

# AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ PAZARA GİRİŞ REHBERİ



T.C.  
Ticaret Bakanlığı  
Vaşington Ticaret Müşavirliği

## İçindekiler

1. GENEL BİLGİLER .....	5
1.1. Coğrafi Konum .....	5
1.2. Siyasi ve İdari Yapı .....	5
1.3. Nüfus ve İstihdam .....	5
1.4. Doğal Kaynaklar ve Çevre .....	6
2. MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER VE TAHMİNLER .....	7
2.1. Ülkenin Genel Ekonomik Görünümü .....	7
2.2. Temel Ekonomik Göstergeler .....	7
2.3. Sektörel Gelişmeler .....	8
3. ÜLKE PAZARININ GENEL ÖZELLİKLERİ .....	9
3.1. Dağıtım Kanalları.....	9
3.1.1. Organize Perakende Sektöründeki Başlıca Mağaza/Market Zincirleri .....	10
3.1.2. İhtisas Mağazaları ve Çok Katlı Mağazalar .....	12
3.2. Fikri Sınai Mülkiyet Hakları .....	13
3.3. Tüketici Eğilimleri.....	13
3.4. Perakende Ticaret.....	14
3.5. Kamu İhaleleri.....	14
4. ÜLKENİN DIŞ TİCARETİ .....	16
4.1. Genel Ekonomik Görünümü .....	16
4.2. İhracat.....	16
4.3. İthalat.....	17
4.4. Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA).....	18
4.4.1. Yürürlükteki Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA).....	18
4.4.2. İmzalanan Ancak Henüz Yürürlüğe Girmemiş Olan Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA) . <b>Hata! Yer işareti tanımlanmamış.</b>	
5. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI.....	19
5.1. Dış Ticaret Mevzuatı (İhracat-İthalat Rejimi).....	19
5.2. İthalat için Gerekli Belgeler ve Ürün Güvenliği Denetimleri.....	21
5.3. Gümrük Giriş Beyannamesi, Gümrük Değeri ve Gümrük Vergileri.....	22
5.4. İç Vergiler ve Oranları .....	23
5.5. Kalite Altyapısı ve Yetkili Kuruluşlar.....	24
5.6. Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme .....	26
5.7. Geçici İthalat .....	28
5.8. E-Ticaret .....	28
6. ÜLKE ÖNEMLİ SEKTÖRLER .....	33
6.1. Tarım ve Hayvancılık.....	33
6.2. İmalat Sanayi .....	33

6.2.1. Makina Sektörü (84 ve 85. Fasıllar) .....	33
6.2.2. Otomotiv Sektörü –Nakil Araçları (87. Fasıllar) .....	33
6.2.3. Demir-Çelik Ürünleri (72 ve 73. Fasıllar) .....	34
6.2.4. Hava Araçları ve Parçaları (88. Fasıllar) .....	34
6.2.5. Mobilya Sektörü (94. Fasıllar).....	34
6.2.6. Hazır Giyim Sektörü (61 ve 62. Fasıllar).....	35
6.2.7. Tekstil Ürünleri Sektörü (63. Fasıllar) .....	35
6.2.8. Plastik ve Mamulleri Sektörü (39. Fasıllar) .....	36
6.2.9. Alüminyum ve Alüminyumdan Eşyalar (76. Fasıllar) .....	36
6.2.10. Taş, Alçı, Çimento, Amyant, Mika veya Benzeri Maddelerden Eşya (68. Fasıllar) .....	36
6.3. Doğal Kaynaklar ve Madencilik.....	37
6.4. Enerji ve Gaz .....	38
6.5. İnşaat Sektörü.....	38
6.5.1. Konut İnşaat Pazarı.....	40
6.5.2. Konut Dışı İnşaat Pazarı .....	40
6.6. Hizmetler .....	44
6.7. Bilişim.....	45
7. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR .....	47
7.1. Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü .....	47
7.2. Yabancı Yatırımlara İlişkin Ülke Mevzuatı.....	48
7.3. Yabancı Sermayeye Yönelik Kısıtlamalar .....	48
7.3.1. Yabancıların Gayrimenkul Edinmeleri .....	49
7.3.2. Yabancı Sermayeli Şirketlere Uygulanan Ayrımcılıklar .....	50
7.4. Yatırım Teşvik Mevzuatı.....	51
7.5. Serbest Bölgeler.....	52
7.6. Ülkedeki Türk Yatırımları: Sektörler ve Karşılaşılan Sorunlar .....	53
7.6.1. Türk Yatırımcıların Karşılaştıkları Sorunlar .....	55
8. TÜRKİYE İLE TİCARET.....	55
8.1. Genel Durum .....	55
8.2. Türkiye ile Dış Ticareti.....	56
8.2.1. Yürürlükte Olan Anlaşma ve Protokoller.....	56
8.3. Türkiye'nin İhracatında Başlıca Ürünler.....	57
8.4. Türkiye'nin İthal Ettiği Başlıca Ürünler .....	58
9. İHRACATTA POTANSİYEL ARZ EDEN SEKTÖR VE ÜRÜNLER .....	59
10. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR .....	60
10.1. İş Kültürü .....	60
10.2. Para Kullanımı.....	61
10.3. Resmi Tatiller ve Mesai Saatleri .....	61
10.4. Yerel Saat.....	61
10.5. Pasaport ve Vize İşlemleri .....	61

11. ŞİRKET KURULUMU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER.....	63
11.1. Şirket Türleri .....	63
11.2. Şirket Kurma Prosedürü .....	69
11.3. Bankacılık Mevzuatı.....	70
11.4. Sosyal Güvenlik Uygulamaları .....	71
12. ÖNEMLİ ADRESLER VE İLETİŞİM BİLGİLERİ.....	72
12.1. Sanayi ve Ticaret Odaları.....	72
12.2. İthalat ve İhracat ile İlgili Kurum ve Kuruluşlar.....	72
12.3. Büyükelçilik, Başkonsolosluk ve Müşavirlik İletişim Bilgileri .....	74

# 1. GENEL BİLGİLER

## 1.1. Coğrafi Konum

Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Kuzey Amerika kıtasında yer alan 9,8 milyon km<sup>2</sup> yüz ölçümü ile karasal alan bakımından dördüncü, toplam alan bakımından ise dünyanın üçüncü en büyük ülkesidir. Ülkenin toplam 19.920 km sahil şeridi vardır. ABD, kuzeyde Kanada, güneyde Meksika ve kuzeydoğuda Atlas Okyanusu ile çevrilidir. Batıda Büyük Okyanus, doğuda ise Atlas Okyanusu ile sınırlanmıştır. ABD'nin iç bölgeleri dağlar, vadiler, nehirler ve göllerle kaplıdır. Ülke, 50 eyalet ve federal bölge olan District of Columbia'dan oluşmaktadır. ABD'nin çok geniş coğrafyası, çeşitli iklim ve doğal özelliklere sahip olmasını sağlar.

