

ABD PAZAR BİLGİLERİ



T.C.
Ticaret Bakanlığı
Dış Temsilcilikler ve Uluslararası Etkinlikler
Genel Müdürlüğü

İçindekiler

1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI.....	3
2. PAZARIN ÖZELLİKLERİ	3
3. ÖNEMLİ SEKTÖRLER.....	23
4. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR VE DİĞER BİLGİLER..	26
5. ŞİRKET KURULUŞU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER	28

1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI

A) Dış Ticaret Mevzuatı (İthalat Rejimi, İhracat Rejimi)

ABD, DTÖ çerçevesinde yürütölen çok taraflı ticaret müzakerelerinin de önde gelen aktörlerinden birisidir. ABD'nin taraf olduğu çok taraflı Serbest Ticaret Anlaşmaları, Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA-1994/USMCA-2019), Meksika ve Kanada'yı kapsamaktadır ve Orta Amerika ve Dominik Cumhuriyeti Serbest Ticaret Anlaşması (CAFTA-DR)'dir. CAFTA, Kosta Rika, El Salvador, Guatemala, Honduras ve Nikaragua'yı kapsamaktadır. Diğer taraftan ölkenin ikili STA imzaladığı 20 öлке (Avustralya, Bahreyn, Kanada, Őili, Kolombiya, Kosta Rika, Dominik, El Salvador, Guatemala, Honduras, İsrail, Ürdün, Güney Kore, Meksika, Fas, Nikaragua, Umman, Panama, Peru ve Singapur) bulunmaktadır. Ayrıca, Asya-Pasifik bölgesinden birçok öлкеyi kapsayan Trans-Pasifik Ortaklık Anlaşması, AB ile geniş kapsamlı bir STA'nın imzalanması hususunda müzakereler sürmektedir. Serbest Ticaret Anlaşmaları hakkında detaylı bilgiye, ABD Ticaret Temsilciliği'nin <http://www.ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements> adresinden ulaşılması mümkündür.

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

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

İhracat Rejimi

ABD, bir yandan serbest ticaret kavramının öncülüğünü yaparken bir yandan da ulusal çıkarları söz konusu olduğunda ulusal yasalarını ön plana çıkarmakta; iç mevzuatına uymadığı veya milli güvenliğini tehdit ettiğini öne sürerek uluslararası camiada kabul görecektir şekilde uluslararası anlaşmalar kapsamındaki istisnai haklarını kullanmaktadır. Özellikle, tarım ve demir-çelik sektöründe aşırı korumacılık uygulayarak yerli üreticiyi uluslararası arenada desteklemektedir. Bu çerçevede, İhracat Geliştirme Programı (EEP) ve Pazar Geliştirme Programı gibi ihracat sübvansiyonlarını uygulamaktadır.

ABD'de ihracata yönelik devlet yardımları, federal ve yerel olmak üzere iki düzeyde yürütölmektedir. Federal düzeydeki yardımlar; Ticaret Bakanlığı, EximBank, Küçük İşletmeler İdaresi, Tarım Bakanlığı, Denizaőırı Özel Yatırım Şirketi, Ticaret ve Geliőtme Ajansı ve Dıőişleri Bakanlığı tarafından, yerel olarak sağlanan teşvikler ise, eyaletlere bağlı kurumlar tarafından sağlanmaktadır.

İhracatla ilgili olarak alınacak kararlarda Başkan'ın İhracat Konseyi (President's Export Council) ve Sanayi Danışma Programı (Industry Consultations Program) önemli bir yere sahiptir. Uluslararası ticarete en önde gelen danışma komitesi olan Konseyin amacı; ABD'nin ticarete performansını etkileyebilecek politika ve programlar hakkında tavsiyelerde bulunmak, ihracatın geliştirilmesi için çalışmak, iş çevreleri arasındaki ticaretle ilgili problemlerin çözümüne yardımcı olmak ve iş çevreleri, sanayi, tarım ve resmi kurumlar arasındaki sorunlarda forum görevi yapmaktır. Dış Satım Şirketleri (Foreign Sales Corporations) ise 1984 yılında uygulanmaya başlanan ve firmaların ihracattan sağlanan gelirinin %15-30'unu vergi dışı bırakan bir teşvik uygulamasıdır.

İthalat Rejimi

ABD'nin ithalat politikasının üç temel özelliği şu şekilde sıralanabilir:

- Amerikan halkının ithalat eğiliminin oldukça yüksek düzeyde bulunması,
- Amerikan dolarının uluslararası piyasalarda hakim rolü,
- Mukayeseli olarak ABD iç ekonomik planlamasının yokluğu.

ABD, ithalatının neredeyse tamamını kendi milli parasını kullanarak ödeyen tek ülke olup, diğer ticari ortaklarının aksine cari işlemler açığını (mal ve hizmetler) finanse etmek için ayrıca döviz kazanma çabasına girmemektedir.

ABD'de ihracat ve ithalatla ilgili kurumlardan biri de İçişleri Bakanlığına bağlı Amerika Gümrük ve Sınır Koruma idaresidir. (U.S.Customs and Border Protection, <http://www.cbp.gov>).

GTS - Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi, UNCTAD/GATT çerçevesinde gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkeler tarafından sağlanan bir dizi tarife tavizini ifade etmektedir. ABD, GTS kapsamında 126 ülkeye yaklaşık 4.980 kalem malın ithalinde gümrük muafiyeti uygulamaktadır.

(Detaylı bilgi <http://www.ustr.gov/trade-topics/trade-development/preference-programs/generalized-system-preference-gsp> adresli web sitesinde mevcuttur).

Söz konusu muafiyetten yararlanabilmek için;

- Ürün GTS listesinde olmalıdır.
- Ürün GTS programı çerçevesinde GTS'den faydalandırılan ülkeler arasında olmalıdır.
- Faydalanan ülke, ilgili üründe GTS'den yararlanabilmelidir.
- Ürün katma değer şartlarını sağlamalıdır.
- Ürün ABD'ye doğrudan faydalanan ülke veya topluluktan ihraç edilmelidir.
- İthalatçı GTS'den yararlanmak istediğini belirtmelidir.

GTS Listeleri'nde yer alan ürünler Armonize Gümrük Cetveline göre listelenmiştir.

ABD tarafından 16 Ağustos 2018 tarihinde başlatılan ülkemizin Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi'nden (GTS) faydalanıcı konumunun ABD Ticaret Temsilciliği tarafından gözden geçirilmesi süreci sonunda 4 Mart 2019 tarihinde ülkemizin ekonomik gelişmişlik düzeyi dikkate alınarak GTS' programından mezun edilmesine karar verilmiştir.

GTS kapsamında şimdiye kadar gümrük vergisinden muaf olarak ithal edilebilen ürünler, ABD'nin diğer ülkelere uyguladığı MFN (GTS dışı) gümrük vergisi oranlarına tâbi olacaktır. GTS kapsamında en çok ihracat yaptığımız sektörler olan gıda ürünleri, otomotiv aksam ve parçaları, kıymetli taşlar ve mücevherat, plastik ürünleri, makinalar ve aksam-parçaları sektörlerindeki ürünlerin 2019 yılı MFN gümrük vergilerinin %0,5-%18 arasında değiştiği görülmektedir.

ABD Başkanı tarafından Türkiye'nin GTS programından mezun edilmesine ilişkin Başkanlık Kararı imzalanmış olup, 17 Mayıs 2019 tarihi itibarıyla yürürlüğe konmuştur. (<https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/proclamation-modify-list-beneficiary-developing-countries-trade-act-1974/>)

ABD'de gümrükten mal çıkarmanın iki yolu vardır:

1. Gayriresmi Giriş (Informal Entry): Bu sistemde daha az resmi işlem ve doldurulması gereken daha az resmi evrak vardır. Sadece gümrük formu doldurarak ödenmesi gereken gümrük vergilerini ödeyerek ihraç edilen mallar gümrükten çıkarılabilmektedir.
2. Resmi Giriş (Formal Entry): İhraç edilen mallar bazı standartlar ile bazı belgeleri gerektiriyorsa, ilgili belgeler ve doldurulacak resmi evraklar tamamlanarak mallar gümrükten geçirilmektedir. Ancak, 11 Eylül olaylarının ardından ABD limanlarındaki güvenlik önlemleri artırılmış, formaliteler ve kontroller daha da sıkılaştırılmıştır.

B) Gümrük Vergileri

Malların ABD'ye ulaşmasından önce ithalatçı taraf malın bütün gümrük vergilerini ödemelidir. ABD'nin Armonize Tarife Cetveli çerçevesinde bütün ithal edilen mallar gümrük vergili veya gümrük vergisiz giriş sınıflandırılmasına tabidir. Gümrük vergileri, ad valorem, spesifik veya kombine olarak uygulanabilmektedir. Bu sınıflandırma için <http://www.usitc.gov/tata/hts/index.htm> adresinden yararlanmak mümkündür.

Gümrük vergisi ayrıca menşee ülkeye göre değişmektedir. Malların çoğu en çok kayırlan ülke prensibi çerçevesinde vergilendirilmekte olup, birinci sütundaki Genel Vergi oranlarına tabidir. Bu ülkeler dışında kalan 'normal ticari ilişki' geliştirilmemiş ülkeler, ikinci sütunda yer alan vergilere tabidirler.

Bazı durumlarda gümrük vergisi alınmamaktadır. Bu durumda malın bu kategoriye girdiğini ispatlamak ithalatçının mükellefiyetidir. Bu ürünler 1 numaralı Genel sütununun altında Özel başlığı altında yer alır. Genel Tercihler Sistemi (GTS) çerçevesinde tanınan vergi istisnaları bu özel sütunda yer almaktadır. Tarife cetvelinin 9 numaralı bölümü diğer istisnaları içermektedir. Burada bazı bilimsel ve kurumsal istisnalar, bireysel istisnalar ve geri gönderilen ABD menşeli mallar yer almaktadır.

ABD Ticaret Bakanlığı, Uluslararası Ticaret Komisyonu'na ait <https://hts.usitc.gov/current> adresinden; ilgili HS kodları bazında, ABD'ye ithalatta uygulanan "gümrük vergi" oranlarına ulaşmanız mümkündür.

GTS sisteminden yararlanma imkanına ilişkin bilgiye ise yine aynı kurumun http://dataweb.usitc.gov/scripts/gsp/gsp_tariff.asp adresine 6'lı GTİP kodu girilerek ulaşılması mümkündür.

