürünün güvenlik, içerik olarak sağlığa zararı, pestisit içeriği, üründe belirli kimyasalların varlığı vb. unsurlar ile ilgili olarak ithalat öncesinde çeşitli denetimler için farklı federal kurumlar ile çalışmaktadır. Aşağıda yasaklı ürünler ve ithalat denetimine tabii çeşitli ürün gruplarına ilişkin kurum ve ürünler paylaşılmıştır.

İhracatta Zorunlu Belgeler

ÜRÜN	Kurum
Alkol (Absint)	Gıda ve İlaç İdaresi (FDA) https://www.fda.gov/industry/entryprocess/entry-submission-process ve Hazine Bakanlığı ABD Gıda ve İlaç İdaresi düzenlemeleri 21 CFR 172.510 ve Hazine Bakanlığı Alkol ve Tütün Vergi ve Ticaret Bürosu Dairesi düzenlemelerine (27 CFR Bölüm 13.51, 5.42 (a) ve 5.65) tabidir. "thujone free" (milyon thujone başına 10 parçadan az içermelidir); "absinthe" terimi marka adı olamaz; "absinthe" terimi etiket üzerinde tek başına duramaz; ve sanat eserleri ve / veya grafikler halüsinojenik, psikotropik veya zihin değiştirici etkileri yansıtmaması konusunda düzenlemeler mevcuttur.
Alkollü İçecekler	Her eyalet için ayrı bir Kurul mevcuttur.
Otomobiller ve dış aksam parçaları, (far, ışıklar, ayna, motor, bebek koltuğu vb)	Ulaştırma Bakanlığı (NHTSA, National Highway Traffic Safety Administration) Ulusal Karayolu ve Trafik Güvenliği idaresi – (hırsızlık, güvenlik ile ilgili

	standartlar) https://www.nhtsa.gov/laws-regulations/fmvss Çevre Koruma İdaresi (EPA, Environment Protection Agency) emisyon hacimleri ile ilgili denetim) https://www.epa.gov/stateand-local-transportation
Biyolojik Ürünler (mantar, virüs, bakteri, bakteri kültürü, kuş, canlı hayvan, bitki vb.)	Tarım Bakanlığı https://www.aphis.usda.gov/aphis/ourfocus/animalhealth/animaland-animal-product-import-information ve Hastalık Denetim ve Korunma İdaresi (CDS) , EPA https://www.epa.gov/pesticides/antimicrobial-pesticides ve FDA https://www.fda.gov/industry/entry-process/entry-submissionprocess
Seramik Mutfak Ürünleri	Yasak ve kısıtlama olmamakla beraber, FDA yurtdışından alınan seramik ürünleri için kurşun testi tavsiye etmektedir.
Askeri ve Savunma Amaçlı Ürünler	ABD Ticari Savunma Ürünleri Denetim Başkanlığı https://www.pmdt.state.gov/ddtc_public
Ateşli Silahlar ve Patlayıcılar	Alkol, Tütün, Ateşli Silahlar ve Patlayıcılar Başkanlığı (ATF) https://www.atf.gov/contact/licensing-and-other-services ve ABD Ticari Savunma Ürünleri Denetim Başkanlığı
Balık ve Vahşi Yaşam Ürünleri (vahşi kuşlar, balık ve sürüngenler ve bunların derileri ile bunlardan imal edilen ürünler)	ABD Balık ve Vahşi Yaşam Hizmetleri U.S. Fish and Wildlife Service (FWS) https://www.fws.gov/le/businesses.html
Gıda Ürünleri	Bazı gıda ürünleri APHIS (Bitki ve Bitki Sağlığı Kurumu) denetimine tabiidir. https://www.aphis.usda.gov/aphis/ourfocus/planthealth/importinformation
	https://www.aphis.usda.gov/aphis/ourfocus/planthealth/importinformation/agriculture-quarantine-inspection Bazı gıda ürünleri ayrıca sağlık, güvenlik ve bioterör gibi kontroller için FDA denetimine tabiidir. https://www.fda.gov/food/importing-foodproducts-united-states/prior-notice-imported-foods
Tohum, Meyve ve Sebzeler (Bazı meyve sebzeler pestisit kontrolü için denetime tabiidir)	APHIS (Bitki ve Bitki Sağlığı Kurumu) denetimine tabiidir. https://www.aphis.usda.gov/aphis/ourfocus/planthealth/importinformation

5. BİRLEŞİK DEVLETLER MAMUL PAZARI

Başlıca MSM İhracatı Yapılan Ülkeler (1000 \$)