## 1.2. Siyasi ve İdari Yapı

ABD, çoğulcu demokrasiye dayalı başkanlık sistemiyle yönetilen federal bir cumhuriyettir. Federal devlet yapısı 50 Eyalet ve başkent Washington D.C.'yi (District of Columbia) içermektedir. Federal sistem uyarınca, Anayasa'da federal yönetime devredilmemiş görev, yetki ve sorumluluklar, içişlerinde serbest olan eyaletlere aittir. Yasama, yürütme ve yargı erkleri arasında dengeli bir güç ve yetki paylaşımını temin eden kontrol ve denge mekanizması sistemin etkin işleyişini güvence altına almaktadır.

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

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

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

## 1.3. Nüfus ve İstihdam

2023 yılında 335 milyon kişilik nüfusu ile dünyada 3. sırada yer alan ABD'nin, 2028 yılında 343 milyon kişi olacağı tahmin edilmektedir.

2023 yılında ABD'de nüfusunun yüzde 18,2'si 0-14 yaş, yüzde 63,7'si 15-64 yaş arasında olup, yüzde 18,1'i de 65 yaş ve üzerindedir. Nüfusun yüzde 83,3'ü kentlerde yaşamaktadır. Ortalama yaşam süresi 79,74 yıl olup, kadınlarda 82,23 yıl ve erkeklerde 77,27 yıldır.

Ülkedeki işsiz sayısının toplam işgücüne oranının 2025 yılında yüzde 4,4 olacağı ve işsizliğin yüksek olduğu ülkeler arasında 67 sırayı alacağı tahmin edilmektedir.

#### **1.4. Doğal Kaynaklar ve Çevre**

ABD topraklarının yüzde 5'i şehir ve yollardan, yüzde 26'sı ekilebilir arazilerden, yüzde 21'i ormanlardan ve yüzde 21'i diğer alanlardan oluşmaktadır. ABD, çok çeşitli iklim yapısına ve çöl, dağ ve ormanlar bakımından çok fazla çeşitlilik gösteren bir topografyaya sahiptir. Michigan ve Superior gölleri, 50.000 km<sup>2</sup> 'den büyük alana sahip göller olup, Missouri (4.090 km) ve Mississippi (3.770 km) ülkenin en uzun nehirleridir.

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

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

ABD'nin sahip olduğu başlıca doğal kaynaklar; ABD'deki doğal kaynakların tahmini değeri 45 trilyon dolardır ve bunun neredeyse %90'ını kereste ve kömür oluşturmaktadır. Bunun dışında; bakır, altın, petrol, doğal gaz, kurşun, molibden, fosfat, uranyum, boksit, demir, cıva, nikel, gümüş, tungsten, çinkodur. Doğayı koruma konusunda bilincin oluşması sonucu hava ve su kirliliğine karşı ve nesli tehlikeye giren hayvanlar için çevre korumacı düzenlemelerin ve önlemlerin alınmasıyla ABD'de su ve havanın kalitesi giderek artmıştır. Havada bulunan karbon-monoksit gazı ve sülfür-dioksit gazları 1970'lerdeki düzeyine kıyasla ciddi oranda azalmıştır.

## 2. MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER VE TAHMİNLER

### 2.1. Ülkenin Genel Ekonomik Görünümü

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

Amerikan ekonomisinde yapısal olarak başarılı kılan iki temel unsurun ilki zengin doğal kaynakları, diğeri ise nitelikli işgücüdür. ABD verimli toprakları, zengin mineral yatakları, elverişli iklim koşulları ve diğer doğal kaynakları ile ekonomik büyümenin sağlanması açısından çok uygun bir ortama sahiptir. ABD aynı zamanda, iletişim ve bilgi teknolojileri alanında “kolay uyum sağlayabilen ve yetenekli” işgücünün eğitime de büyük önem vermektedir. Tüm dünyada “beyin göçü” olarak adlandırılan, bilim ve teknoloji dallarında eğitim almış yetenekli ve zeki gençlerin ABD ekonomisine kazandırılması, sorunların çözümünde anahtar rolü olan bir araç olarak görülmektedir.

### 2.2. Temel Ekonomik Göstergeler

	2022	2023	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*	2029*
GSYİH (Cari Fiyatlar milyar \$)	26.007	27.721	29.168	30.337	31.527	32.787	34.096	35.458
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -yüzde )	2,5	2,9	2,8	2,2	2	2,1	2,1	2,1
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar- \$)	77.980	82.715	86.601	89.678	92.786	96.070	99.468	102.987
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, % )	8	4,1	3	1,9	2,1	2,1	2,1	2,1
Cari İşlemler Dengesinin GSYH'ye Oranı (yüzde )	-3,9	-3,3	-3,3	-3,1	-2,8	-2,5	-2,3	-2,1
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	3,6	3,6	4,1	4,4	4,3	4,2	4	4
Nüfus (milyon)	333,51	335,14	336,81	338,29	339,78	341,28	342,78	344,30
Devletin Genel Toplam Borçlanmasının GSYH'ye Oranı (yüzde )	118,6	118,7	121	124,1	126,6	128,4	130,2	131,7

\*Tahmin

Kaynak: IMF (Ekim, 2024)

2024 yılında cari fiyatlara göre, 29 trilyon ABD Doları olduğu tahmin edilen Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın (GSYİH) 2025 yılında 30 trilyon ABD Doları aşması beklenmektedir. ABD, cari fiyatlara göre, 2023 yılı itibarıyla 196 ülke arasında dünyanın en büyük ekonomisidir.

2024 yılında sabit fiyatlara göre yüzde 2,8 oranında büyüdüğü tahmin edilen GSYİH'nın, 2025 yılında yüzde 1,9 oranında büyüyeceği tahmin edilmektedir.