ABD'de ürünlerin % 37'lik bir bölümüne vergisiz "duty free" olarak pazara giriş hakkı verilmekte, %7'lik kısmına ise yüksek vergiler uygulanmaktadır. Yüksek vergi oranlarına tabii ürünler arasında ülkemiz ihracatı bakımından önem arz eden ürünlerin yer aldığı görülmektedir. Bu kapsamda ürün çeşidi ve GTİP'ine bağlı olarak değişmekle birlikte, ABD tütün ürünlerine %350, tekstil ve giyim ürünlerinde %50, tarım ürünlerinde %35 ve ayakkabılarda %48'e varan oranlarda gümrük vergisi uygulamaktadır.

Gıda ve tarım ürünlerinden et, konserve ton balığı, süt ürünleri, yer fıstığı, şeker ve şeker içeren ürünler, tütün ve tütün mamullerinde yüksek gümrük vergilerine ek olarak gümrük vergili olarak uygulanan kotalar da pazara girişi zorlaştırmaktadır.

C) İç Vergiler ve Oranları

ABD'de vergiler federal, eyalet ve yerel idareler düzeyinde toplanmaktadır. Eyaletlerden bazılarında eyalet vergisi bulunmamakta, bunun yerine yerel vergiler olabilmekte, ya da yerel vergiler bulunmayıp eyalet vergisi bulunabilmektedir. Eyalet ve yerel vergiler tüketim, gelir ve/veya satışlar üzerinden olabilmektedir. Bu vergiler federal düzeyde toplanmamaktadır. Federal düzeyde tüketim vergisi uygulanan ürünler alkol, benzin, ulaşım ve iletişim, ozon tabakasına zararlı kimyasallardır. <http://taxfoundation.org/> adresinden bütün eyaletlerdeki vergi oranlarına ulaşmak mümkündür.

Her eyalet ve yerel idare kendi özel vergi kanunlarına ve vergi toplama idaresine sahiptir. Birçok vergi kanununu uygulayabilmek için gelirin kazanıldığı coğrafi bölgenin bilinmesi zorunludur. Yabancı uyruklular faiz, kar payı, kira geliri, aylık ücret gibi ABD'de kazandıkları düzenli gelirlerden vergi vermekle yükümlüdürler. Bu vergilerin en fazla uygulandığı oran %35'tir. ABD'de ticari faaliyette bulunan yabancı uyruklular kar üzerinden vergiye tabidirler. Yabancı uyruklu şirketlere kar üzerinden uygulanan en yüksek vergi oranı %35, yerleşik olmayan bireyler için %39,6'dır. Şirketler ayrıca şubeleri için de vergiye tabi olabilirler. Türkiye ve ABD arasında Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması bulunmaktadır.

Ayrıca, Vaşington Ticaret Müşavirliği tarafından hazırlanan raporda daha detaylı bilgiler mevcuttur.

(<https://ticaret.gov.tr/data/5f6c5a6e13b876b0401fa890/ABD%20Vergi%20Sistemi.pdf>)

D) Ürün Standartları ile ilgili Uygulamalar

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 Trafiği 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 Bitkisağlığı <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/>

Teknik Düzenlemeler

Teknik düzenleme konusunda ABD İç Güvenlik Bakanlığı (Department of Homeland Security) bünyesinde görev yapan Gümrük ve Sınır Koruma Ajansı (Customs Border Protection-CBP) www.cbp.gov başlıca kuruluştur.

Akreditasyon

Uluslararası Akreditasyon Forumu (IAF) Üyesi Olan Akreditasyon Kuruluşları

American National Standards Institute (ANSI)

Mr. Lane Hallenbeck

Vice President - Accreditation Services

American National Standards Institute

1819 L St NW, Washington, DC 20036

United States of America

Tel: 1.202.331.3612

Fax: 1.202.293.9287

Email: lhallenb@ansi.org
Website: <http://www.ansi.org>

Standart sisteminin ana ayaklarından biri ANSI aynı zamanda bir akreditasyon kuruluşu olup akredite ettiği kuruluşlara; laboratuvar, ürün sertifikalandırma, uygunluk değerlendirme gibi kriterler ışığında ve ilgili standart özelinde <https://anab.ansi.org/> internet adresinden ulaşabilmektedir.

American National Standards Institute - American Society for Quality National Accreditation Board LLC (ANAB)

Mr. Randy Dougherty
ANAB
PO Box 586
Milwaukee, Wisconsin 53201-0586
United States of America
Tel: 1.414.347.9858
Fax: 1.414.765.8661
Email: RDougherty@anab.org
Web: <http://www.anab.org>

American Association for Laboratory Accreditation (A2LA)

Mr. Robert Miller
Accreditation Manager
A2LA
5301 Buckeystown Pike Suite 350,
Frederick, MD 21704
United States of America
Telephone: 1.301.644.3248
Fax: 1.301.662.2974
Email: rmiller@A2LA.org
Website: <http://www.A2LA.org> directory of A2LA Accredited Organizations:
<https://cabportal.touchstone.a2la.org/index.cfm?event=directory.index>
International Accreditation Service, Inc. (IAS)

Mr. Mohan Sabaratnam
Director, Quality & Accreditation IAS
3060 Saturn Street, Suite 100, Brea, CA 92821-1732
United States of America Telephone: 1.562.364.8201 Fax: 1.562.699.8031
Email: msabaratanam@iasonline.org Website: <http://www.iasonline.org>

International Laboratory Accreditation Cooperation (ILAC) ve Multilateral Recognition Arrangement (MRA) tarafı olan Akreditasyon Kuruluşları

American Association for Lab Accreditation (A2LA)
ANSI-ASQ National Accreditation Board (ANAB)
International Accreditation Service, Inc (IAS)
National Voluntary Laboratory Accreditation Program (NVLAP)
Laboratory Accreditation Bureau (L-A-B)

Perry Johnson Laboratory Accreditation, Inc. (PJLA)
AIHA's Laboratory Accreditation Programs, LLC
American Society of Crime Laboratory Directors / Laboratory Accreditation Board

Teknik Düzenlemeler, Standartlar ve Uygunluk Değerlendirmesi Prosedürleri

a) Standartlar

ABD standardizasyon sistemi son derece yayılmış ve karmaşık bir görüntüde olup gönüllülük esasına dayalı standartların daha çok kullanıldığı bir yapı arz etmektedir. Sistemin temel yönlendireni olmayan Federal kuruluşlar tarafından oluşturulmuş zorunlu 44 bin adet standart (https://www.standardsportal.org/usa_en/standards_system.aspx) bulunurken 600 özel sektör kuruluşunun geliştirdiği 50 bine yakın standart ise gönüllü tarafta bulunmaktadır. Yukarıda yer alan federal kuruluşlara ilave olarak, ABD standartlarının büyük çoğunluğunu oluşturan 19 kuruluşun olduğu da görülmektedir. Bu kuruluşlar ise: ASTM International; Association of American Railroads (AAR); American Association of Cereal Chemists (AACC); American Association of State Highway and Transportation Officials (AASHTO); American Conference of Government Industrial Hygienists (ACGIH); American Oil Chemists Society (AOCS); American Petroleum Institute (API); American Railway Engineers Association (AREA); American Society of Mechanical Engineers (ASME), U.S. Pharmacopoeia; the Association of Official Analytical Chemists (AOAC); the Cosmetic, Toiletry and Fragrance Association (CTFA), now known as the Personal Care Products Council; the Society of Automotive Engineers (SAE); the Aerospace Industries Association (AIA); the Electronic Industries Association (EIA); the Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE); Technical Association of the Pulp and Paper Industry (TAPPI), Underwriters Laboratories (UL); and the National Fire Protection Association (NFPA) olarak sıralanabilmektedir.

b) Teknik Düzenlemeler

ABD İç Güvenlik Bakanlığı (Department of Homeland Security) bünyesinde görev yapan Gümrük ve Sınır Koruma Ajansı (Customs Border Protection-CBP) hem ülke güvenliği açısından tehlikeli olabilecek her türlü sınır ihlalini engellemek hem de ticaretin gümrük kapılarından yasal ve usulüne uygun bir şekilde aksamadan yapılmasından sorumludur. Standartlar konusunda ABD düzenleme ve uygulamaları şeffaflık arz etmektedir. Bu bağlamda, DTÖ bildirimleri dışında ihracatçılarımızın, ABD tarafından uygulanan standartlara ilişkin ayrıntılı bilgilere yukarıda yer verilen kurum ve kuruluşlar ile irtibata geçerek veya IBR Standartlar Portalı (<http://ibr.ansi.org/>), ANSI Amerikan Ulusal Standartlar sayfası (<http://publicaa.ansi.org/sites/apdl/Lists/American%20National%20Standards/AllItems.aspx>), ve CPSC web sayfasından (<http://www.cpsc.gov/en/Regulations-Laws--Standards/>) ulaşmaları mümkün bulunmaktadır.

Gönüllülük esasına dayalı standartların koordinasyonu ve idaresi ise American National Standards Institute (ANSI) tarafından sağlanmaktadır. Bu kapsamda standart geliştiren kuruluşlar ANSI'nin https://www.standardsportal.org/usa_en/resources/sdo.aspx sitesinden görülebilmektedir.

ANSI tarafından özellikle ISO platformunda uluslararası standartlara uyum amacıyla yapılan çalışmalar mevcut olmakla birlikte, ABD teknik düzenleme ve standartları genel itibarı ile AB ve uluslararası standart, rehber ve dokümanlarından farklılık arz etmektedir. Nitekim, AB ile ABD arasında standart ve düzenlemelerin uyumlaştırılması halen müzakereleri devam

etmekte olan Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı Anlaşması'nın ana müzakere başlıklarından birini teşkil etmektedir. Söz konusu farklılığın en önemli nedeni ABD ölçü birimlerinin metrik sistemden farklı olmasıdır. Diğer taraftan, ABD'de kullanılan elektrik altyapısının voltaj itibarı ile AB genelinden farklılık göstermesi (110V), otoyol ve araç güvenlik standartlarının farklılığı ve diğer pek çok alanda kullanılan ölçüm sistemindeki farklılıklar gibi örnekler ABD'de uygulanan standartların genel itibarı ile AB ve diğer uluslararası standartlardan farklılaşmasına neden olmaktadır.

c) Akreditasyon

ABD'de akreditasyon ile ilgili olarak aşağıdaki web adresinden mevzuat bilgilerine ulaşmak mümkündür:

https://www.standardsportal.org/usa_en/resources/USaccreditation_bodies.aspx

d) Ürün Güvenliği

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.