ÜLKE	2016	2017	2018	2019	2020
Canada	3.998.485	3.545.047	3.483.736	3.324.026	3.274.602
Japan	925.169	964.196	975.078	979.826	905.041
Mexico	870.053	783.989	774.425	698.930	775.505
Korea, Republic of	390.542	413.127	459.150	529.799	528.098
Netherlands	470.188	493.267	491.563	396.533	517.220
United Kingdom	550.807	532.973	521.873	481.612	450.970
Panama	300.847	310.550	315.644	382.348	448.621
Brazil	492.438	793.006	814.436	539.210	321.407
India	196.636	299.760	276.143	307.370	307.678
China	658.598	422.631	404.278	272.045	262.360
Australia	281.192	268.773	247.472	229.822	242.817
Philippines	245.066	234.148	276.213	272.924	173.221
Colombia	77.662	110.539	124.631	162.338	160.762
Hong Kong, China	231.626	232.300	262.203	232.910	156.986
France	172.621	201.738	220.487	158.614	143.198
Chile	106.253	148.610	133.060	136.652	142.073
Taipei, Chinese	178.773	135.881	131.157	141.064	139.535
Germany	200.427	218.252	173.033	147.384	132.653
Dominican Republic	84.690	77.387	91.725	114.983	110.731
Singapore	144.416	146.180	157.649	135.389	101.430
Saudi Arabia	105.146	96.170	119.547	131.934	99.678
Peru	98.828	88.308	86.676	100.349	90.745
Malaysia	78.003	78.637	131.228	103.747	78.590
Guatemala	53.149	52.089	57.531	64.346	75.404
Nigeria	48.581	55.310	49.161	61.309	73.861
Honduras	26.419	34.251	42.209	51.996	70.400
United Arab Emirates	120.788	137.319	180.058	126.608	69.723
Spain	110.501	147.999	145.458	96.690	67.706
Jamaica	62.373	65.329	56.894	72.672	61.518
Italy	132.089	83.755	74.130	49.781	60.307
Belgium	78.603	94.364	70.834	72.996	56.247
Denmark	36.348	42.630	59.774	49.616	55.628
Viet Nam	153.506	82.298	166.525	128.378	52.880
Finland	11.693	10.100	9.002	23.819	52.320
Sweden	70.527	64.820	63.729	56.595	51.732
Costa Rica	57.749	58.351	57.819	58.711	50.990
Switzerland	33.724	25.856	23.726	26.638	50.679
Poland	65.617	50.489	57.479	47.610	50.438
Norway	32.572	26.760	27.296	32.549	49.252

Latvia	31.356	43.254	49.776	71.899	48.924
New Zealand	51.632	51.224	50.933	49.820	48.323
Turkey	31.656	27.186	27.168	32.519	45.096
Thailand	68.305	65.062	56.781	44.997	44.313
Bahamas	54.940	49.380	49.279	53.361	42.704
Israel	45.738	36.246	35.521	39.989	41.560
Indonesia	46.102	48.546	53.874	57.039	40.169
TOPLAM	12.866.626	12.517.074	12.770.737	11.992.769	11.300.167

Birleşik Devletlerin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler sırasıyla Kanada, Japonya ve Meksika'dır. Meksika en fazla ithalatın gerçekleştirildiği ülkeler sıralamasında da birinci sırada yer almaktadır. Bu ülkeyi Fransa, İtalya ve Kanada takip etmektedir. Mamul sektöründe Kanada ve Meksika, Birleşik Devletlerin en önemli ticaret ortağı olarak göze çarpmaktadır.

Başlıca MSM İthalatı Yapılan Ülkeler (1000 \$)

ÜLKE	2016	2017	2018	2019	2020
Mexico	6.553.373	7.036.408	7.719.175	8.552.098	9.808.085
France	4.323.644	4.631.034	5.106.716	5.403.668	4.733.185
Italy	2.669.115	2.815.307	3.039.159	3.140.222	3.167.154
Canada	2.346.436	2.378.055	2.600.501	2.719.325	2.906.508
Netherlands	1.248.763	1.235.984	1.337.766	1.266.891	1.386.658
United Kingdom	1.700.066	1.726.986	1.794.696	1.856.418	1.253.043
China	1.483.497	1.557.022	1.677.997	963.078	1.158.414
Austria	770.101	943.761	1.045.240	1.136.755	1.142.044
Brazil	866.039	1.044.971	1.188.320	1.154.706	875.161
Spain	772.262	813.047	799.108	799.115	750.530
Ireland	822.623	881.074	945.250	1.044.109	711.043
Switzerland	897.246	853.945	764.449	767.962	689.083
Chile	675.311	592.292	590.473	591.598	632.114
Thailand	797.981	490.134	503.647	577.577	597.168
Belgium	438.893	399.211	443.573	550.977	567.388
New Zealand	451.979	456.842	475.985	511.136	538.323
Argentina	541.856	481.594	503.746	505.846	473.911
Peru	337.381	355.021	389.291	403.396	451.610
Australia	461.482	455.652	415.985	413.840	414.579

Germany	453.301	524.042	414.542	409.566	294.660
Turkey	193.343	185.740	217.000	263.160	276.558
Greece	242.520	246.814	260.943	274.249	275.977
Sweden	304.073	289.215	265.528	266.429	242.143
Korea, Republic of	199.859	138.014	163.321	183.248	234.930
Japan	183.646	186.537	199.188	231.932	229.608
TOPLAM	32.424.739	33.230.311	35.575.477	36.886.282	36.745.063

Başlıca MSM İhracatı Yapılan Ürünler (1000 \$) GTİP

GTİP	2016	2017	2018	2019	2020
'220720	1.047.783	995.175	1.255.168	1.061.342	1.210.197
'220710	1.059.335	1.493.329	1.486.487	1.319.168	1.173.457
'220830	1.149.890	1.317.481	1.357.714	1.194.986	1.020.080
'200410	1.116.487	1.140.888	1.137.771	1.241.872	1.012.168
'220421	1.314.341	1.206.013	1.130.924	1.051.210	951.581
'220300	615.212	685.533	668.077	572.933	513.327
'220210	361.528	382.597	406.557	387.176	392.566
'210320	390.162	368.117	326.133	320.002	314.183
'220429	218.555	216.666	240.818	272.389	287.407
'220820	264.275	242.435	249.705	188.659	285.988
'200520	276.147	281.814	278.753	286.540	280.815
'200893	237.852	265.488	297.025	293.196	269.353
'200290	347.080	270.267	258.197	246.051	246.793
'220890	134.781	150.412	222.336	243.089	232.256
TOPLAM	12.866.626	12.517.074	12.770.737	11.992.769	11.300.167

Birleşik Devletlerin en fazla ihracatını gerçekleştirdiği mamul diğer alkollü içkiler mal grubudur. İhracatı yapılan ürünler sıralamasında, bu mal grubunu sırasıyla alkol derecesi hacim itibariyle %80 veya daha fazla olan denatüre edilmemiş etil alkol ile viskiler takip etmektedir.