### **2.3. Sektörel Gelişmeler**

ABD'de imalat sektörü, son yıllarda ABD'nin kendi kendine yeterliliğini artırmak ve tedarik zincirindeki riskleri azaltmak yönündeki irade ve politikalar çerçevesinde yeniden canlanma sürecine girmiştir. ABD, özellikle hassas ürünler ve stratejik mallarda ithalata bağımlılığı azaltmayı hedefi doğrultusunda cazip imkanlar sağladığından, üretim tesisi kurmayı veya yatırım yapmayı düşünen firmalar için avantajlı bir ortam oluşturmaktadır.

Benzer şekilde son dönemde kritik/hassas mineraller, ABD'nin ekonomik ve ulusal güvenliği için stratejik öneme sahip hale gelmiştir. ABD, nadir toprak elementleri ve diğer kritik minerallerin tedarikini güvence altına almak adına yeni düzenlemeler ve teşvik paketleri sunmaktadır. Ayrıca, Japonya, AB vb. müttefikleri ile kritik mineraller anlaşmaları yürürlüğe koymakta veya müzakere etmektedir.

ABD hükümeti, yarı iletken üretimini yerelleştirme çabalarını desteklemek amacıyla büyük teşvik paketleri açıklamıştır. Çip ve Bilim Yasası kapsamında, yeni yarı iletken üretim fabrikalarının kurulması için milyarlarca dolarlık kaynak ayrılmıştır. Bu durum, özellikle teknoloji ve elektronik sektörlerinde ABD pazarına girmek isteyen firmalar için üretim yatırımlarını teşvik edici bir ortam yaratmaktadır.

ABD teknoloji sektörü, yapay zeka (AI) alanında büyük bir atılım yapmıştır. AI uygulamalarının sağlık, finans ve perakende gibi çeşitli sektörlerde kullanımı hızla yaygınlaşmaktadır.

E-ticaret sektörü, pandemi sonrası dönemde büyümeye devam etmektedir. Özellikle hızlı teslimat ve müşteri deneyimini iyileştiren teknolojilere talep artmış olup, depolama ve lojistik süreçlerinde robotik teknolojiler ve AI destekli sistemler daha fazla kullanılmaktadır.

Yenilenebilir enerji sektörü, ABD'de hükümet destekleriyle hızla büyümekte olup; güneş enerjisi, rüzgar enerjisi ve enerji depolama çözümlerine olan talep artarken, sürdürülebilirlik standartları birçok sektörde giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Enflasyonu Düşürme Yasası (IRA) ile birlikte yenilenebilir enerji üretimine yönelik önemli yatırım ve üretim teşvikleri sağlanmaktadır.



### 3. ÜLKE PAZARININ GENEL ÖZELLİKLERİ

#### 3.1. Dağıtım Kanalları

İthalat hacmi ile dünyanın en büyük pazarı olan ABD'ye ihracatta, uygulanacak stratejinin çok iyi belirlenmesi için pazar araştırmasının derinleştirilmesi gerekmektedir. Rakiplerin çok güçlü ve aşırı fazla olduğu, gelişkin bir pazara girildiği unutulmamalıdır. Pazar araştırılırken pek çok veriye 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 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 iş birliği 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 mali müşavir (CPA-Certified Public Accountant) ile çalışılmasının büyük avantajları vardır. ABD'de vergi mevzuatının ihlalinde mükelleflerin çok ağır yaptırımlar ile karşılaşma riskleri bulunmaktadır.

Pazarda başarılı olmak için; pazarda tutunmanın zaman alabileceği göz önünde bulundurularak 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 segmentine göre çeşitlilik gösteren yaygın satış ağına sahiptir. Son derece çetin rekabet koşulları bulunan, sürekli alternatifini yaratması nedeniyle, yakından izlenmesi gereken bir pazar yapısı bulunmaktadır.

İkinci halka olan perakende dağıtım kanalları çok çeşitlilik göstermektedir (büyük perakendeciler, ihtisas 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.

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 kazanmaktadır. Söz konusu 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 ölçek büyüklüğü 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; ABD genelinde yerleşim alanları dağınık olduğu için küçük yerleşim yerlerinin kümelendiği bölgelere yakın yerlerde, büyük metropollerde ise şehir dışında yoğunlaşmıştır.

Düşük fiyata odaklanma yerine tüketiciye yakın olmayı tercih eden Safeway, Giant gibi daha küçük süpermarketler ise şehir içinde yer almaktadır. Yine aynı şekilde günlük kişisel ihtiyaçlar 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.

### **3.1.1. 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 kulübü olarak faaliyet göstermektedir. Satış hacimleri itibarıyla ABD’de bulunan ilk beş market zinciri Walmart, Costco, Kroger, Home Depot, Target’dır.

Zincir mağaza şirketleri ABD’nin son derece gelişmiş sermaye piyasalarında işlem gören şirketlerdir. Bu nedenle, yabancı ve yerel ayırımı yapmak teknik olarak mümkün görülmemektedir. Daha genel bir değerlendirmeyle 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. 18 ülkede 10.500'ün üzerinde mağazası bulunan firma 19 ülkede de e-ticaret sitesi üzerinden satış yapmaktadır. Walmart mağazalarında, hazır giyim ürünleri, elektronik eşya, gıda ürünleri, kozmetik-temizlik ürünleri, ev ve mutfak eşyaları gibi değişik ürün grupları satışa sunulmaktadır. Walmart ayrıca Sam's Club zincirini de işletmektedir. Walmart'ta ürünlerini satmak isteyen ihracatçılarımız aşağıda linki paylaşılan web sitesinden detaylı verilere erişebilir;

<https://corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier>

2. Costco: İlk şubesi 1976 yılında Price Club adı altında açılmıştır. Costco, dünya çapında yüzlerce lokasyonu ile geniş bir ürün yelpazesinin yanı sıra özel üye hizmetleri sunmaktadır. Toplam 871 deposu, ABD'nin 47 eyaleti ve Porto Rico'da toplam 600 mağazası bulunmaktadır. ABD dışında 13 farklı ülkede faaliyet göstermekte olup en yaygın olduğu ülkeler; Kanada, İngiltere, Meksika ve Japonya'dır. Üyelik sistemi ile faaliyet gösteren Costco'nun 128 milyon kart sahibi üyesi bulunmaktadır. Costco'da ürünlerini satmak isteyen ihracatçılarımız aşağıda linki paylaşılan web sitesinden detaylı verilere erişebilir;