Aşağıdaki linkte belirtilen ürünlerin Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonunda bir ürünün gümrüğe geldiği gerek gümrük İdaresi sistemi gerekse CPSC'nin sistemine girilen bilgilerden elde edildiğinde, İthalatçı veya ilgili gümrük müşavirine ilgili ürünler için "İnceleme altında" bilgisi düşer. Bu mesaj CPSC'nin ilgili malları gözden geçireceğini gösterir. Aynı zamanda CPSC'ye de gözden geçirilmesi gereken bir ürünün gümrüğe geldiği bilgisi ulaşır. Ön incelemeden sonra CPSC, bir gönderinin limanda veya ithalatçının tesislerinde inceleme gerektirdiğini belirlediğinde, mal sahibi veya gümrük müşaviri Otomatik Ticari Ortam (ACE) aracılığıyla ek mesajlar alacaktır.

Bu süreçlerde CPSC ilgili mallar için detaylı bir incelemenin gerekli olduğunu belirlemedikçe malların sınırdan gümrükten akışı engellenmez. Malların otomasyon sisteminde gerçek ulaştı notu veya ülkeye giriş başvurusu alındığında CPSC sistemi tarafından, gelen malların gümrükte inceleneceği bilgisini de CBS'ye otomatik olarak ileticeğinden CBS gerekli tedbirleri alacaktır. CPSC'nin hareket geçme zamanı malların gümrüğe geliş yoluna göre değişiklik göstermektedir. Buna göre giriş evraklarının sisteme girildikten sonra deniz yolu ile taşımalarda 20 iş saati sonunda diğer taşıma modlarında ise 8 iş saati sonunda CPSC'nin faaliyet gösterdiği gümrüklerde işlem başlatılır.

Sistem tarafından ticareti kolaylaştırma amacı ile çoğunlukla "mallar devam edebilir" mesajı gönderilir. Bunun dışında malların olduğu gibi bekletilmesi ve detay inceleme istekleri malların değişik seviyelerde inceleneceği ifade etmektedir ki, bu durum ürün güvenliği standartlarına ve düzenlemelerine uymama, ürünün nihai kullanıcıda yaralanmalara sebebiyet verebilme riski gibi pek çok nedenden dolayı meydana gelebilir.

CPSC tarafından potansiyel olarak incelenecek ürünlere <https://cpsc.gov/s3fs-public/TSN-Notice-2Way-Messaging-for-CPSC-Update-April2020v2.pdf?5ZxJZPko33IH9k4xqHKdZSFJgER6YF8> 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/>) 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 çağrılmasını 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 Ürün Güvenliği ve Kalite Açısından Zorunlu Belgeler

Ürün	Kurum
Alkol (Absint)	Gıda ve İlaç İdaresi (FDA) https://www.fda.gov/industry/entry-process/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, Environemnt Protection Agency) emisyon hacimleri ile ilgili denetim) https://www.epa.gov/state-and-local-transportation
Biolojik Ürünler (mantar, virüs, bakteri, bakteri kültürü, kuş, canlı hayvan, bitki vb)	Tarım Bakanlığı https://www.aphis.usda.gov/aphis/ourfocus/animalhealth/animal-and-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-submission-process
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.pmdtc.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/import-information https://www.aphis.usda.gov/aphis/ourfocus/planthealth/import-information/agriculture-quarantine-inspection Bazı gıda ürünleri ayrıca sağlık, güvenlik ve bioterör gibi kontroller için FDA denetimine tabiidir. https://www.fda.gov/food/importing-food-products-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/import-information

ABD Helal Belgelendirme

ABD'deki helal pazarı devlet kuruluşları tarafından denetlenmemektedir. ABD, İslam İşbirliği Teşkilatı (İTT) veya İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü (SMIIC) üyesi değildir. Helal belgelendirmesi zorunlu değildir. IFANCA, Amerika İslami Gıda ve Beslenme Konseyi gibi sertifikalandırılma yapan ABD'de faaliyet gösteren bir çok firma bulunmaktadır. Linkte yer alan veritabanında birçok firmaya ulaşmak mümkündür. (Sertifikalı Şirketler). Bu şirketlerin birçoğu uluslararası faaliyet göstermektedir.

ABD tarafından düzenlenmiş belirli bir standart yoktur ancak bir ürünün 'helal' adı altında ambalaj edilebilmesi için İslami kurallara uyması gerekmektedir. Ürünün helal olarak kategorize edilebilmesi için helal şartlara uygun üretilmiş olması gerekmektedir. ABD'nin şart koştuğu herhangi bir sertifika sistemi olmadığı için ihracatçı ülkelerin sağlık kurallarına uyması yeterlidir. Helal olmadığı halde helal ambalajına sahip ürünlerin üreticileri için belirli eyaletlerde cezalandırma vardır. Ülkede bulunan Müslüman toplulukları, helal standartların sistemin bir parçası olması için çaba göstermektedir. Ürünlere helal sertifikası veren devletten bağımsız kuruluşlar vardır.

ABD'de resmi uygulamalar için helal belgesi uygunluğu içi bir uygulama bulunmamaktadır. Devlet tarafından belirli bir helal sistemi olmadığı için belirli bir koordinasyon sistemi yoktur. IFANCA gibi kuruluşlardan sertifika alan üreticiler, sertifika alınan kurumun helal damgasını ürünlerinin üzerine yerleştirir. Sertifika almadan önce ürünün devlet tarafından konulan besin denetimlerinden geçmesi gerekmektedir. Ancak helal sertifikasyonu yapan kuruluşlarda bazı ek belge ve bilgiler talep edilmektedir. Helal sertifikası almak için firmalar belirli bir prosedürden geçmelidir. Bu prosedürü geçmek için de üreticiler helal kuralları doğrultusunda bir kontrolden geçmektedirler. Bu prosedür çerçevesinde kesim belgesi, ulaşım detayları ve benzeri bilgilerin sertifika veren kurum tarafından denetlenmesi gerekebilmektedir.

Ürün Güvenliği Denetimleri

ABD gümrük bölgelerinde fiziki kontroller her ürün gurubu için ihtiyaç duyulduka uygulanmakla birlikte, tarım ve gıda ürünleri, kimyasallar ve patlayıcılar gibi ürün grupları daha sıkı kontrol uygulamalarına tabidir. Bununla birlikte, ABD gümrük otoritesi tarafından uygulanan fiziki kontroller aşağıda yer verilen genel çerçevede yapılmaktadır:

- Ürünlerin gümrükleme ve tabi olacağı gümrük vergisinin belirlenebilmesi amacıyla,
- Ürünlerin menşe işaretlemesine ihtiyaç duyup duymadığının belirlenmesi, ihtiyaç duyuluyorsa menşe işaretlemesinin doğru yapıp yapılmadığının tespiti amacıyla,
- Sevkiyatın yasaklı ürün içerip içermediğinin tespiti amacıyla,
- Faturada yer verilen miktar ile sevkiyatta bulunan ürünün miktarının uyumlu olup olmadığını tespiti amacıyla, ve
- Ürünlerin doğru faturalandırılıp faturalandırılmadığının tespiti amacıyla.

Tarım ve gıda ürünleri gibi hassas ürünlerin yanısıra tekstil ve konfeksiyon ürünleri de ABD gümrük otoritesi tarafından hassas olarak değerlendirilmekte ve özellikle fikri mülkiyet hakları kapsamında gerekli görülmesi halinde daha sıkı denetimlere tabi tutulabilmektedir. Genel itibarı ile ABD'ye ihracatta ihraç edilen ürün miktarı faturada ABD ölçü birimlerine göre belirtilebilmekle birlikte, gümrük giriş belgesinde ürün miktarı metrik olarak ifade edilmek zorundadır.

Sevk Öncesi İnceleme

ABD'ye ihracatta zorunlu sevk öncesi inceleme uygulaması yukarıda yer verilen C-TPAT programı kapsamında yapılabilmektedir. C-TPAT'in uygulamasından sorumlu bulunan kuruluş CBP'dir. Öte yandan, gıda ürünleri ve medikal ürünlerin ihracatı öncesinde ihracatçı şirketlerin FDA'ye kayıt yaptıırma zorunluluğu bulunmakta olup, söz konusu şirketler ihtiyaç duyulması halinde FDA tarafından yerinde ziyaret edilebilmektedir.

Ürünler: Karşı ülkenin talebi olduğu durumda sevk öncesi inceleme yapılmakta ve söz konusu inceleme belli ürünleri içerebildiği gibi (Meksika; ayakkabı, tekstil, çelik gibi) belli bir meblağı aşan tüm sevkiyatları da kapsayabilmektedir.

Çalışılan Gözetim Şirketleri:

Bivac/Bureau Veritas, Miami, FL

Tel: (305) 593-7878

<http://www.bivac.com>

Cotecna, Miami, FL

Tel: (305) 828-8141

<http://www.cotecna.com>

Intertek, Americas

Tel: (800) 967-5352

<http://www.intertek.com/inspection/>

SGS, Miami, FL

Tel: (305) 592-0410

<http://www.sgs.com/en/Public-Sector.aspx>

İthalat Denetimi:

ABD'ye ihraç edilen ürünlerin ilgili güvenlik şartlarına uyup uymadığına ilişkin denetimler hem ithalat aşamasında hem de ürün piyasada iken yapılmaktadır. İthalat aşamasında yapılan güvenlik denetimleri daha ziyade ABD Gümrük ve Sınır Koruma İdaresi (Customs and Border Protection-CBP) tarafından yapılmakla birlikte, FDA tarafından kurulan bölge ofislerince de söz konusu denetimler yapılabilmektedir. Bu bağlamda, CBP tarafından ithalat aşamasında gerek CBP bölge ofisleri yolu ile ihracatçı ülkede gerekse ABD gümrüklerinde kargo güvenliği denetimleri yapılmakta ve Terörizme Karşı Gümrük-Ticaret Ortaklığı (Customs-Trade Partnership Against Terrorism-CTPAT) Programı kapsamında muayeneler yapılmaktadır. Ürün piyasada iken yapılan denetimler ise genel itibarı ile tüketiciler tarafından iletilen şikayetlere bağlı olarak yukarıda mezkur diğer otoriteler tarafından yapılmaktadır.

Ürünler:

Tarım Ürünleri: Avokado, hurma, fındık, üzüm, greyfurt, kivi, zeytin, soğanlar, portakallar, İrlanda patatesi, Antep fıstığı, kuru üzüm, domatesler ve cevizler.

ABD Tarım Bakanlığı Hayvan ve Bitki Sağlığı İnceleme Biriminin (Animal and Health Inspection Service-APHIS) meyve ve sebze ithalatına ilişkin istediği ülke ve ürün spesifik bilgi edinilebilen "favir" isimli veritabanına <https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=pubHome> linkinden ulaşmak mümkündür

Denetimi yapan kurum ve kuruluşlar:

US Department of Agriculture, Agricultural Marketing Service, Uygunluk ve Uygulama Birimi

Denetim şartları (fiziki kontroller, her parti için, risk esaslı denetim gibi) Ticari kalite fiziki kontrolleri, her parti için ABD federal yasaları bütün çocuk ürünlerinin yasalara güvenlik ve standartlara uygunluğunun, nesnel tarafsız ve CPSC tarafından onaylanmış bir üçüncü taraf laboratuvarı tarafından test edilmesini şart koşar. CPSC dünya çapında 400'den fazla laboratuvarı çocuk ürünleri ve diğer çeşitli gereksinimler için test yapmak üzere yetkilendirmiştir.