Başlıca MSM İthalatı Yapılan Ürünler (1000 \$) GTİP

GTİP	2016	2017	2018	2019	2020
'220300	5.078.823	5.326.123	5.575.433	5.843.851	5.977.170
'220421	4.369.575	4.565.911	4.773.627	4.706.025	4.209.152
'220210	2.224.704	2.465.343	2.556.031	2.715.548	2.799.204
'220890	1.228.280	1.393.204	1.651.251	1.972.337	2.784.295
'220830	2.132.837	2.214.017	2.405.652	2.570.652	1.734.348
'220820	1.376.179	1.462.917	1.580.412	1.871.845	1.688.464
'200899	1.074.138	1.262.083	1.440.158	1.408.759	1.446.298
'220860	1.638.050	1.470.954	1.557.424	1.490.679	1.374.567
'220410	1.127.459	1.249.998	1.347.237	1.429.511	1.304.575
'200410	806.249	896.103	997.028	1.005.156	1.095.889
'220870	923.075	928.532	999.334	1.059.892	820.046
'071080	647.774	637.871	718.235	754.635	807.255
'081190	515.570	436.088	528.043	574.954	706.756
'220710	523.591	695.608	676.748	790.237	665.860
TOPLAM	32.424.739	33.230.311	35.575.477	36.886.282	36.745.063

Birleşik Devletlerin en fazla ithalatını gerçekleştirdiği mal grubu yaklaşık 6 milyar dolarlık değer ile malttan üretilen biralardır. Bu mal grubunu sırası ile şaraplar ve sular (mineral sular ve gazlı sular dahil) takip etmektedir.

6. PAZARIN ÖZELLİKLERİ

ABD’de kalite fiyattan önce gelmektedir. En yüksek kalitede ürünün satın alıcısının olduğu ülkede orta ve alt kalitedeki ürünler pazardaki en önemli dinamiği oluşturmaktadır. Ürüne ait özelliklerin tam olarak tanıtıldığı, pazar ihtiyacını tamamlayan ve pazarlama bütçelerine yüksek yatırımda bulunan, kısa sürede müşteriye cevap verebilen ve depolarında ürün stoklayan firmaların rekabette avantaj sağladığı gözlemlenmiştir. Pazarda bir yere sahip olmaya çalışan firmalar, fuar ve kongre gibi organizasyonlar ile iletişim ağlarını büyütmek üzerine çalışmalar gerçekleştirmektedir. İletişim ağı yüksek olan firmaların rekabete fayda sağladığı bilinmektedir.

Diğer taraftan, Avrupa kıtasında geçerli olan sertifikasyonların ABD’de karşılığının olmaması sık rastlanan konulardan biridir. Bu kapsamda rekabete girecek firmalarımızın pazara giriş ön çalışmalarında profesyonel hizmet almalarında fayda görülmektedir.

1- Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları

ABD Ticaret Temsilciliği (USTR) her yıl, ticari ortakları olan ülkelerdeki fikri mülkiyet hakları uygulamalarına yönelik olarak gelişmeleri izlemekte ve ülkeler her yılın Nisan ayında, bu alanda kaydettikleri gelişmelere bağlı olarak her yıl “Special 301 Raporu”nda “İzleme Listesi” veya “Öncelikli İzleme Listesi” ne alınmaktadır. USTR tarafından yıllık olarak yayımlanan “Special 301” Raporu, ilgili Uruguay Round Anlaşması ve 1988 tarihli Geniş Kapsamlı Ticaret ve Rekabet Gücü Yasası (Omnibus Trade and Competitiveness Act) ile güncellenen 1974 tarihli “Ticaret Yasası”na dayalı olarak hazırlanmaktadır.

2- Dağıtım Kanalları

İthalat hacmi ile dünyanın en büyük pazarı olan ABD’ye ihracatta, uygulanacak stratejinin çok iyi belirlenmesi ve pazar araştırmasının da en ince detayına kadar derinleştirilmesi gerekir. Rakiplerin fazla olduğu, gelişkin bir pazara girildiği unutulmamalıdır. Pazar araştırılırken pek çok bilgiye elektronik ortamda kolaylıkla ulaşılması (ABD’nin gümrük vergileri, dış ticaret istatistikleri, denetim kurumlarının web sayfaları vb), ihracatçılar açısından bir avantaj oluşturmaktadır.

Fuarlara katılım, dağıtım zincirinin diğer halkalarına ulaşmak için önemli bir fırsattır. ABD pazarı rekabete açık olması nedeniyle ürün tasarımı ve ambalaj konusunda oldukça hassas davranılması gereken bir pazardır. ABD’de dağıtım kanallarının ilk halkasını büyük toptancı firmalar (wholesalers) oluşturmaktadır Bu firmalardan birçoğunun işi ithalat ve dağıtım yapmak olup, ithal ettikleri malı broker ve/veya alt dağıtıcı firmalar aracılığı ile satmaktadır. Böylece ithal ettikleri malı satan firma ile nihai tüketiciyi karşı karşıya getirmemekte ve pazarın kontrolünü ellerinde tutmaktadırlar.