<https://www.costco.com/vendor-inquiries.html>

3. Kroger: 1883 yılında açtığı ilk marketin ardından hızla büyüyen Kroger, ABD'nin 35 eyaletinde yaklaşık 2.800 üzerinde mağazası ile faaliyetini sürdürmektedir. Yıllık satışı 132 milyar ABD Doları üzerindedir. Marketlerinde satılan gıda ürünlerinin önemli bir kısmını kendi üretmektedir. Şirkette 414 bin kişi çalışmaktadır. Mağaza formatına göre değişmekte birlikte pek çok mağazada gıda, hazır giyim ve ev eşyaları gibi çeşitli ürün grupları satışa sunulmaktadır. Kroger'da ürünlerini satmak isteyen ihracatçılarımız aşağıda linki paylaşılan web sitesinden detaylı verilere erişebilir;

<https://www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/supplier-hub/>

ABD perakende sektörünün olağanüstü büyük ölçeği ve çeşitliliği nedeniyle standart satın alma yöntemleri olmayıp, en büyük zincir mağazaları incelendiğinde bu zincirlerin merkezi bir satın alma birimleri bulunmaktadır. Bu birimler 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 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. Puanlamaya göre firma zaman içerisinde yükselmekte ve nihayetinde merkezi birimin satın alma listesine girebilmektedir.

### 3.1.2. İhtisas Mağazaları ve Çok Katlı Mağazalar

İhtisas mağazaları, genellikle aşağıdaki gibi anlamlara gelir:

**Tek bir ürün türüne veya sınırlı bir ürün yelpazesine odaklanan mağaza:** Örneğin, sadece çikolata satan bir mağaza, sadece bebek kıyafetleri satan bir mağaza veya sadece spor malzemeleri satan bir mağaza gibi.

**Belirli bir müşteri kitlesine hitap eden mağaza:** Örneğin, sadece vegan ürünler satan bir mağaza, sadece organik ürünler satan bir mağaza veya sadece antika eşyalar satan bir mağaza gibi.

**Yüksek kaliteli ve özel ürünler sunan mağaza:** Bu tür mağazalar genellikle daha butik bir atmosfere sahip olup, müşterilere kişiselleştirilmiş hizmet sunarlar.

Özetle, ihtisas mağazası, genel bir mağazadan farklı olarak, daha spesifik bir ürün veya müşteri grubuna odaklanan ve genellikle daha yüksek kaliteli ürünler sunan bir mağaza türüdür.

İhtisas mağazalarına örnek olarak;

**Giyim;** [American Eagle Outfitters](#), [Gap](#), [Abercrombie & Fitch](#), Adidas.....

**Otomotiv;** [O'Reilly Auto Parts](#), [AutoZone](#), [Advance Auto Parts](#).....

**Donanım ve Ev Geliştirme;** [Ace Hardware](#), [Tractor Supply Company](#), [Menards](#), [Home Depot](#).....

**Hobi ve Ev;** [Hobby Lobby](#), [TJX \(HomeGoods\)](#), [Williams-Sonoma](#), Michaels, Joann.....

**Kişisel Bakım ve Aksesuarlar;** [Bath & Body Works](#), Sephora, Ulta Beauty, Signet Jewelers.....

**Hayvan Bakımı;** Pet Supplies Plus, PetSmart, Petco

**Spor Malzemeleri ve Spor Giyim;** Bass Pro Shops, Dick's Sporting Goods, Foot Locker

**Teknoloji ve Ofis;** Apple Store, Best Buy, Staples, ODP (Office Depot, OfficeMax), GameStop

ve benzerleri gösterilebilir.

ABD'de yaygın zincirler oluşturan bu grup perakendeciler içinde, konusunda çok çeşit bulunduran türleri (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, tedarikçilerinden 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 Dollar General, Family Dollar, J.C. Penney, Kohl's, Macy's, Bloomingdale's vb. gösterilebilir. Büyük perakendecilere 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 kategorideki

perakendecilere doğrudan ürün ihraç etmek mümkün olduğu gibi, ABD’de stil yaratan distribütörler vasıtasıyla da satış yapılabilir.

### 3.2. 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.

Üzülerek belirtmek gerekir ki 25 Nisan 2024 günü yayınlanan USTR Fikri Mülkiyetin Korunması ve Uygulanmasına İlişkin [2024 Özel 301 Raporunun 83.](#) sayfasında Türkiye’nin fikri mülkiyet hakları konusunda ciddi çabalarına rağmen hala izleme listesinde olduğu ifade edilmektedir. ABD’ye ürün satmak isteyen ihracatçılarımızın bu konuya özel önem vermesi gerekmektedir.

### 3.3. Tüketici Eğilimleri

ABD’de kişi başına milli gelir 2023 yılı IMF verilerine göre 82.715ABD doları düzeyindedir. Bu özelliği ile ABD özellikle gıda ve tekstil sektörlerinde büyüyen dengeli bir pazar özelliğini taşımakta olup, ülke tüketicileri genellikle 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. Bu konuda ABD Ticaret Temsilciliğinin aşağıda linki paylaşılan web sayfasında detaylı verilere ulaşmak mümkündür;

<https://www.ftc.gov/legal-library/browse>

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 laboratuvar listesine <https://www.cpsc.gov/cgi-bin/labsearch/> adresli web-sitesinden ulaşılabilir.

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

### **3.4. Perakende Ticaret**

ABD'de perakende sektörü, özellikle e-ticaretin yükselişi ve tüketici harcamalarının sağlam yapısı nedeniyle dikkat çekmektedir. ABD Perakende Federasyonu'nun (NRF) 2024 tahminlerine göre perakende satışlarda yüzde 2,5 ila yüzde 3,5 oranında büyüme beklenmekte ve bu büyümenin yıllık toplam satışları 5,23 ila 5,28 trilyon dolar aralığına çıkaracağı öngörülmektedir. Bu artış, 2023 yılında görülen yüzde 3,6'lık büyüme oranıyla uyumludur.

E-ticaretin önemi yüksek olmasına rağmen, satışların yüzde 80'i halen fiziksel mağazalarda gerçekleşmektedir. E-ticaret, toplam perakende satışların yüzde 15'ini oluşturarak pandemi dönemindeki zirvesinden bir miktar düşüş yaşasa da, perakende sektöründe güçlü bir tamamlayıcı rol oynamaktadır. Bu nedenle birçok işletme hem mağaza içi hem de çevrimiçi alışveriş deneyimlerini entegre etmeye çalışmakta ve "mağazadan gönderim" veya "mağazada teslim alma" gibi seçenekler daha yaygın hale gelmektedir.