İthalatçı, üçüncü taraf testlerinin yurtdışında üretilen bir çocuk ürünü üzerinde yapılmasını, ABD üreticisi ise üçüncü taraf testlerinin yurt içinde üretilen bir çocuk ürünü üzerinde yapılmasını sağlamalıdır.

İlk sertifikasyon testi, CPSC tarafından onaylanmış bir laboratuvar tarafından yapılan test sonucunda "Çocuk Ürünleri Sertifikası" hangi çocuk ürünleri güvenliği testlerinin yapıldığı bilgisini içerecek şekilde İngilizce olarak düzenlenir

Söz konusu çocuk ürünüde veya çocuk ürününün bileşen bölümünde daha sonra önemli bir değişiklik yapılırsa, bileşen parçasının veya tüm ürünün üçüncü bir taraf CPSC tarafından kabul edilen bir laboratuvarında ve yeni bir Çocuk Ürün Sertifikası gereksinimlerini karşılayacak şekilde yeniden test edilmesi ve yeni bir sertifika düzenlenmesi gerekir. Bu sertifikaya "materyal değişikliği testi sertifikası" denir.

İlk testi yapıldıktan sonra üretimine herhangi bir materyal değişikliği yapılmadan devam edilen ürünler için 1-2 veya 3 yıllık aralıklarla "periyodik testlerin" yapılması gereklidir.

ABD Federal yasaları çocuk ürünü olmayan veya genel kullanım amaçlı ürünlerin ürün güvenliği kurallarına uygunluğunun test edilmesi ve sertifikalandırılması için makul bir test programına tabi tutulmasını gerekli kılabilir.

CPSC'nin İthalat Gözetim Dairesi (EXIS), tüketici ürünlerinin ithal sevkiyatlarını tanımlamak ve incelemek için ABD Gümrük ve Sınır Koruması (CBP) ile yakın işbirliği içinde çalışmaktadır. Bu çabanın bir parçası olarak EXIS, giriş limanlarında CBP personeli ile yan yana çalışan araştırmacılara sahiptir. EXIS ayrıca ithalatçıları, üreticileri ve Gümrük komisyoncularını CPSC'nin standartları ve prosedürleri konusunda eğitmek için çalışmaktadır.

E) Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

Doğru faturalandırma ve uygun paketleme, paralel giden iki uygulamadır. Malların sistematik olarak faturalandırılması, her pakete marka ve numara konulması, bu numara ve markaların ilgili faturalarda gösterilmesi ithalatçıların gümrükteki işlemlerini kolaylaştırmaktadır.

Eğer her bir paket sadece tek çeşit malla doluyorsa gümrükte kontrol edilmesi daha kolay olacaktır. ABD gümrüklerinde paketler narkotik olup olmadığını tespit etmek için de kontrol edilmekte, şüphelenilen paketler tam veya yarım olarak açılmakta ve bu da mallara zarar verebilmektedir.

Bu çerçevede tetkiki kolaylaştırıcı bir paketleme yöntemi olarak paetli kargo sistemi önerilmektedir. Bu yöntemde mallar paetlere yüklenilmekte, tetkik sırasında forklifte yüklenerek kısa zamanda işleminden geçirilmektedir. Başka bir yöntem paketin üzerinde narkotik köpeğine geçiş için yeterli boşluğun bırakılmasıdır.

Birçok malın birlikte paketlenmesi halinde gümrük gözetimi altında mallar ayrılmakta veya paket en yüksek gümrük vergili ürünle doluymuş gibi değerlendirilmektedir.

ABD'ye gıda ithalatında Paketleme konusunda ABD Gıda ve İlaç İdaresi'nin (FDA) <http://www.fda.gov/Food/IngredientsPackagingLabeling/default.htm> sayfasından bilgi almak mümkündür.

ABD Gümrük Kanunları, dışarıda üretilerek ithal edilen her malın görülebilir bir yerinde İngilizce, okunur ve kalıcı olarak geldiği ülkenin adının yazılmasını öngörmektedir. Kalıcı olma süresi, malın en son kullanıcısına ulaşmasına kadar geçen süredir. Bazı durumlarda her bir malın değil de her bir konteynerin markalanması mümkün bulunmaktadır.

Ayrıca, son kullanıcısının bizzat ithalatçı olduğu malların, markalanması fiziki olarak mümkün olmayan malların, zarar verilmeden markalanması mümkün olmayan malların, 20 yıldan yaşlı malların ve konteynerin markalanmasının, makul bir şekilde ürünün hangi ülkede üretildiğini göstermeye yettiği malların markalanması gerekmemektedir. ABD mülkiyetinde olan mallar, vergiden muaf olan Amerikan balıkçılık ürünleri, ABD'den ihraç edilip geri dönen mallar ve 5 doların altı değerinde olup, gümrük girişi yapmayan malların konteynerlerinde de markalama yapılması zorunlu değildir.

Gümrük İdaresine gelen mallar, gerektiği şekilde markalanmamışsa gümrük değerinin %10'u oranında cezaya tabidir. Söz konusu malların gümrük idaresi gözetimi altında işaretlenmesi, imha edilmesi veya ihraç edilmesi halleri cezai durumu ortadan kaldırmaktadır.

Şişeler, kavanozlar ve benzeri saklama kaplarında olduğu gibi ABD'de başka bir ürünle birleştirilmek üzere ithal edilen malların üzerinde, sadece kabın orijininin ülkesi açıkça yer almak zorundadır. Örneğin 'Bottle Made in Turkey'.

İthal edilen mallar ABD'de yeniden paketlenenlerse ithalatçı malları gümrükten çıktıktan sonra etiklerine zarar vermeyeceğini taahhüt etmeli ya da yeniden paketlemek üzere satıyorsa markalama kurallarını paketleyenlere bildirmelidir.

Özel Menşe Ülke İşaretleme Gereklere: Bazı ürünler özel menşe ülke markalama düzenlemelerine tabidir. Demir ve çelik borular, rögar kapağı, ızgara ve halkalar, preslenmiş gaz silindirleri, asit veya elektrolitik, soğuk damga, oyma, eriterek yazma yöntemlerinden biriyle markalandırılırlar.

Bıçaklar, cerrahi ekipman, laboratuvar malzemeleri, basınçlı kaplar ve bu nevi malzeme, kol saatleri, duvar saatleri, optoelektronik sunum aygıtları özel etiketleme yöntemlerine tabidir.

Yanlış Bilgilendirme: 1946 tarihli Trade-Mark Kanunu'nun 42 numaralı bölümü, ithal edilen hiç bir ürünün üretildiği ülkeden başka bir ülkede veya ABD'de üretildiğine dair yanlış markalandırılmayacağını hükme bağlamıştır. Aynı Kanununun 43. bölümünde de, menşe ülke

isinin bir bölümünün bilerek kapatılması, çıkartılması, değiştirilmesi gibi hususların hapis cezası gerektiren suç olarak değerlendirileceği hükmü bulunmaktadır.

ABD'ye gıda ithalatında etiketleme konusunda uyulması gereken hususlarla ilgili olarak ABD Gıda ve İlaç İdaresi'nin (FDA) <http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/default.htm> sayfasından bilgi almak mümkündür.

F) Teknik Engeller

ABD tarafından dış ticarete uygulanmakta olan teknik engeller hakkında bilgiye www.teknikengel.gov.tr sitesinden erişilebilmektedir.

Ticarete Teknik Engeller web sitesi, kullanıcıların teknik engeller alanında yararlanacağı ve etkin olarak kullanacağı temel bir platform olarak yapılandırılmıştır. Bu çerçevede, söz konusu siteden ülkeler itibariyle ticarete teknik engeller uygulamaları hakkında bilgi sahibi olunabilmekte, ülkelerin mevzuat ve uygulamaları hakkında Bakanlığımızdan bilgi talep edilebilmekte ve ihracatta karşılaşılan teknik engeller interaktif olarak Bakanlığımıza bildirilebilmektedir. Söz konusu siteye ücretsiz olarak üye olunabilmektedir. Sitenin üyelerine ilgilendikleri ülke ve ürün gruplarına ilişkin düzenlemeler günlük olarak e-posta ile gönderilmektedir.

2. 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 büyütme 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.

A) 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.

B) 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 çalışmasının 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 kümelenmediği 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

“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 e-ticaret 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 Clup 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- 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

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.

C) 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

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/cgi-bin/labsearch/> adresli web-sitesinden ulaşılabilmektedir.

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.

D) 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 ulaşılabilmektedir. Bu ihalelere başvurmak isteyen firmaların, <http://www.ungm.org> internet adresinden ücretsiz olarak BM nezdinde kayıt yaptırılmaları gerekmektedir. Kayıt işlemi hakkında detaylı bilgiye <http://www.un.org/Depts/ptd> adresinden ulaşılabilmektedir.

3. ÖNEMLİ SEKTÖRLER

A) Tarım ve Hayvancılık

ABD’de tarım ve hayvancılık, yaklaşık GSYİH’nin %1’ini teşkil etmekle birlikte, küresel ölçekte karşılaştırıldığında önemli bir üretim potansiyeli söz konusudur. ABD’de tarım ve hayvancılık sektöründe çoğunlukla özel sektör faaliyet göstermektedir. Tarımsal ürün ihracatı toplam üretimde oldukça büyük bir paya sahiptir. Toplam tahıl üretiminin yaklaşık dörtte biri ihraç edilmektedir. Başlıca ihraç ürünleri: mısır, soya fasulyesi, buğday, tütün, pamuk, sorgum, patates, pirinç ve yulaftır. ABD’li üreticiler dünya mısır ve soya üretiminin yaklaşık %40’ını gerçekleştirmektedir. Bu güçlü üretim altyapısı, yenilikçi gıda işleme sanayisi ve güçlü markaları sayesinde ABD, dünyanın en büyük gıda ihracatçısı olmuştur.