Pazarın işleyişinin farklı olması sebebiyle, ABD’deki firmalarla işbirliği yapmak ya da Amerikalıların çalışacağı ofis kurmak da bir başka alternatif olarak değerlendirilebilir. Doğrudan pazarlama veya satış mağazası/bürosu açma olanağı da mevcuttur. Ancak kurulacak firmanın muhasebe kayıtlarının tutulması, vergi ve benzeri hukuki sorumlulukların yerine getirilmesi için CPA (Certified Public Accountant) Mali Müşavir ile çalışılmasının büyük avantajı vardır.

ABD’de vergi mevzuatının ihlalinde mükelleflerin çok ağır yaptırımlar ile karşılaşma riskleri bulunmaktadır.

Pazarda başarılı olmak için; pazarda yer alabilmenin süresi uzun olabileceğinden başlangıç maliyetlerinin düşük tutulması, satış sözleşmesinde belirtilen hususlara titizlikle uyulması, doğru pazarlama stratejisi oluşturabilmek için; ürünün pazara uygunluğu, dağıtım kanalları, Amerikan tüketicisinin zevk ve tercihlerinin değerlendirilmesi gibi konularda bilgi sahibi olmak çok önemlidir.

ABD pazarı, pek çok üretici ve tüketici örgütünden oluşan, özdenetimi yüksek, oldukça korumacı bir yapıya sahiptir. Belirgin bir pazar kesimlendirmesine (segment) ve kesimlere göre çeşitlenen yaygın satış ağına sahiptir. Son derece çetin rekabet koşulları bulunan, sürekli alternatifini yaratması nedeniyle, yakından izlenmesi gereken bir pazar yapısı bulunmaktadır.

Perakende dağıtım kanalları çok çeşitlilik göstermektedir (Büyük Perakendeciler, İhtisas Mağazaları, Çok Katlı Mağazalar vb). Kalite sorunları, hizmet aksaması ve istikrarsızlık gibi konularda son derece hızlı tepki vermektedir.

ABD perakende pazarında satış için pazarlama çok önemli bir rol oynamaktadır. Üreticiler yüksek reklam faturaları ödemekten çekinmemektedirler. Mağazaların promosyonlar düzenlemesi de çok yaygın bir uygulamadır.

Kovid-19 Pandemisi nedeni ile 2020 yılında ABD ekonomisinde yaşanan küçülmeden sonra ABD’de aşılamanın çok hızlı bir şekilde yapılması nedeni ile tüketici güven endeksinde yukarı doğru ivmelenmenin beklendiği ABD’de kişi başına düşen milli gelirin yüksekliği, tüketimin yüksek, tasarruf oranlarının düşük olması, hane halkının genelde çift gelirli olması gibi yapısal etkilerle perakende sektörü bir bütün olarak hızla gelişmeye devam etmektedir.

Ancak, sektör alt gruplar halinde incelendiğinde kendi içinde farklı trendlerin varlığı da görülmektedir. Süpermarket zincirlerinde açık arayla en büyük zincir olan Wal-Mart, sektör için en büyük tehdit olarak algılanmakta, şirket mağaza sayısını hızla artırarak diğer marketlerin coğrafi olarak pazara girmesini engellemeye çalışmaktadır. Diğer taraftan, doğal ve organik ürün satan market zincirlerinin gittikçe daha popüler hale gelmesi sektörü zorlamaktadır.

Çok katlı mağazalarda son yıllarda karşılıklı şirket satın almalar ve şirket evlilikleri hız kazanmakta ve çok katlı mağazalar son yıllarda artan şirket zararları nedeniyle bir dönüşüm yapma zorunluluğu içerisinde olup, daha lüks ürünlere yönelim trendi içine girmektedir.

ABD pazarının büyüklüğü, zincir mağazaların büyük ölçekleri ve perakende sektörünün tüketime yönelik hemen her alanda faaliyet göstermesi gibi ABD pazarının kendine has özellikleri nedeniyle, yoğunlaşma biçimlerini ana hatlarıyla alt sektörler bazında incelemek gerekmektedir. Bu çerçevede; Wal-Mart gibi düşük fiyat ve büyük miktar sunan büyük ölçekli süpermarketler şehir dışlarında ve ABD genelinde yerleşim alanları dağınık olduğu için küçük yerleşim yerlerinin kümелendiği bölgelere yakın yerlerde, büyük metropollerde ise şehirlerin dış çevresinde yoğunlaşmıştır.

Düşük fiyata odaklanma yerine tüketiciye yakın olmanın verdiği avantaja odaklı Safeway gibi daha küçük süpermarketler ise şehir içlerinde yoğunlaşmıştır. Yine aynı şekilde günlük kişisel tüketim ve ilaç gibi ürünlerin satıldığı daha küçük ölçekli “convenience store” veya 20 / 36 T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021 “pharmacy”ler şehir içindeki işlek merkezlerde bulunmaktadır. Diğer taraftan, ağırlıklı olarak tekstil ürünleri satan “çok katlı mağazalar” genelde büyük metropollerin gelir düzeyi yüksek müşteriye hitap eden merkezlerinde ve “mall” adı verilen, şehirlerin dış çevresinde bulunan alışveriş komplekslerinde yer almaktadır.