NRF'nin projeksiyonlarına göre, perakendeciler artan tüketici beklentilerini karşılamak amacıyla hem fiziksel mağaza ortamlarını iyileştirmeye hem de çevrimiçi alışveriş deneyimlerini güçlendirmeye yatırım yapmaktadır. Sürdürülebilirlik, müşteri sadakati oluşturmak için giderek daha belirleyici bir faktör haline gelirken, işletmelerin karbon ayak izlerini azaltmaları ve çevresel etkileri minimize etmeleri önemli bir trend haline gelmektedir. Buna ek olarak, NRF tarafından perakende sektöründe veri analitiği, yapay zeka ve otomasyon gibi teknolojilerin tüketici tercihlerini anlama ve kişiselleştirilmiş hizmet sunma konusunda etkili olacağı belirtilmektedir.

### **3.5. Kamu İhaleleri**

Federal düzeyde bütün resmi kurumların ihaleleri ile ilgili bilgiler, <https://sam.gov/content/home> adresli web sitesinden takip edilmektedir.

Diğer taraftan ücretli üye olarak kamu ihaleleri ile ilgili bilgi alınabilen <https://www.bidnetdirect.com/> ve <https://iq.govwin.com/neo/home> vb. Web sitelerinden de faydalanmak mümkündür.

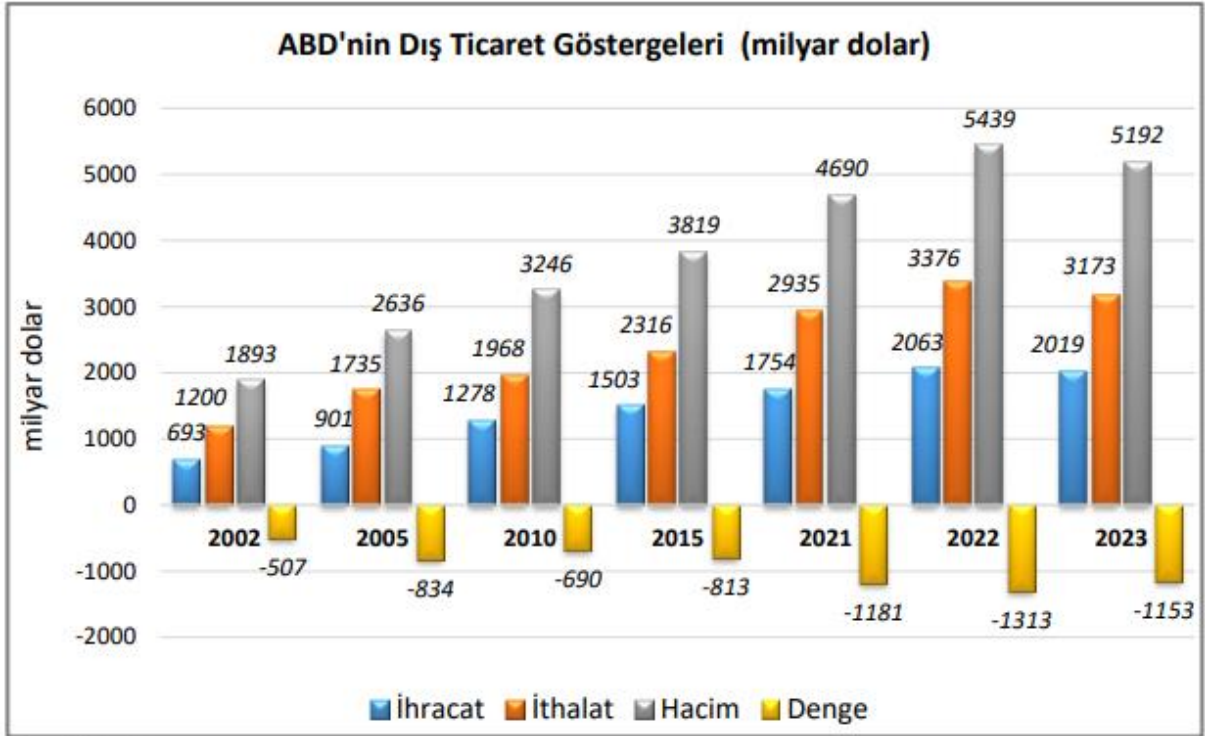
Diğer faydalı kaynaklar:

- Irak'ın yeniden yapılandırılması ile ilgili ihaleler <http://www.usaid.gov/iraq/>
- Kamu ihalelerini arama sitesi, <https://www.aptac-us.org/contracting-assistance/>
- Amerika Genel Mütahhitler Birliğinin sitesi [www.agc.org](http://www.agc.org)
- ABD Büyükelçiliği (SAM veritabanına kayıt hk. Bilgi)  
[https://tr.usembassy.gov/wp-content/uploads/sites/169/2022/06/HOW-TO-REGISTER-TO-SAMS-TR-UPDATED10\\_10\\_23.pdf](https://tr.usembassy.gov/wp-content/uploads/sites/169/2022/06/HOW-TO-REGISTER-TO-SAMS-TR-UPDATED10_10_23.pdf)