B) Sanayi

1. Makina Sektörü (84 Ve 85 No’lu Fasıllar)

2019 yılında toplam 2,48 Trilyon ABD Doları büyüklüğündeki ithalatın %28’lik bölümünü oluşturan 84 ve 85 No’lu fasıllar, ABD’nin ithalatında ilk iki sırada yer almaktadır. 716 Milyar ABD Doları olan makina grubu ithalatının 179 Milyar ABD Dolarlık bölümünü Batı ve Güney ABD eyaletlerinde (California 145 Milyar Dolar, Texas 117 Milyar Dolar, Illinois 60 Milyar Dolar) gerçekleştirmektedir. Türkiye’nin bu sektördeki ihracatı 1,6 Milyar Dolar seviyesindedir. Dünyada en fazla makine ihraç eden ülkeler arasında Çin (417 milyar dolar) ve Almanya’dan (254 Milyar Dolar) sonra ABD 3. Sırada gelmektedir. 2019 yılı verileri esas alındığında 84. Fasılda ABD 206 milyar dolar ile dünya ihracatının %9’luk (Dünya : 2,2 trilyon dolar) kısmını gerçekleştirmektedir.

2. Otomotiv Sektörü –Nakil Araçları (87 No’lu Fasıllar)

ABD’nin en yoğun ithalat gerçekleştirdiği üçüncü sektör konumunda otomotiv sektörü yer almaktadır. 2019 yılında 305 Milyar ABD Doları değerinde ithalat gerçekleştirilmiş olup, ABD’de Kuzeydoğu ve Doğu bölgelerdeki eyaletlerde ve Güney’de Texas ile Batı’da California’da yayılmıştır. (Michigan 82 Milyar dolar, California 56 Milyar dolar, Texas 41 Milyar dolar) Türkiye’nin ABD’ye ihracatı aynı yıl için 1 Milyar ABD Doları seviyesindedir. Araç ve motor yedek parçaları sektöründe ABD’nin ithalatı 68 Milyar ABD Doları olup, yalnızca otomotiv endüstrisinin ABD’deki başkenti Michigan (18 Milyar Dolar) başta olmak üzere Texas (6 Milyar Dolar) ve California (5,8 Milyar Dolar) dışında Indiana ve Ohio eyaletlerinin ithalat toplamı 8,5 Milyar ABD Doları seviyesindedir. ABD dünyada en fazla otomotiv ihraç eden ülkeler arasında Almanya ve Japonya’dan sonra 3. sırada gelmektedir. 2019 yılı verileri (1,49 trilyon dolar) esas alındığında 148 milyar dolar ile dünya ihracatının yaklaşık %10’luk kısmını gerçekleştirmektedir.

3. Demir Çelik ve Eşyalar (72 Ve 73 No’lu Fasıllar)

Çelik sektörü özelinde, ABD tarafından, 20 Nisan 2017 tarihinde çelik ithalatının; 26 Nisan 2017 tarihinde ise, alüminyum ithalatının ABD’nin ulusal güvenliği için yarattığı tehdidin incelenmesi ve önlenmesi amacıyla, ABD’nin kendi iç mevzuatının bir parçası olan "Section 232" kapsamında bir soruşturma başlatılmıştır. ABD Ticaret Bakanlığı’nın yürüttüğü bahse konu soruşturmalar neticesinde, 16 Şubat 2018 tarihinde çelik ve alüminyum ithalatının ABD’nin ulusal güvenliği üzerinde tehdit oluşturduğu bulgusuna istinaden, ülkemizin de aralarında yer aldığı ülkeler için 23 Mart 2018 tarihinden bu yana belirli istisnalar dışında dünya genelinde %25 (çelik) ek vergiye hükmedilmiştir.

ABD’nin 2019 yılında 41 Milyar ABD Doları ithalat gerçekleştirdiği ve ülkemizin ihracatında önemli bir paya sahip olan “73 No’lu fasıl Demir ve Çelikten Eşya” sektörü, ABD yönetimince

72 No'lu fasılda uygulanan tedbirler sonrasında ülkemiz ihracatçılarınca alternatif pazar olarak değerlendirilmektedir. 73 No'lu fasılda 2019 yılı ihracatımız %15 oranında yükselerek 341 Milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. İthalatın yoğun gerçekleştirildiği bölge Güney ABD olup, yalnızca Texas eyaletinin bu sektördeki ithalatı 9,4 Milyar ABD Dolarıdır. Texas eyaletini 4,8 milyar dolar ile California eyaleti izlemektedir.

4. Hava Araçları ve Parçaları (88 No'lu Fası)

ABD'nin 2019 yılında toplamda 35 Milyar ABD Doları ithalat gerçekleştirdiği ve Türkiye'nin bu ülkeye ihracatında yükselişte olan "Hava araçları parçaları" sektörü 2019 yılında %15 artışla Türkiye'den 396 Milyon ABD Doları ithalat gerçekleştirmiştir. En yoğun ithalat, 2019 yılında Illinois eyaletinden ve 7,6 Milyar ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılından bu yana ihracatımızda %60 oranında bir artış olmuştur. Bahse konu sektörde Türkiye'nin özellikle yedek parça ve ekipmanlar konusunda rekabetçi bir politika izleyebileceği değerlendirilmektedir. Neredeyse tamamı 8803 No'lu pozisyon üzerinden gerçekleşen ihracatımızda ABD'nin ithalatı 20 Milyar ABD Doları seviyesindedir ve ihracatımız Texas (111 Milyon Dolar) Kansas (90 Milyon Dolar) California (67 Milyon Dolar) ve Illinois bölgesindeki (66 Milyon Dolar) yerleşik firmalara yapılmaktadır.

5. Mobilya Sektörü (94 No'lu Fası)

2019 yılında ABD 62 Milyar ABD Doları ithalat gerçekleştirmiş olup, Türkiye'nin ihracatı 171 Milyon ABD Doları olarak kaydedilmiştir. Mobilya sektöründe başlıca eyaletler California (13,6 Milyar Dolar), Texas (6,6 Milyar Dolar) ve Georgia'dır (4,2 Milyar dolar). Bununla beraber New York ve New Jersey bölgesi de yaklaşık 5,6 Milyar dolarlık ithalat yapmaktadır. Ülkemizin mobilya sektöründe en fazla ihracat yaptığı eyaletler ise New Jersey (24 Milyon dolar), Missouri (23 Milyon Dolar) ve New York (23 Milyon Dolar) olmuştur. İthalat sektörün en büyük kalemlerini toplamda 17 Milyar ABD Doları değerindeki ağaç (GTİP 940360) ve metalden (GTİP 940320) oturmaya mahsus mobilyalar ve Ahşap iskeletli oturmaya mahsus diğer mobilyalar (GTİP 940161) ile 9,7 Milyar ABD Doları değerindeki oturmaya mahsus mobilyaların aksam ve parçaları (GTİP 940190) ithalatı oluşturmaktadır.

6. Hazır Giyim Sektörü (61 ve 62. Fası)

ABD'de 2019 yılında Örmeye Giyim (46 Milyar Dolar) ve Örülmemiş Giyim Eşya ve Aksesuarı (38 Milyar Dolar) sektörleri toplamda 84 Milyar Dolar ithalat gerçekleştirmiş olup, Türkiye'nin ihracatı 720 Milyon ABD Doları (GTİP 61- 268 Milyon Dolar, GTİP 62-361 Milyon Dolar) olarak kaydedilmiştir. İlgili sektörlerde Örmeye giyim ürünleri (GTİP 61) grubunda başlıca eyaletler California (12 Milyar Dolar), New York (4,8 Milyar Dolar) ve North Carolina'dır (4,6 Milyar dolar). Bununla beraber New Jersey (2,8 Milyar Dolar) Georgia (2 milyar dolar) ve Ohio (2 Milyar Dolar) eyaletleri kayda değer oranlarda ithalat yapmaktadır. Ülkemizin örmeye giyim eşyaları sektöründe en fazla ihracat yaptığı eyaletler ise New Jersey (51 Milyon dolar), New York (45 Milyon Dolar) ve California (28 Milyon Dolar) olmuştur. İthalat sektörün en büyük kalemlerini oluşturan GTİP 6110, 6109 ve 6104 ürün grupları ile ihracatımız benzer bir sıralamadır. Bununla beraber 6107 ve 6108 ürün grubunda ABD'nin yaklaşık 4,8 milyar dolar ithalatına karşın ülkemiz 9 Milyon dolar ihracat gerçekleştirmektedir.

Örülmemiş giyim eşyası ürünlerinde (GTİP 62) grubunda başlıca eyaletler California (8,7 Milyar Dolar), New York (5,1 Milyar Dolar) ve New Jersey'dir (3 Milyar dolar). Bununla beraber North Carolina (2,2 milyar dolar) ve Ohio (2,1 Milyar Dolar) Georgia (2,1 Milyar Dolar) ve Texas (2,1 Milyar Dolar) eyaletleri kayda değer oranlarda ithalat yapmaktadır. Ülkemizin örülmemiş giyim eşyaları sektöründe en fazla ihracat yaptığı eyaletler ise New York (87 Milyon dolar), California (65 Milyon Dolar), New Jersey (53 Milyon Dolar) ve Georgia (47

Milyon Dolar) olmuştur. İthalat sektörün en büyük kalemlerini oluşturan GTİP 6204 (9,8 Milyar Dolar), 6203 (8,2 Milyar Dolar) ve 6205 (3,2 Milyar Dolar) ürün grupları ile ihracatımız 156,82 ve 32 milyon dolar ile benzer bir sıralamadır. Bununla beraber 6201 ve 6202 ürün grubunda ABD'nin yaklaşık 5 milyar dolar ithalatına karşın ülkemiz 20 Milyon dolar ihracat gerçekleştirmektedir.

7. Tekstil Ürünleri Sektörü (63. Fası)

ABD'de 2019 yılında GTİP 63'te Dokumaya Elverişli Maddelerden Eşyada 16 Milyar Dolar ithalat gerçekleştirmiş olup, Türkiye'nin ihracatı 247 Milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. İlgili sektörde başlıca eyaletler California (3,4 Milyar Dolar), Texas (1,5 Milyar Dolar) ve Georgia (1,1 Milyar dolar). Bununla beraber New Jersey (1 Milyar Dolar) ve New York (1 Milyar Dolar) eyaletleri kayda değer oranlarda ilk sıralarda ithalat yapmaktadır. Ülkemizin sektörde en fazla ihracat yaptığı eyaletler ise New Jersey (42 Milyon dolar) Georgia (30 Milyon Dolar) New York (28 Milyon Dolar) ve Wisconsin (23 Milyon Dolar) California (21 Milyon Dolar) olmuştur. İthalat sektörün en büyük kalemlerini oluşturan GTİP 6302 Yatak Çarşafı, Mutfak ve Tuvalet Bezleri (5,7 Milyar Dolar), GTİP 6307 Diğer Eşya (Yer Bezleri, Cankurtaran ve Diğer Hazır, 5 Milyar Dolar) ve 6301 Battaniyeler (1,5 Milyar Dolar) ürün gruplarına karşın ihracatımızda en önemli kalem 200 Milyon dolar ile Yatak Çarşafı ve Mutfak Tuvalet bezleridir.