Organize Perakende Sektöründeki Başlıca Mağaza/Market Zincirleri

ABD perakende sektöründe faaliyet gösteren başlıca mağaza zincirleri Walmart, Walgreens, Kroger, CVS, Costco, Target ve Sam’s Club’dır. Bu zincirlerin bazıları market (grocery retailer), bazıları sağlık&kozmetik mağazası, bazıları ise toptancı klübü olarak faaliyet göstermektedir. Satış hacimleri itibarıyla ABD’de bulunan ilk beş market zinciri (grocery retailer) Walmart, Kroger, Safeway, Publix, H-E-B’dir.

Zincir mağaza şirketleri ABD’nin son derece gelişmiş sermaye piyasalarında işlem gören şirketlerdir. Bu nedenle, tam anlamıyla yabancı ve yerel sermayeli ayırımı yapmak teknik olarak mümkün görülmemekle birlikte, daha genel bir değerlendirmeye bu firmaların büyük çoğunluğunu yerel sermayeli firma olarak değerlendirmek daha doğru olacaktır.

- 1- Walmart: 1962 yılında kurulan ve dünya çapında indirimli satış yapan bir mağazalar zinciridir. Firmanın 27 ülkede yaklaşık 11.000 mağazası bulunmaktadır. Ayrıca 10 ülkede eticaret sitesi üzerinden satış gerçekleştirmektedir. Walmart mağazalarında, hazır giyim ürünleri, elektronik eşya, gıda ürünleri, kozmetik-temizlik ürünleri, ev ve mutfak eşyaları gibi değişik ürün grupları satışa sunulmaktadır. Walmart ayrıca Sam’s Club zincirini de işletmektedir.
- 2- Kroger: 1883 yılında açtığı ilk marketin ardından hızla büyüyen Kroger, ABD’nin 31 eyaletinde 2.400’ün üzerinde mağazası ile faaliyetini sürdürmektedir. Yıllık satışı 96 milyar doların üzerindedir. Marketlerinde satılan gıda ürünlerinin önemli bir kısmını kendi üretmektedir. Şirkette 340 binin üzerinde kişi çalışmaktadır. Mağaza formatına

göre değişmekte birlikte pek çok mağazada gıda, hazır giyim ve ev eşyaları gibi çeşitli ürün grupları satışa sunulmaktadır.

- 3- 3- Safeway: 1915 yılında faaliyetlerine başlayan zincir, ABD ve Kanada’da 1.600’ün üzerinde mağazaya sahiptir.

ABD perakende sektörünün olağanüstü büyük ölçeği ve çeşitliliği nedeniyle satın alma yöntemleri ile ilgili sektörün tamamını kapsayan tek bir cevap olmamakla beraber, en büyük zincir mağazaları incelendiğinde bu zincirlerin merkezi bir satın alma “outsourcing” departmanları bulunmaktadır. Bu departmanlar genel stratejiyi belirlemekte ve alımların çoğunluğunu gerçekleştirmektedir. Bununla birlikte ölçeklerin büyüklüğü ve coğrafi olarak geniş bir alana yayılması nedeniyle mağazalar belirli miktarlarda kendi alımlarını da yapabilmektedir. Bu yerel satın almalar coğrafi bölgeler bazında “dealer” olarak tabir edilen aracı/toptancılar kanalıyla ya da doğrudan üretici firmadan yapılmakta, ithalata yönelik satın almalar ise dünyanın çeşitli bölgelerinde ve kilit ülkelerdeki satın alma ofisleri ve/veya “dealer”lar kanalıyla yapılmaktadır.

Pazara yeni giren firmaların doğrudan merkezi birimin (head office) satın alma listesine girmesi genellikle zordur. Bunun yerine firmanın ürünleri öncelikle bir veya birkaç mağazada 21 / 36 T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021 satışa sunulmakta ve satılan ürünlerle ilgili veriler (satılma miktarı, ne kadar zaman içerisinde satıldığı vb.) toplanmaktadır. Ürünün satış rakamları iyi ise satışa devam edilmekte ve firmanın puanlaması (rating) yapılmaktadır. Ratingine göre firma zaman içerisinde yükselmekte ve nihayetinde merkezi birimin (head office) satın alma listesine girebilmektedir.

İhtisas Mağazaları ve Çok Katlı Mağazalar

İhtisas mağazalarına örnek olarak Bed Bath & Beyond, Linens’n Things, Crate & Barrel, Cost Plus, Restoration Hardware, Fortunoff ve benzerleri gösterilebilir. ABD’de yaygın zincirler oluşturan bu grup içinde, konusunda çok çeşit bulunduran türleri (Bed Bath & Beyond, Linens’n Things) olduğu gibi, daha ziyade konseptleri ve keyifli alışveriş ortamları ile bilinenleri de (Crate&Barrel, William Sonoma, Pottery Barn, vb) mevcuttur. Birinci grupta münhasır ürün yanı sıra standart ürünler de satılabilirken ikinci gruba ağırlıklı münhasır ürünler girmektedir. Bu mağazalar, aynı üründen diğer perakendecilere verilmesini istemezler. Bu nedenle bu tür mağazalar, üretim ve ithalat yapılırken tasarım noktasında dahi birlikte çalışılmasını beklemektedir.