## 4. ÜLKENİN DIŞ TİCARETİ

### 4.1. Genel Ekonomik Görünümü

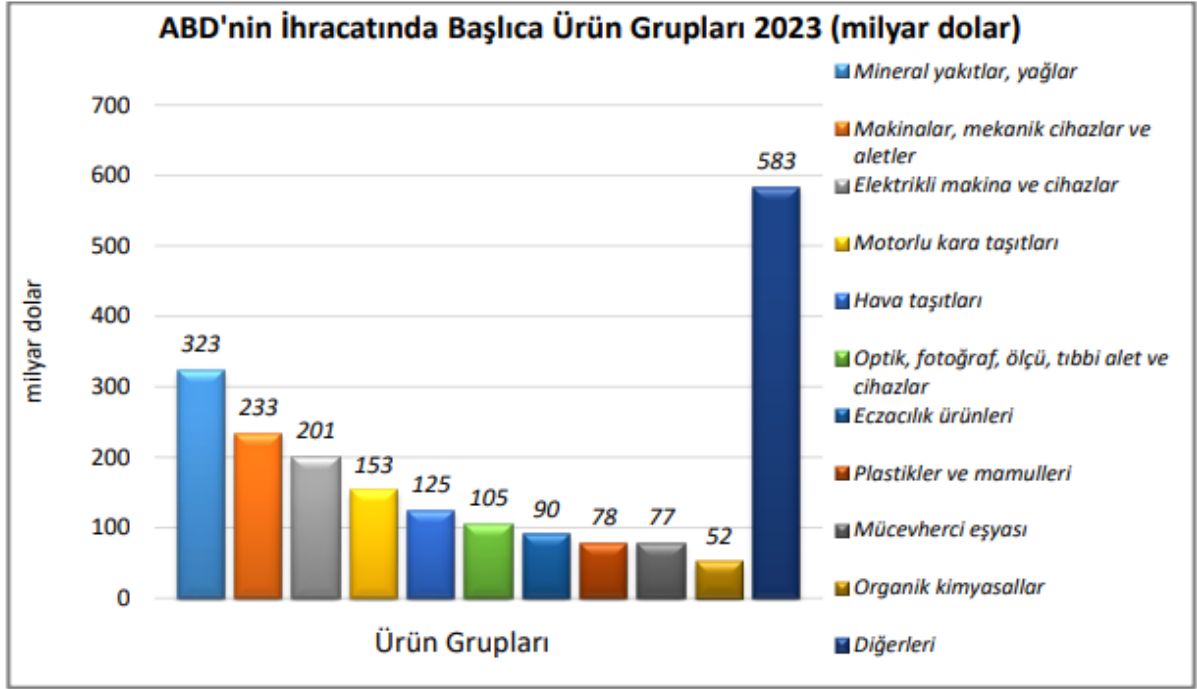
2023 yılı itibarıyla ABD 3,2 trilyon dolar ithalat ile dünyanın en büyük mal ithalatçısı ve 2,0 trilyon dolar ihracat ile Çin'den sonra 2. en büyük mal ihracatçısı konumundadır. Hizmetler ticaretinde dünyanın en büyük ihracatçısı ve ithalatçısı olan ABD, toplam ihracat ve ithalatta da (hizmetler ve mal ticareti toplamı) lider konumdadır.



### 4.2. İhracat

2023 yılında ABD'nin ihracatı yüzde 2,1 azalarak 2 trilyon dolar olmuştur. 2023 yılında ihraç ettiği başlıca ürünler; ham petrol, petrol yağları, petrol gazları, otomobiller, serum ve aşılardan oluşmaktadır. Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar, elektronik entegre devreler, telefon cihazları, tıpta, cerrahide, dişilikte ve veterinerlikte kullanılan alet ve cihazlar ile dozlandırılmış ilaçlardır.

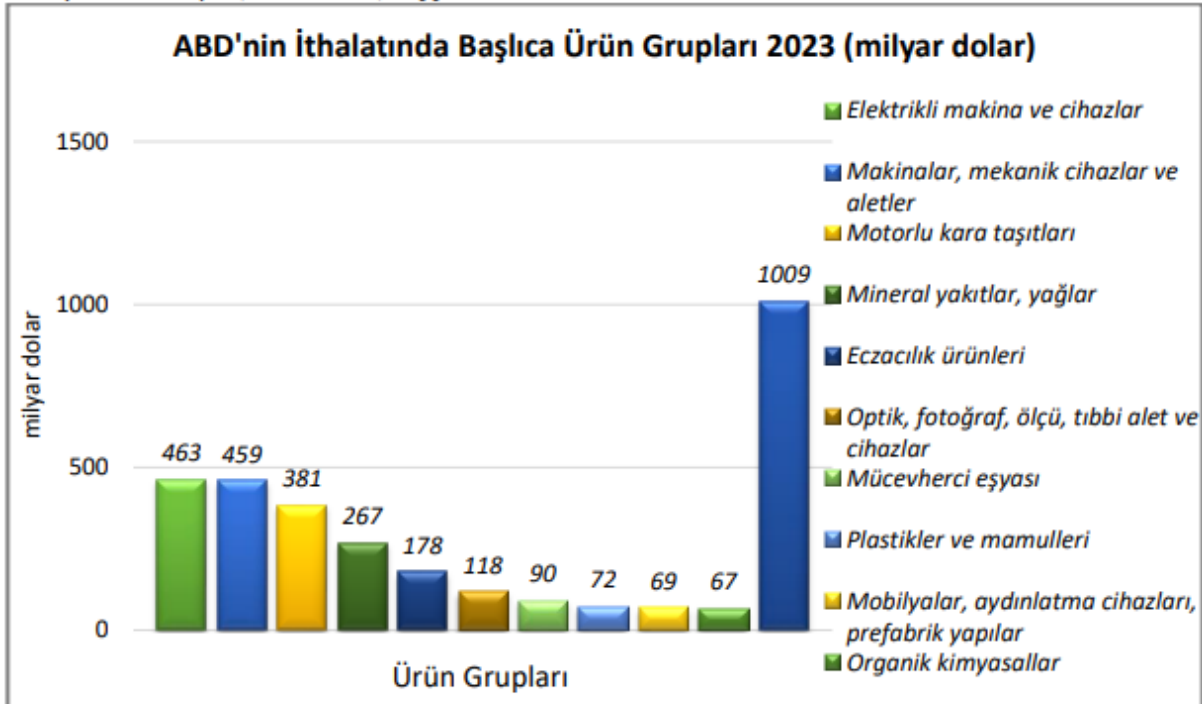




Kaynak:Trademap

#### 4.3. İthalat

2023 yılında ABD'nin ithalatı yüzde 6 azalarak 3,2 trilyon dolar olmuştur. ABD'nin, 2023 yılında ithal ettiği başlıca ürünler; otomobiller, ham petrol, telefon cihazları, bilgisayarlar, karayolu taşıtları için aksam ve parçalar, dozlandırılmış ilaçlar, serum ve aşılar, petrol yağları, kamyon, kamyonet ve tıpta, cerrahide, dişçilikte ve veterinerlikte kullanılan alet ve cihazlardır.



Kaynak:Trademap

#### 4.4. Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA)

##### 4.4.1. Yürürlükteki Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA)

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 (CAFTADR)'dir. CAFTA, Kosta Rika, El Salvador, Guatemala, Honduras ve Nikaragua'yı kapsamaktadır. Diğer taraftan ülkenin ikili STA imzaladığı 20 ülke (Avustralya, Bahreyn, Kanada, Şili, Kolombiya, Kosta Rika, Dominik, El Salvador, Guatemala, Honduras, İsrail, Ürdün, Güney Kore, Meksika, Fas, Nikaragua, Umman, Panama, Peru ve Singapur) bulunmaktadır. Ayrıca, Serbest Ticaret Anlaşmaları hakkında detaylı bilgiye, ABD Ticaret Temsilciliği'nin <https://ustr.gov/tradeagreements/free-trade-agreements> adresinden ulaşılması mümkündür.