8. Plastik ve Mamulleri Sektörü (39 No'lu Fası)

ABD'nin 57,6 Milyar ABD Doları ithalat gerçekleştirdiği ve ülkemizin global düzeyde pazarda bilinirliği mevcut "39 No'lu fasıl Plastik ve Mamulleri" sektöründe 2019 yılı ihracatımız 236 Milyon ABD Doları olup, ihracatımız son 5 yılda yaklaşık 3 kat artış göstermiştir. İlgili sektörde ABD'nin 2019 yılı ithalatı incelendiğinde "3926 GTP Plastikten diğer eşya" alt sektörünün 11 Milyar ABD Doları paya sahip olduğu görülmektedir. Bahse konu gruptaki ihracatımız 18 Milyon ABD Doları seviyesindedir. Diğer başlıca ürün grubu olarak GTİP 3924 Plastikten sofras eşyasında ABD'nin ithalatı 6 milyar dolar iken ülkemiz ihracatı 13 Milyon Dolar seviyesindedir. Sektörde en güçlü olduğumuz ürün grubu GTİP 3907.61 koduna haiz Polietilen Terftalat Cinsi Eşya ürün grubunda 35 Milyon ABD Doları ihracatımız bulunmakta, ABD'nin ithalatı ise 955 Milyon Dolar düzeyinde gerçekleşmiştir.

9. Alüminyum ve Alüminyumdan Eşyalar (76 No'lu Fası)

2019 yılında ABD'nin 21,5 Milyar ABD Doları ithalat gerçekleştirdiği sektörde ihracatımız son 3 yıl içinde yaklaşık 4 kat artarak 278 Milyon ABD Doları olarak kaydedilmiştir. Sektör, 72 No'lu fasıldaki alınan ABD tedbirleri sonrası ülkemiz firmaları için alternatif pazar özelliğini taşımaktadır. İlgili sektörde 7604, 7606 ve 7607 alt sektörlerinin ortalama 6 Milyar ABD Doları ithalat payına sahip olduğu görülmektedir. En yoğun ihracatımızın 760612 GTİP kodu üzerinden gerçekleştiği (122 Milyon Dolar) ve Florida ve Maryland eyaletinin ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Sektör geneli olarak başlıca eyaletler Texas, New York ve Maryland iken ülkemiz için Illionis, Florida, Georgia ve Maryland eyaletleridir.

10. Taş, Alçı, Çimento, Amyant, Mika veya Benzeri Maddelerden Eşya (68 No'lu Fası)

ABD'nin 2019 yılında toplamda 7,9 Milyar ABD Doları ithalat gerçekleştirdiği ve Türkiye'nin bu ülkeye ihracatında düzenli olarak yükselişte olan sektörde ABD, Türkiye'den 410 Milyon ABD Doları ithalat gerçekleştirmiştir. İhracat yoğunluğumuz 680291 GTİP kod numarasına haiz "Mermer, traverten ve su mermeri" ürün grubunda gerçekleşmiştir. Bununla beraber GTİP 6810 Çimentodan, betondan veya suni taştan eşya (takviye edilmiş, olsun olmasın) ürün grubunda 2,1 milyar dolarlık ABD ithalatında ülkemiz 86 milyon dolar ihracat gerçekleştirmektedir.

4. 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.

A) 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 görüştükları 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 uygulatırlar. 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

ilişkilerinde yanlış anlaşılmalara neden olabilmektedir. Bu yüzden teyit alınmasında ve dikkat edilmesinde fayda vardır. Amerikalıların büyük bir çoğunluğu Hıristiyan 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.

B) 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

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.

C) 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

D) Yerel Saat

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

5. ŞİRKET KURULUŞU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER

A) Şirket Türleri

Dünya genelinde en büyük ekonomiye sahip ABD'de şirket kurmak, şüphesiz rekabetin en yoğun yaşandığı bu piyasada, özellikle ekonomik maliyetlerin düşürülmesi ve çeşitli teşvik mekanizmalarından yararlanılması açısından önem taşımaktadır. Ülkenin federal yönetim biçiminden dolayı, yabancı firmaların ABD'de kurduğu şirketler federal düzeyde kayda alınmamakta; buna bağlı olarak da şirket kurma ve teşvik mekanizmaları eyaletler arasında farklılık göstermektedir. Bu nedenle, öncelikle faaliyetin düşünüldüğü bölgeye karar verilmesi, ardından o eyaletteki şirket kurma prosedürlerinin ve teşvik imkânlarının araştırılması önem arz etmektedir.

ABD'de şirket kurulurken, ülkemizde de olduğu gibi en önemli husus kurulacak şirketin türüdür. Şirketler, "Ticari Varlığın Yegâne Sahipliği (Sole Proprietorship)", "Ortaklık (Partnership)", "Ticari Şirketler (C veya S Corporations)", "Sınırlı Ortaklık (Limited Partnership)" ve "Sınırlı Sorumlu Kuruluş (Limited Liability Company)" şeklinde faaliyet gösterebilmektedir. Özellikle ortaya çıkması muhtemel hukuki anlaşmazlıkların çözümünde, seçilen şirket türü hukuki prosedürün şeklini değiştirmektedir. Şirketin türüne karar verildikten sonra, şirketin faaliyet göstermesi açısından zorunluluk arz eden önemli hususlar aşağıda sıralanmıştır:

1. Lisans: Şirketin faaliyet göstermesi için iş yerinin bulunduğu Eyalet Valiliği/Yerel İdare gibi resmi kuruluşlardan alması gereken ruhsattır.
2. İşveren Kimlik Numarası: Özellikle işçi çalıştırılan şirketler için zorunludur.
3. Yerleşme Sertifikası: Kiralanacak veya satın alınacak gayrimenkule ait belgedir.
4. Firma İsmi: Kurulacak şirketin belirli bir ismi olması gerekmektedir.
5. Marka, patent: Şirkete ait telif haklarının korunması ile ilgili olarak belge alınması şirketin yararına olacaktır.
6. Vergi: Muhasebe kayıtlarının resmi olarak tutulabilmesi için şirkete özel vergi numara almak zorunludur.

ABD'de şirket kurmak isteyen yabancı işadamlarının "oturma" iznine sahip olması gerekli değildir. Şirketin türüne karar verilmesinin ardından; ilk basamak, genellikle eyaletlerin Valilik Ofislerinde faaliyet gösteren ilgili bölüme başvurularak, gereken formlar doldurulmalı ve bu bölümün verdiği "lisans" ile şirketin kuruluşu tescil edilerek ticari faaliyette bulunma yetkisi alınmalıdır. Şirkette ABD'li bir ortağın bulunması kuruluş aşamasının kolaylaşmasını sağlamaktadır. Şirketin kuruluşunda diğer önemli basamak ise resmi olarak her türlü evrakı alacak şirketi temsile yetkili kişinin belirlenmesidir. Şirketi temsile yetkili kişi şirket sahibi olabileceği gibi sabit ikamet sahibi olan avukat veya idareci gibi başka bir kişi de olabilir. Şirketin kurulması ve lisansın alınmasının ardından, eğer işadamı şirket ortağı ise E-1, şirketin sponsorluğunda yönetici ise H-1B vizesi almak üzere vize statüsünü değiştirme talebinde bulunabilmektedir. ABD'deki federal yönetim biçiminden dolayı, şirket kurma ve teşvik mekanizmaları uygulama bazında eyaletler arasında farklılık göstermektedir. Bu itibarla, söz konusu ülkede faaliyet gösterilecek bölgenin seçilmesinin ardından, şirket kurma prosedürlerinin belirlenmesi ve teşvik imkânlarının araştırılması önemlidir. ABD'de bir yatırım yapmak, bir ticari iş kurmak istendiğinde öncelikle değişik şirket kuruluş tipleri arasından en uygun ve avantajlısını seçmek gerekmektedir. ABD'de bir iş kurmak teşebbüsünüz olmasa bile, Amerikalı ticari şirketlerle iş yapma durumu ortaya çıktığında, sözgelimi bir Amerikan

şirketinden alacaklı olmanız durumunda, haklarınızı elde etme şekliniz büyük bir oranda ABD’li şirketin veya varlığın kuruluş şekline göre değişmektedir. Buna ek olarak, herhangi bir durumda Amerika’da dava açmanız gerektiği takdirde, hakkınızı aramanız, dava açma yolu, davanın yürütülmesi ve uygulaması kısmen dava edilen şirketin şekline göre farklılık gösterir. Her ticari şirket tipi birbirinden farklı olup, kuruluş ve işleyiş şekilleri farklılıklar arz etmektedir.

C ve S Ticari Şirketler:

Ticari C ve S şirketleri, Amerika’da büyük ve küçüklüğüne bakılmaksızın, ticari işlemlerin uygulanmasında en esnek ticari varlık şeklidir. Bir ticari oluşumun, ticari bir şirket sayılabilmesi, hak sahiplerinin ve yönetimin kavram olarak ayırımına dayanır. Buna rağmen, bir tek şahıs hem hissedar, hem genel müdür hem de başkan olabilir. Ancak, normal olarak bir şirkette, birden fazla hak ve pay sahipliği bulunur. Şirket denetim mekanizmasını oluşturan Yönetim Kurulu, hisse sahipleri tarafından şirket yıllık toplantısında seçilir. Yönetim Kurulu, şirketin başkanını, as başkanını, şirket genel sekreterini ve mali müşavirini tayin eder.

Şirket ile ilgili bilgiler ve şirketin yapılanma planı, ayrıca, şirket sermaye miktarı, hisse tipi (Par–value/no par–value) ve şirketin dava edilmesi halinde resmi bildirim yapılacağı şirket adresi, ilgili makamlarca tasdik edilen ticari belgesinde (Certificate of Incorporation) belirtilir. Buna ek olarak şirket, şirket içi ilişkiler sözleşmesine (Corporate Bylaws) uygun olarak yönetilir. Şirket içi ilişkiler sözleşmesinde, yönetim kurulu, hissedarlar ve diğer memurların fonksiyonları ve birbirleri ile olan ilişkileri ayrıntılı olarak belirtilmelidir. İlişkilerin sıkı olduğu küçük hacimli şirketlerde, hissedarlar, dışarıdan gelecek bir hissedarı önlemek için ve şirket yönetimini kendi ihtiyaçlarına uygun olarak oluşturmaları için Hissedarlar Arası Yazılı Sözleşme (Shareholders’ Agreement) imzalarlar. Bu sözleşme, hisse sahipliğini, şirket yönetimini, kimlerin şirket yöneticisi veya memur olabileceği ve her birinin görevi, hisselerin kime, nasıl ve hangi şartlara uygun satılabileceğini ve hissedarların birbirleri ile ve şirket ile olan ilişkilerini kapsar. Aksi takdirde, yani Hissedarlar Arası Yazılı Sözleşme bulunmayan şirketlerde, hissedarlar arası ve şirket ile ilgili ilişkiler buldukları eyaletin şirketler hukuku hükümlerince belirlenir. Genel olarak küçük şirketlerde, hissedarlar dışarıdan gelecek bir hissedarı önlemek için şirketten ayrılan hissedarın hisselerini kendileri satın almayı tercih edebilirler. Belirtilmesi gereken diğer bir nokta ise, şirketin önemli karar ve aktivitelerinin yazılı bir şekilde (Corporate Resolutions) kaydının tutulması gerekliliğidir.