Katlı mağazalara örnek olarak ise Sears, J.C. Penney, Kohl’s, Macy’s, Marshall Field’s, Bloomingdale’s vb.gösterilebilir. Büyük perakendeciye ve ihtisas mağazalarına pazar payı kaybeden katlı mağazalar birleşme yoluyla güç kazanmaya çalışmaktadır.Daha fiyatlı ürünlerin

satıldığı, yoğun markalar arası rekabetin yaşandığı bu alışveriş ortamında kalite, tasarım ve tanınmış marka ile yer almak gerekmektedir. Kendi markalarıyla da (private label) ürün alan katlı mağazalar farklılaşma ihtiyacında olduklarından özel ürün tekliflerine olumlu yaklaşmakta, ancak giderek fiyatları aşağı doğru zorlamaktadırlar. Bu kategori ile de doğrudan çalışmak mümkün olduğu gibi, ABD’li markalar, ABD’de stil yaratan distribütörler vasıtasıyla da satış yapılabilir.

3- Tüketici Tercihleri

ABD’de kişi başına milli gelir 2020 yılı rakamlarına göre 63.000 dolar düzeyindedir. Bu özelliği ile ABD özellikle gıda ve tekstil sektörlerinde büyüyen dengeli bir pazar özelliğini taşımakta olup, ülke tüketicileri markadan çok kalite ve fiyata önem vermektedir. Amerikan tüketicisinin haklarını çok iyi bilmesi ve bu haklarını koruması da pazarın bir diğer önemli özelliğidir.

ABD tüketiminde ithal mallarına yönelik talep esnekliğini ölçmek amacıyla yapılan bir araştırmada ithalata yönelik talep esnekliğinin pozitif ve önemli ölçüde yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, yerli malların fiyatındaki artış karşısında Amerikan tüketicisinin ithal mallara olan talebinin fiyattaki artıştan daha fazla arttığı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, Amerikan tüketicisi fiyat değişikliklerine son derece hassastır. Bu nedenle, Amerika’ya yönelik ticarete fiyatın iyi tespit edilmesi son derece önemlidir.

Bu ülke piyasası, pek çok üretici ve tüketici örgütünden oluşan özdenetimi yüksek, oldukça korumacı bir yapıya sahiptir. Bu çerçevede, ülkedeki mevzuat ve yasal düzenlemeler hakkında çok iyi bilgi sahibi olunması gerekmektedir.

ABD Tüketici Ürünleri Güvenliği Komisyonu (CPSC) tarafından hazırlanan “Tüketici Ürünleri Güvenliğini Geliştirme Kanunu” 14 Ağustos 2008 tarihinde ABD Başkanı tarafından 22 / 36 T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021 onaylanarak yürürlüğe girmiştir. Komisyon, binlerce çeşit tüketici ürünlerinin yol açabileceği yaralanma ve ölüm riskine karşı tüketiciyi koruyucu önlemler almakla yükümlüdür. Kimyasal, mekanik, elektrik ya da yangın ile ilgili tehlike barındırabilecek ürünlere karşı düzenlenen Kanun, ABD’ye ihracatımız açısından önem arz etmektedir.

Kanun kapsamında ABD’ye ihracat yapan girişimcilerimizin başvuracağı ve CPSC tarafından yetkilendirilmiş ülkemizde yerleşik laboratuvarın listesine <http://www.cpsc.gov/cgibin/labsearch/> adresli web-sitesinden ulaşılabilir.

ABD, dünyadaki en büyük tekstil ve hazır giyim tüketici kitlesini oluşturmaktadır. Amerikalı tüketicilerin giyim eşyası, ev tekstili ve halı satın alma isteği ve merakı, gelişmekte olan ülkelerden dış göç nedeniyle daha da hızlı artmaktadır.

4- Kamu İhaleleri

Federal düzeyde bütün resmi kurumların 25.000 Doların üzerindeki ihaleleri ile ilgili bilgiler, www.fedbizopps.gov adresli web sitesinden takip edilmektedir. ABD Ulaştırma Bakanlığı'nın ihalelerini ise <http://www.osdbu.dot.gov/Procurement/> adresli web sitesinden takip etmek mümkündür. Diğer taraftan ücretli üye olarak kamu ihaleleri ile ilgili bilgi alınabilen www.governmentbids.com ve www.biddataline.com gibi web sitelerinden de faydalanmak mümkündür. Şikago Ticaret Ataşeliği tarafından önerilen diğer faydalı kaynaklar ise aşağıda sıralanmaktadır:

- Irak'ın yeniden yapılandırılması ile ilgili ihaleler <http://www.usaid.gov/iraq/>
- Resmi ihaleleri arama sitesi (ücretli üyelik gerekiyor) www.biddataline.com
- Kamu Alımları Veri Sistemi www.fpds.gov
- Kamu alımları ile ilgili adresler <http://www.nist.gov/admin/od/contract/fedlink.htm>
- Kamu ihalelerini arama sitesi, www.bid-search.com
- Müteahhitlik sektörü ile ilgili bilgiler, rehberler www.builderdirectory.com
- Genel Hizmetler İdaresi <http://www.gsa.gov/Portal/gsa/ep/home.do?tabId=0> • Amerika Genel Müteahhitler Birliğinin sitesi www.agc.org
- U S.Commercial Service <http://www.buyusa.gov/home> .

Diğer taraftan, BM tarafından dünyanın sorunlu bölgelerinde bulunan askeri güçler ve ofisler için çeşitli dönemlerde mal ve hizmet alımları yapılmakta olup söz konusu alımlar için çıkılan ihalelerin listesine <http://www.un.org/Depts/ptd/eoi.htm> internet adresinden ulaşılabilir. Bu ihalelere başvurmak isteyen firmaların, <http://www.ungm.org> internet adresinden ücretsiz olarak BM nezdinde kayıt yaptırmaları gerekmektedir. Kayıt işlemi hakkında detaylı bilgiye <http://www.un.org/Depts/ptd> adresinden ulaşılabilir.

7. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR VE DİĞER BİLGİLER

Dünyanın en büyük ithalatçısı ve yazılı kurallar ülkesi olmasından dolayı, ABD'deki müşteri profili zorlu rekabetin nimetlerinden faydalanmak üzere eğitilmiştir. Sektörde yeniliğe açık, referansa önem veren, stok halinde depolarında ürün bulunduran, menşei farklı bir ülke olsa dahi muhatabı firmanın ABD'deki yerleşik resmi ticari temsilciliği ile çalışan, her türlü ticari faaliyette bir avukat veya hukuk bürosu ile hareket eden özelliklere sahiptir. Ürün sorumluluk sigortaları, satın almacıyı ve son kullanıcıyı korumak üzere oluşturulmaktadır.

Müşteri memnuniyeti göz önünde tutularak oluşturulan ağır ürün iade şartları ABD pazarında standart bir uygulamadır. Marka bilinirliği bulunan firmalar müşterinin seçiminde belirleyici olabilmektedir. Kalite fiyat endeksinin doğurmuş olduğu sorumluluklar, alıcı firmalar tarafından satıcı firmalara sorumluluk olarak yüklenmektedir.

Alım, satım ve müşteriye verilen sözlerin birer kontrat özelliği taşıması nedeniyle üretici/satıcı firmalar, sözleşme gereksinimleri karşılanamadığı takdirde büyük cezalara maruz kalmaktadır.

1) İş Kültürü

Birey odaklı, kişisel inisiyatif ve başarıya önem veren bir kültüre sahip olan Amerikalılar, dışarıdan gelen bilgiye karşı da biraz kapalı olmakla beraber düşüncelerini pek saklamayan dürüst bir yapıya sahiptirler. Konunun etrafında dolaşmaktan hoşlanmazlar ve doğrudan konuya girerler. Dolayısıyla Amerikalı bir iş adamı eğer iş konusunda olumsuz düşünüyorsa "Hayır" cevabını vermekten çekinmez.

İş görüşmeleri son derecede hızlı bir tempoyla yürümektedir. ABD iş kültüründe “vakit nakittir” kavramı çok ciddi bir şekilde takip edilmektedir. Amerikalılar görüştükleri işadamlarının farklı kültürlerden olduklarının çoğu kez farkına bile varmazlar. İş her zaman için ön plandadır. Toplantıları problem-çözme mantığı içinde yürütürler ve "ver-al" taktiğini uygulayarak. Görüşmeler esnasında hızlı ve sonuca odaklı bir mantık yürüten iş adamları, görüşmelerde tıkanma olması halinde, çözüm olabilecek tüm alternatifleri ve seçenekleri ortaya çıkarmaya çaba sarf eder.

Şirket politikaları bakımından her konunun kuralı oluşturulur ve her seviyedeki uzmanlar da bu kurallara uyarlar. Ülkede iş ahlakı son derece kuvvetlidir. İş görüşmelerinde kişisel konuların tartışılmasından hoşlanmazlar. ABD, dünyada iş davalarının en fazla yaşandığı ülkelerden birisidir. Her sektörde ve toplumun her bölümünde uzmanlaşmış avukatlara sahiptirler.

ABD’lilerle iş yaparken iş ortamındaki hiyerarşi, unvanlar ve dereceler önemli olmakla beraber ofis dışında hiç resmi olmayan bir tutum ve samimiyet sergilemek olağandır. Resmi olmayan ve insani ilişkilerde eşitlik olan konulara değer vermektedirler. Bu yüzden karşıdaki kişiyi rahatlatmak için statü kavramını ortadan kaldırma eğilimi içerisindeyler.

Amerikalılar karmaşık görüşmeleri safhalara bölerek yürütürler. Konuları ayırırlar ve belli bir zaman dilimi içerisinde tek bir konuyu işlerler. Amerikalılar tarihi belirtirken ilk olarak ay, gün ve en sonunda da yılı belirtirler (Örneğin; December 5, 2021 ya da 12/5/21). Bu konu iş 27 / 36 T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021 ilişkilerinde yanlış anlaşılmalara neden olabilmektedir. Bu yüzden

teyit alınmasında ve dikkat edilmesinde fayda vardır. Amerikalıların büyük bir çoğunluğu Hristiyan olup Pazar günleri standart ibadet günleridir.

ABD’de görüşme ve randevulara zamanında gitmek çok önemlidir. Özellikle büyük şehirlerde trafik çok büyük bir problem yaratmakta ve gecikmelere neden olabilmektedir. Bu nedenle, Amerika'daki randevulara biraz daha erkenden hazırlanmak ve eğer gecikilecekse, bu durumu karşı tarafa mutlaka bildirmek gerekmektedir.

İsim sıralaması ilk önce adı, orta adı ve soyadı şeklinde verilmektedir. Tanışılan kişiye ilk önce unvanı, daha sonra da soyadı ile hitap etmekte fayda vardır. Amerikalılarla yeni tanışıldığında hemen ilk isimleri ile çağrılmaları konusunda ısrarda bulunmaları Amerikan iş kültürünün bir parçasıdır. "Dr", "Ms", "Miss", "Mrs" veya "Mr" gibi unvanları soyadını daha sonra söyleyerek kullanmak mümkündür.

Amerikan iş kültüründe giyim tarzı bölgesel olarak farklılıklar göstermektedir. Ülkenin bazı kesimlerinde özellikle Doğu bölgesinde herkes takım elbise giymektedir. Batı kıyıları gibi diğer yerlerde ise daha rahat elbiseler tercih edilmektedir. Ancak ülkenin her tarafında yönetici olan kişiler resmi bir biçimde giyinmelidir.