##### 4.4.2. Öne Çıkan Başlıca Ticari ve Ekonomik Girişimler/Yeni Nesil Anlaşmalar

Biden yönetimi, ABD'nin ticaret anlaşmalarında Kongre onayını gerektiren süreci devre dışı bırakarak, daha esnek iş birliği modellerine yönelmeyi tercih etmiştir. Bu yaklaşımın temel nedeni, ABD'nin uluslararası ticaret alanında esneklik kazanmak istemesidir.

Özellikle Indo-Pasifik Ekonomik Çerçevesi (IPEF) gibi anlaşmalar, ticaret ve iş birliği süreçlerini hızlandırmak için oluşturulmuştur. STA'ların aksine, IPEF gibi anlaşmalar, pazar erişimi veya gümrük vergisi indirimlerini zorunlu kılmadan daha esnek bir iş birliği modelini temel almaktadır. Bu yaklaşım, ABD'nin Hint-Pasifik bölgesinde Çin'in etkisine karşı daha hızlı ve etkili stratejik adımlar atması amacıyla yürütülmektedir. Pazar açılımının müzakerelerde yer almadığı söz konusu girişim, ABD ile katılımcı ülkeler arasında yüksek standartlarda ticaret, ekonomilerin dijitalleşmesi, tedarik zincirlerinin geliştirilmesi ve altyapı yatırımlarının kolaylaştırılmasını içeren ve (1) ticaret, (2) tedarik zincirleri, (3) temiz enerji, karbonsuzlaştırma ve altyapı ve (4) vergi ve yolsuzlukla mücadele başlıklı 4 ana sütundan oluşmaktadır. IPEF ortaklarının dört sütunun tümüne katılması zorunlu olmamakta ve bunlar arasından seçim yapılabilmektedir.

Haziran 2022'de gerçekleştirilen 9. Amerika Ülkeleri Zirvesi'nde duyurulan 12 üyeli Amerika Ekonomik Refah Ortaklığı (APEP) girişimi ise IPEF ile benzer içerikli 1) bölgesel ekonomik kurumların yeniden canlandırılması ve yatırımın harekete geçirilmesi; 2) tedarik zincirlerinin daha dayanıklı hale getirilmesi; 3) ticaretin güncellenmesi; 4) temiz enerji istihdamı yaratmak ve karbondan arındırmayı ve biyolojik çeşitliliği ilerletmek; ve 5) sürdürülebilir ve kapsayıcı ticaretin sağlanması alanlarında yüksek standartlara dayalı anlaşmalar için bir çerçeve ortaya çıkarmıştır.

IPEF ve APEP'in yanı sıra ABD-Tayvan ve ABD-Kenya arasındaki anlaşmalar öne çıkmaktadır. 2023 yılında ABD-Tayvan 21. Yüzyıl Ticaret Girişimi kapsamında bir anlaşma imzalanmış ve söz konusu Anlaşma 10 Eylül 2024 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Gümrük prosedürleri ve ticaretin kolaylaştırılması, iyi düzenleyici uygulamalar, yolsuzlukla mücadele ile küçük ve orta ölçekli işletmeler gibi konularda imzalanan bu anlaşmanın ilerleyen yıllarda diğer ekonomik alanları kapsayacak şekilde genişletilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca, 2022'de başlatılan ABD-Kenya

Stratejik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı, Kenya ile ticaret ve yatırımı artırmayı, kapsayıcı ve sürdürülebilir ekonomik büyümeyi desteklemeyi amaçlamaktadır.

## 5. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI

II. Dünya Savaşı sonrasında ABD ticaret politikası, uluslararası ticaret ve yatırımların önündeki engellerin kaldırılması, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kuralları çerçevesinde şeffaf, ayrımcı olmayan, kural temelli bir sistemin geliştirilmesi, ticari ortakların ABD ile mevcut ticari taahhütlerini yerine getirmesinin sağlanması, haksız dış ticaret uygulamalarından etkilenen ABD işçilerinin ve firmalarının korunması hedefleriyle; rekabet edebilirliğin ve ekonomik büyümenin artırılması amacı çerçevesinde şekillendirilmektedir.

### 5.1. Dış Ticaret Mevzuatı (İhracat-İthalat Rejimi)

ABD dış ticaret politikasının beş temel işlevi bulunmaktadır. Bunlar;

- liberalizasyona yönelik ticari kuralların oluşturulması ve uygulanmasının sağlanması;
- ihracatın artırılması ve kontrolü;
- gümrük düzenlemeleri ve ithalat kaynaklı haksız rekabetin önlenmesi;
- gelişmiş ülkelerin ABD pazarına girişine imkân sağlayacak düzenlemelerin yapılması ile
- yatırımların teşviki ve korunmasıdır.

Bu işlevlerin yerine getirilmesi amacıyla;

- ABD, DTÖ çerçevesinde yürütülen çok taraflı ticaret müzakerelerinin önde gelen aktörlerinden biri olmaya devam etmektedir. Bununla beraber, Meksika ve Kanada ile Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA-1994/USMCA-2019), Orta Amerika Ülkeleri-Dominik Cumhuriyeti ile CAFTA-DR Serbest Ticaret Anlaşması yürürlüktedir. CAFTA, Kosta Rika, El Salvador, Guatemala, Honduras ve Nikaragua'yı kapsamaktadır. Diğer taraftan, ülkenin Avustralya, Bahreyn, Şili, Kolombiya, İsrail, Ürdün, Güney Kore, Fas, Umman, Panama, Peru ve Singapur ile Serbest Ticaret Anlaşması (STA) bulunmaktadır. ABD'nin taraf olduğu STA'lar hakkında detaylı bilgiye, ABD Ticaret Temsilciliği'nin <https://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 ülkelerde karşılaştıkları dış ticaret engellerini ortadan kaldırarak ABD ihracatının artırılabilmesi için elverişli bir ortam yaratılmasını sağlamaktadır.

- 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 korumacı politikalarıyla yerli üreticiyi uluslararası arenada desteklemektedir.