Şirket kuracak iş adamlarının önem vermesi gereken noktalardan biri de şirket ile kendi şahsi mal varlığının (örneğin banka hesabı) ayrı tutulması ve şirketin mal ve mülkünün şahsi mal ile karıştırılmamasıdır. Aksi takdirde, eyalet mahkemeleri, şirketin değişik tüzel kişiliğini korumayıp, hissedarları şirketin borçlarından kişisel olarak sorumlu tutabilmektedirler. Bu riskin ortadan kaldırılması ancak, yazılı, düzenli ve açık olarak hissedarların ve şirketin mal varlığının ayrılığını ortaya koyan, şirket resmi kararları ile mümkündür.

Ana şirket türlerinden bir tanesi C türü (C Corporation) şirkettir. Bu şirketin C türü olarak adlandırılmasının nedeni ABD Federal vergi hukukunun “C” bölümüne tabii olmasıdır. S türü şirket (S Corporation) ise söz konusu kanunun “S” bölümüne tabidir. Aşağıda belirtilen avantaj ve dezavantajlar bu iki şirket türünü kapsayacak şekilde hazırlanmıştır.

Avantajları:

- Kişisel sorumluluğun olmaması: Şirket formaliteleri yerine getirildiği sürece, şirket yöneticisi ve hissedarları şirket borçlarından, kendi şahsi mal varlıkları ile kesinlikle sorumlu değildirler.
- Sermaye bulma imkânı: Şirket kendi varlığında bulunan hisseleri Hissedarlar Arası Sözleşmeye uygun olarak büyük veya küçük miktarlarda satabilir. Buna ek olarak bankalar ve kredi veren diğer kurumlar, bu tür şirketlerin devlet kurumları tarafından tescil edilmiş olması ve düzenli bir ticari hayata sahip görünmeleri nedeni ile kredi vermeye diğer şahıs kuruluşlarına oranla daha fazla isteklidirler.

Dezavantajları:

- Kurumsal formalitelerin bulunması: Şirket ticari belgesini, ilgili eyaletin resmi makamlarına kayıt ettirmek zorundadır.
- Şirketin çalışmaya başlaması: Şirketin ticari belgesi kanuna uygun olarak resmen kayda girmediği şirket resmi olarak kurulmuş sayılamaz. Şirketin ticari belgesini (Receipt of Filing of Certificate of Incorporation) almadan çalışmaya başlaması hissedarların kişisel sorumluluğuna neden olur.
- Şirket merkezi: Şirket merkezi diğer ortaklıklarda olduğu gibi kolay olarak değiştirilmez. Şirketin kurulduğu eyalet dışındaki eyaletlerde aktif olması istendiğinde her ilave eyalet için o eyalette belirli bir ücret karşılığında, o eyaletin kanununa göre kayıt ettirilip, gerekli masraflar ödenmelidir.
- Masraflar: Bir şirketin kurulma masrafları hisse miktarı ve hisse değerlerine göre değişmekte olduğu gibi, şirket her sene kurumlar vergisi (Franchise tax) ödemek zorundadır.
- İki aşamalı vergilendirme (Double taxation): C türü şirketler iki kere vergiye tabi tutulmaktadır. Birinci aşamada vergilendirme şirket brüt gelirinden şirket masrafları düşüldükten sonra geriye kalan kısım üzerinden alınır. İkinci aşama ise hissedar geliri ve maaşları üzerinden yapılmaktadır.
- C türü şirketlerde hissedarlar isterlerse kendi aralarında para, mülk veya şirket hissesi takası yapabilirler.

Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar: C ve S türü şirketler arasındaki en önemli fark vergilendirme yöntemlerindedir. S türü şirketlerde, şirketin kendisi, gelir vergisi ödememektedir. Şirketin kar ve zararlarını şirket ortakları, kişisel olarak üstlenir. Yani çifte vergilendirme söz konusu değildir. Vergilendirme konusunda, S türü şirketlerde şirket sahipleri ortak olarak göz önüne alınmaktadır.

Ancak S türü şirket kurabilmek için:

- Hissedar sayısının 100'den az olması;
- Yerel bir şirket olması
- Tüm hissedarların gerçek şahıslar olması (yani başka bir şirket veya ortaklık bu şirketin hissedarı olamaz) ;
- Tüm hissedarların Amerika'da kanuni vergi ikametgâhı elde etmiş olması (greencard sahibi olmaları veya Amerika'da söz konusu yıl içinde 183 gün oturmuş olmaları);
- ABD Federal vergi hukukunca S şirketi statüsünün zamanında seçilmiş olması;
- Tek sınıf hisse yapısına sahip olması koşullarını yerine getirmek zorundadır.

Sınırlı Sorumlu Kuruluş:

Kayda değer şekilde ilgi gören bu ortaklık çeşidinde, şirket sahipleri ortaklığın sağladığı faydalar yanında şirket tüzel kişiliğine sahip olunmasından kaynaklanan avantajlardan da istifade edebilmektedir. Sınırlı sorumlu şirketin sahipleri, üyeler olarak adlandırılmaktadır. Üyeler kendi başlarına kuruluşu yönetebilecekleri gibi, Yönetim Anlaşmasında belirtildiği şekilde, yönetimi kendilerinin atayacakları kişi veya kişilere, yöneticilere devredebilirler.

Avantajları:

- Sınırlı sorumluluk: Kuruluş kaidelerine uygun davrandıkları sürece, bu tür bir kuruluşun sahipleri ve yöneticileri, kuruluşun borçlarından kişisel olarak sorumlu değildirler.
- Tek aşamalı vergilendirme: Şirketin kar ve zararlarını şirket üyeleri kişisel olarak üstlenir.
- Şirket zarar etmesi halinde kişisel vergi indirimi: Sermaye yatırılmış olması halinde Sınırlı Sorumlu Kuruluşun zararı durumunda, kuruluşun üyelerine kişisel vergi indirimleri verilmektedir.

Dezavantajları:

- Kuruluş formaliteleri: Sınırlı sorumlu şirket, ticari belgesini eyalet resmi makamlardan (Secretary of State) almadan çalışmaya başlayamaz.
- Masraflar: Ticari belgenin alınabilmesi için gerekli formların doldurulması ve masrafların ödenmesi gerekmektedir.
- İlan zorunluluğu: Sınırlı ortaklıkta olduğu gibi şirketin, kanunda belirtilen iki gazetede kuruluşunu, adi ortaklarını, ticari amacını ve istenilen diğer bilgileri ilan etme zorunluluğu vardır. İlan yapılmaksızın bu kuruluşun bulunduğu eyalette dava açması söz konusu değildir.
- Formalitelerin tamamlanma süresi: bu tür bir şirketin kuruluşu ortalama üç iş günü içerisinde gerçekleştirilebilmekle beraber ilan süresinin tamamlanması için altı haftalık ek süre gerekmektedir.
- Şirket merkezinin kolaylıkla değiştirilememesi: Şirketin kendi bölgesinden diğer bir bölgeye geçmesi halinde, yeni bölgede ticari hayatına devam edebilmesi için izin alması ve gerekli masrafları ödemesi gerekmektedir.
- Yorum Sorunları: Sınırlı sorumlu kuruluş Amerikan hukukunun göreceli olarak yeni bünyesine aldığı bir kuruluş şekli olması nedeniyle bu tür şirketlere ilişkin kanuni müeyyideler yoruma açık bir yapı arz etmektedir. Şirketler, ortaklık, tek başına mal edinme vb. konulara ilişkin ilgili makamlarca yeterli sayıda örnek içtihat kararı üretilmemiştir.

Ortaklık:

Ticari varlık, birden fazla sahibinin olması durumunda bir ortaklık olarak işlemlerini yürütebilir. Kurulan ortaklık, ortakların isimlerinin dışında bir isim altında faaliyet gösterecek ise, ortaklığın şirket dokümanları, ortaklığın bulunduğu yerin Bölge Müdürlüğüne sunulup tasdik edilmelidir. Bu tür bir ticari ortaklık aşağıda belirtilen Sınırlı Ortaklık ile karıştırılmamalıdır. Bu ortaklıkta, ortaklar, ortaklığa mal varlığı katkısında bulunup, bu ortaklığın borçlarından kişisel olarak tüm varlıkları ile sorumludurlar. Ortaklar, ortaklığın zarara uğraması durumunda, bu zararı kişisel gelir vergilerinden düşebilirler. Mezkûr ortaklık tipi, diğer ticari şirketlerde olduğu gibi hiyerarşiye sahip bulunmayıp, bütün ortaklar yönetimde söz hakkına sahiptir. ABD'nin birçok eyaletinde mevcut kanunlara göre, her bir

ortak, ortaklığın bir temsilcisi olup bu ticari ortaklığı bağlayacak sözleşmelere imza atma yetkisine sahiptir. Dolayısı ile bu tür ticari varlıkta ortak seçimi son derece önemlidir.

Avantajları:

- Kuruluş Formaliteleri: Kuruluş sınırlı formaliteye tabidir ve ortaklık, ortakların anlaşması ile kurulmuş olur. Devlet kurumlarına bildiri yapılması veya herhangi bir başvuruda bulunulmasına gerek yoktur. Bununla beraber, ortakların, ticari işlemlere bir avukat tarafından hazırlanacak yazılı bir ortaklık anlaşması olmadan başlaması tavsiye edilmez. Bu anlaşma, her ortağın hak sahipliğini, sorumluluğunu, ortaklar arasında kar ve zarar dağılımını ortaya koyacaktır.
- Hızlı Faaliyete Geçebilme: Bu tür ortaklığın ticari faaliyetlere geçebilmesi için herhangi bir formalite veya masrafa gerek yoktur.
- Vergilendirme: Bir aşamalı vergilendirmeye tabidir. Ortaklık, vergi beyanında bulunmak zorundadır fakat ortaklığın kar ve zararlarını ortaklar kişisel olarak üstlenir.
- Kuruluş Merkezini Değiştirme: Ticari varlığın faaliyet merkezi kolaylıkla değiştirilebilir. Amerika'nın her yerinde bu ticari varlığın yürütülmesi mümkündür.