2) Pasaport ve Ülkeye Geçici Giriş Vizesi Uygulaması

Türk işadamlarımızın ABD’ye seyahatlerinde Göçmenlik Dışı Vize almaları gerekmektedir. Göçmen Olmayan Vize Bölümü Amerika Birleşik Devletleri’ne geçici olarak iş veya turistik amaçlı seyahat eden kişilerin başvurularını değerlendirir. Başvurular sadece randevu yoluyla kabul edilir. 1 Şubat 2010 itibariyle, ABD Ankara Büyükelçiliği’nden ve ABD İstanbul Başkonsolosluğu’ndan yapılacak bütün göçmen olmayan vize başvurularının, elektronik vize başvuru formu olan DS-160’ı internet üzerinden göndermeleri yoluyla yapılması gerekmektedir.

Vize başvurularının planlanan seyahat tarihinden en az 6-8 hafta önceden yapılması tavsiye edilmektedir. Vize başvuru randevusu almış başvuru sahiplerinin, randevu tarihinden en az iki iş günü öncesinden DS-160 elektronik formunu internet üzerinden göndermeleri gerekmektedir. Yatırımcı (E) ve Şirketiçi Transfer (L) Vizesine başvurmak için ise DS-160 başvuru formunun onay sayfası dahil tüm belgelerin randevu tarihinden en az on (10) iş günü öncesi ABD Büyükelçiliğine gönderilmesi gerekmektedir. DS-160 ile ilgili detaylı bilgi için “http://turkish.turkey.usembassy.gov/ds160_bilgi.html” linki kullanılabilir.

ABD vizesi için başvuru randevuları; www.usvisa-info.com adresindeki internet sitesi ya da (0850) 252-6355 numaralı telefon aracılığıyla alınabilmektedir. ABD’den arayan başvuru

sahipleri için ise (703) 439-2348 numaralı telefon hizmet vermektedir. Söz konusu telefon hatlarına yapılacak yerel aramalar ücretsizdir. Randevu almak için ayrıca ücret ödemek gereği bulunmamaktadır ve randevu ücreti, vize başvuru ücretinin içinden tahsil edilmektedir.

Başvuru sahipleri, çağrı ve bilgi merkezi aracılığıyla randevularını 07:00-19:00 saatleri arasında alabilmektedir. Vize başvuru ücretlerini nakit olarak ödemek isteyen başvuru sahipleri, ödemelerini Akbank şubelerinde TL olarak, kredi kartı ile ödeme yapmak isteyen 28 / 36 T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021 başvuru sahipleri ise otomatik telefon sisteminden veya www.usvisa-info.com adresinden ABD Doları olarak ödeyebilmektedir.

Başvuru sahiplerinin pasaportları, başvuru sırasında seçmiş oldukları PTT şubesine gönderilmekte olup kurye ile gönderi için ayrıca ücret gerekmemektedir. Göçmen Olmayan Vize (B1/B2, C/D, F1/F2, M1/M2, I, J1/J2) ücreti 160 dolardır. Diğer göçmen olmayan vize başvuru ücretleri hakkında bilgi almak için “http://turkish.turkey.usembassy.gov/basvuru_ucreti.html” web sitesi ziyaret edilebilir.

Vize görüşmelerinde, Biometric Data ekibi parmak taraması yapmakta, kimlik, ad, soyad vb. bilgileri parmak izi alınarak kaydedilmektedir. Ayrıca, yolculuk ve başvuru amacı hakkında sorular sorulmaktadır. Başvuru sırasında başvuru formunun yanı sıra vize türüne göre değişen destekleyici belgeler için “http://turkish.turkey.usembassy.gov/destekleyici_belgeler.html” linkinden bilgi alınabilmektedir.

3) Resmi Tatiller ve Mesai Saatleri

<https://www.opm.gov/policy-data-oversight/pay-leave/federal-holidays/#url=2020>

1 Ocak Çarşamba	New Year's Day
20 Ocak Pazartesi	Mr. Luther King Day
17 Şubat Pazartesi	Washington's Birthday
25 Mayıs Pazartesi	Memorial Day
3 Temmuz Cuma	Independence Day
7 Eylül Pazartesi	Labor Day
12 Ekim Pazartesi	Columbus Day
11 Kasım Çarşamba	Veterans Day
26 Kasım Perşembe	Thanksgiving Day
25 Aralık Cuma	Christmas Day

4) Yerel Saat

Atlas Okyanusu kıyısı Türkiye'den 7 saat, Büyük Okyanus kıyısı ise 10 saat geridir.

KAYNAKÇA

1. ITC TRADEMAP: <https://www.trademap.org/Index.aspx>
2. T.C. TİCARET BAKANLIĞI
3. TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

YASAL UYARI: Bu rapor Birliğimiz uzmanları tarafından güvenilir olduğuna inanılan kamuya açık kaynaklardan elde edilen bilgiler kullanılmak suretiyle, sadece bilgilendirme amacıyla hazırlanmıştır. Bu rapor ve içindeki bilgilerin kullanılması nedeniyle doğrudan veya dolaylı olarak oluşacak zararlardan Birliğimiz hiçbir şekilde sorumlu tutulamaz. Birliğimizin yazılı izni alınmaksızın herhangi bir kişi tarafından, herhangi bir amaçla, kısmen veya tamamen çoğaltılamaz, dağıtılamaz veya yayımlanamaz. Tüm haklarımız saklıdır.