Dezavantajları:

- Kişisel sorumluluk: Tüm ortaklar, ortaklığın tüm masraf ve zararlarından kişisel olarak sorumludurlar.
- Anlaşmazlıkların ortaya çıkması: Bu çeşit ortaklıklarda, önemli veya önemsiz bir takım anlaşmazlıklara rastlanabilir. Ortaklık anlaşmasında yer almadıkça, ortaklar, genel olarak tatmin olmayan bir ortağı ortaklıktan çıkaramazlar. Ayrıca, azınlıkta olan ortakların mahkemeye başvurması halinde ortaklığın dağılması mümkündür.

Sınırlı Ortaklık:

Sık olarak kullanılmayan bir ortaklık şeklidir. Yukarıda açıklanan C türü şirketin bazı avantajlarını sağlar. Aynı zamanda C türü şirketinin bazı dezavantajları da anılan ortaklık tipinde bulunmaz. Bu ortaklığın üyelerinin en azından bir tanesinin "aktif ortak" (General Partner) olarak seçilmesi zorunludur. Sınırlı ortaklık, özellikle geniş sermaye gerektiren ticari işletmelere uygundur. Aynı zamanda sınırlı ortaklık, tek bir şahıs veya belirli bir sanayi kolunda yeterli tecrübesi olan küçük bir grup tarafından işletilecek hukuki varlıklar için uygun bir ortaklık çeşididir. Bu ortaklık türü ayrıca vergi zararlarından yararlanılmasını sağlar.

Avantajları:

- Kişisel Sorumluluk: Sınırlı ortakların kişisel sorumluluğu yoktur. Sınırsız ortaklar ise kişisel olarak bu ortaklığın borçlarından sorumludurlar.
- Vergilendirme: Bir aşamalı vergilendirmeye tabidir. Ortaklık, vergi beyanında bulunmak zorundadır fakat ortaklığın kar ve zararlarını ortaklar kişisel olarak üstlenir.
- Sermaye Bulma İmkânı: Sınırlı ortaklar hisseleri şirket hisseleri gibi alınıp, satılabilir.

Dezavantajları:

- Kuruluş formalitelerinin gerekliliği: Sınırlı ortaklık ticari belgesini ilgili eyalet resmi makamlarından (Secretary of State) almak zorundadırlar. Sınırlı ortaklığın kurulması için belge ve formların tamamlanmasını gerektiren süre ile birlikte 6 hafta olan ilan süresinin beklenmesi gerekmektedir.

- İlan zorunluluğu: Diğerlerinden farklı olarak, sınırlı ortaklık kanununda belirtilen iki gazetede şirket kuruluşunu, adi ortaklarını, ticari amacını ve diğer istenilen bilgileri ilan etmek zorundadırlar.
- Kişisel Sorumluluk: Sınırsız/adi ortak için sınırsız sorumluluk vardır.
- Kuruluş Merkezini Değiştirme: Şirket merkezi diğer ortaklıklarda olduğu gibi kolayca değiştirilemez. Sınırlı ortaklığın kendi bölgesinden başka bir bölgeye geçmesi halinde, yeni bölgede faaliyetlerini devam ettirebilmesi için izin alması ve gerekli masrafları ödemesi gerekmektedir.

Ticari Varlığın Yegâne Sahipliği:

Sahibi ve yöneticisi tek şahıs olup, kendisi tüm sorumluluk ile kar ve zararları şahsen üstlenir. Aşağıda da belirttiğimiz gibi kendi ismini kullandığı sürece bu tür ticari işletmeler hukuki formalite olmadan yürürlüğe girer. Ancak, sermaye, sadece şahsın kişisel maddi gücüne bağlı olduğu için genelde çok küçük çapta işlerdir.

Avantajları:

- Kuruluş Kolaylığı: Kuruluş formalitesi yoktur. Kanunda belirtilmiş bazı sanayiler dışında şirketin herhangi bir şekilde kaydına ve resmi makamlara bildirimine gerek yoktur.
- Masraflar: Kuruluş ve organizasyon masrafı yoktur.
- Hızlı Faaliyete Geçebilme: Derhal çalışmaya başlayabilir.
- Vergilendirme: Standard vergilendirmeye tabiidir. Yani sadece şahıs gelir vergisi öder.
- Kuruluş Merkezini Değiştirme: Ticari varlığın iş merkezi kolaylıkla değişebilir.

Dezavantajları:

- Kişisel Sorumluluk: Ticari varlığın sahibi tek başına ve kişisel olarak tüm masraf ve zararlardan sorumlu olup, kişisel olarak dava edilebilir.
- Sermaye Sağlama İmkânlarının Sınırlılığı: Bankalar ve diğer sermaye sağlayacak kaynaklar, herhangi bir ticari kaydı bulunmayan ve formalitelerden uzak ticari şirketlere kaynak sağlamada genelde pek istekli bulunmamaktadırlar. Ayrıca, bu tür bir ticari varlığa ortak katılamaz, yani kısaca sahipliğin bölünmesi söz konusu değildir.

Ticari Unvan: Bu hukuki varlığa sahip bulunan kişi, herhangi bir devlet kurumunun izni olmadan kendi kişisel ismini kullanabilmekle beraber, şirket olduğuna ilişkin "Inc.", "Limited", "Corp." vb. ticari ünvan kullanamaz.

B) Şirket Kurma Prosedürü

Eyaletlere Göre İş Kurma/Yapma Rehberleri

Washington DC

<https://otr.cfo.dc.gov/page/new-business-registration>

<https://ocp.dc.gov/page/requirements-doing-business-district>

<https://dc.gov/page/do-business-dc-government>

<https://www.llcuniversity.com/starting-a-business-in-dc/>

Virginia <http://www.bos.virginia.gov/starting.shtml>

Maryland <https://open.maryland.gov/business-resources/starting-a-business/>

West virginia <https://sos.wv.gov/business/Pages/StartWVBus.aspx>

Delaware - <https://corp.delaware.gov/howtoform/>

New

Jersey

https://www.nj.gov/njbusiness/documents/Doing_Business_in_New_Jersey08.pdf

New York - https://www.dos.ny.gov/cnsl/do_bus.html

Pennsylvania

<https://www.dos.pa.gov/BusinessCharities/Business/Documents/FEB2018%2021460%20Guide%20to%20Business%20Registration.pdf>

Maine- <https://www.maine.gov/portal/business/starting.html>

Massachusetts - <https://www.mass.gov/guides/starting-a-new-business>

SBA STARTING BUSINESS - <http://www.sba.gov/category/navigation-structure/starting-managing-business/starting-business/establishing-business>

How to Start a Business - <https://www.sba.gov/starting-business/how-start-business>

ILLINOIS'DE ŞİRKET KURMA REHBERİ

<https://www2.illinois.gov/dceo/SmallBizAssistance/BeginHere/Pages/StepByStepGuide.aspx>

Yatırım

Eyaletlerde, yabancı yatırımcılar “eyalet ve yerel satış vergilerinde indirim”, “bölgesel kalkınma”, “altyapı finansmanı” ve “düşük faizli kredi sağlanması” şekillerinde desteklerden faydalanabilmektedir. Ayrıca, serbest ticaret bölgelerinde yapılan üretim gibi sektörlere sağlanan bazı destekler de bulunmaktadır.

Federal yönetim tarafından ise, KOBİ'leri (kredi garanti programı vb.) ve AR-GE faaliyetlerini desteklemeye yönelik (gelir vergisi kredileri vb.) teşvikler uygulanmaktadır. Bunlar dışında, ABD'nin birçok bölgesinde/eyaletlerinde yabancı yatırım çekmek için uygulanan geniş kapsamlı başkaca destekler bulunmaktadır.

Yatırım Destekleri İle İlgili Faydalı Linkler:

<https://www.selectusa.gov/FDI-in-the-US>

<https://www.selectusa.gov/programs-and-incentives>

<https://www.selectusa.gov/iicwg>

<https://www.selectusa.gov/stateincentives>

https://www.selectusa.gov/federal_incentives

<http://selectusa.stateincentives.org/?referrer=selectusa>

C) Vizeler

ABD'de yatırım yapmayı düşünen yabancı yatırımcılar değişik kaygılar taşımaktadır. Yatırımcının amaçlarına uyabilecek en uygun iş yapısına karar verebilmek için emlak, şirket yapısı ve vergi konularında avukatlara danışmak önem arz etmektedir. Bununla birlikte, yabancı yatırımcıların ABD'deki yatırımlarında başlangıçta gözden kaçırabilecekleri en önemli konulardan bir tanesi göçmenlik konusudur. Bu konunun planlanması ABD'de kurulacak şirketin hisse sahiplerinin ve dolayısıyla hisse paylarının kararlaştırılmasını içermektedir. Yatırımcı şirket veya birey, ABD'deki işlerinin yürütülmesi için gerekli personelini getirememesi durumunda çok büyük masraflara maruz kalabilir.

Yabancı yatırımcılar ve vasıflı personeli ABD'ye çeşitli geçici veya geçici olmayan vizelerle girebilirler. Tabii ki kişinin ve işveren şirketin konumuna göre birçok vize alternatifi söz konusu olabilir. Her izin kategorisinin beraberinde getirdiği farklı gereksinim ve sınırlamalar vardır ve ABD göçmen yasalarının ihlali ABD'li işveren ve yabancı çalışan için ciddi yaptırımlar

getirir. Kadro transferi açısından elde edilebilecek avantajlardan azami ölçüde yararlanmak ve ABD göçmen kanunlarının ihlal edilmediğinden emin olabilmek için ABD’de şirketleşmenin ön aşamalarında alternatif göçmenlik stratejilerini gözden geçirmek gerekir.

Yabancı personeli ABD’ye transfer etmek için en sık başvuru alan vize çeşitleri “E-1 Ticaretçi Vizesi”, “E-2 Yatırımcı Vizesi”, “L-1 Çok Uluslu Şirketlerarası Kadro Transfer Vizesi”, “H-1B Çalışma Vizesi” ve “H-3 Stajyer Vizesi” dir. Bunlar geçici olarak çalışma hakkı tanıyan vizelerdir. Diğer alternatifler arasında yabancı yatırımcılar için çok uygun olan (Yeşil Kart-Green Card olarak da bilinen) çok uluslu şirket yöneticileri ve müdürleri için kullanılan göçmen vizesinin yanı sıra; iş sahası yaratan yatırımcılar için kullanılan “Göçmen Yatırımcı Vizesi” sayılabilir.