ABD’de ihracata yönelik devlet yardımları, federal ve yerel olmak üzere iki düzeyde yürütülmektedir. Federal düzeydeki yardımlar; [Ticaret Bakanlığı](#), [Uluslararası Ticaret İdaresi](#), [EXIM Bank](#), [Küçük İşletmeler İdaresi](#), [Tarım Bakanlığı](#), Denizaşırı Özel Yatırım Şirketi, [Ticaret ve Gelişme Ajansı](#) ve Dışişleri Bakanlığı tarafından, yerel olarak sağlanan teşvikler ise, eyaletlere bağlı kurumlar tarafından sağlanmaktadır.

İhracatla ilgili olarak alınacak kararlarda [Başkan’ın İhracat Konseyi](#) 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.

İhracat kontrolleri de özellikle Ukrayna-Rusya savaşı sonrasında büyük önem kazanmıştır. Bu kontrollere ilişkin düzenlemeler, ABD Ticaret Bakanlığı altında faaliyet gösteren Sanayi ve [Güvenlik Birimi](#) tarafından takip edilmekte, ABD’nin teknoloji alanındaki stratejik liderliğini devam ettirmesinin sağlanması çerçevesinde şekillendirilmektedir.

- Milli güvenliği tehdit edebilecek konularda gerekli önlemler alınmakta, zorla çalıştırılan işgücü kullanılarak yapılacak ithalata engeller getirilmekte ve ithalatta haksız rekabetin önlenmesini teminen ABD’nin ilgili mevzuatı çerçevesinde ABD Ticaret Bakanlığı [Uluslararası Ticaret İdaresi \(ITA\)](#) ve bağımsız bir kurum olan [Uluslararası Ticaret Komisyonu \(ITC\)](#) tarafından gerekli incelemeler yapılarak tedbir alınma yoluna gidilebilmektedir.

Gümrük uygulamaları kapsamında İçişleri Bakanlığı’na bağlı Amerika Gümrük ve Sınır Koruma İdaresi ABD’nin en önemli kurumlarından biridir.

- ABD’nin gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerden gerçekleştirilen ithalat için ABD pazarına gümrük vergisiz giriş imkânı sağlayan tek taraflı Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi (GTS) uygulaması bulunmaktadır. Söz konusu rejim kapsamında 119 ülkeye çeşitli ürünlerde gümrük muafiyeti uygulamaktadır.

<https://ustr.gov/issue-areas/trade-development/preference-programs/generalized-system-preference-gsp>

ABD tarafından, GTS’den faydalanıcı konumunun ABD Ticaret Temsilciliği tarafından gözden geçirilmesine ilişkin olarak 16 Ağustos 2018 tarihinde başlatılan süreç sonunda, 4 Mart 2019 tarihinde, ülkemizin, ekonomik gelişmişlik düzeyi dikkate alınarak GTS programından mezun edilmesine karar verilmiştir.

Öte yandan, GTS programının 31 Aralık 2020 tarihi itibarıyla süresi dolmuş olup, henüz yenilenmemiştir ve Kongre tarafında bekleyen mevzuat taslakları arasında yer almaktadır.

- ABD, yurt dışındaki yatırımların teşviki ve korunması amacıyla Türkiye dahil birçok ülkeyle, ikili yatırımı ve ticareti teşvik etmek amacıyla yatırım anlaşmaları yapmıştır. Bu anlaşmalar

genellikle ithalat ve ihracatı olumlu etkilemekle beraber “en çok tercih edilen” ülke 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.

## **5.2. İthalat için Gerekli Belgeler ve Ürün Güvenliği Denetimleri**

İthal edilen ve piyasada bulunan ürünlerin güvenliğinin sağlanması, tüketicinin ve ABD kamu sağlığının korunması açısından çok önemlidir. Bu süreç; düzenleyici önlemler, kontroller ve kurumlar arasında iş birliğini içermektedir. Söz konusu sürece dahil olan önemli kurum ve kuruluşlar aşağıda sıralanmaktadır.

### **a. Amerika Gümrük ve Sınır Koruma İdaresi (US Customs and Border Protection~CBP)**

İdare ABD İçişleri Bakanlığına bağlı olup, ABD sınırlarında gümrük kanun ve düzenlemelerinin uygulamasından sorumlu kuruluştur. İthal edilen ürünlerin ABD yasalarına ve düzenlemelerine uygunluğunun denetlenmesinde önemli bir rol oynar.

ABD gümrük otoritesi tarafından uygulanan fiziki kontroller; ürünlerin gümrükleme ve tabi olacağı gümrük vergisinin belirlenebilmesi, ürünlerin menşe işaretlemesine ihtiyaç duyup duymadığının belirlenmesi, ihtiyaç duyuluyorsa menşe işaretlemesinin doğru yapıp yapılmadığının tespiti, sevkiyatın yasaklı ürün içerip içermediğinin tespiti, faturada yer verilen miktar ile sevkiyatta bulunan ürünün miktarının uyumlu olup olmadığının tespiti, ürünlerin doğru faturalandırılıp faturalandırılmadığının tespiti amaçlarıyla gerçekleştirilir.

Tarım ve gıda ürünleri gibi hassas ürünlerin yanı sıra 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.

### **b. Tüketici Ürünleri Güvenliği Komisyonu (Consumer Product Safety Commission CPSC-EXIS)**

CPSC ABD’ye ithal edilenler de dahil olmak üzere tüketici ürünlerinin güvenliğini denetler. CPSC’nin İthalat Gözetim Dairesi (EXIS), ülkeye giriş noktalarında riskli sevkiyatların belirlenmesi ve denetlenmesi alanında CBP ile çok yakın çalışır.

### **c. Gıda ve İlaç İdaresi (Food and Drug Administration-FDA)**

FDA gıda, ilaçlar, medikal ürünler, kozmetik ürünleri ve benzer ürünlerin güvenliğine ilişkin düzenlemelerden sorumludur. Söz konusu ürünlerin güvenlik ve kalite standartlarına uygunluğunu denetler.

### **d. Çevre Koruma Ajansı (Environmental Protection Agency-EPA)**

EPA, çevreye ve sağlığa zararları olabilecek kimyasal ve benzeri ürünlerin ithalatına ilişkin gerekli düzenlemeleri yapar.

### **e. Tarım Bakanlığı (US Department of Agriculture-USDA)**

USDA bitkisel ve hayvansal ürünlerin ürünlerin güvenlik ve kalite standartlarına uygunluğunu denetler.

**f. Federal Ticaret Komisyonu (Federal Trade Commission-FTC)**

FTC tüketicinin korunmasına ve haksız ticari uygulamaların önlenmesine ilişkin yasaların uygulanmasından sorumludur.

ABD'ye ithalat aşamasında, ABD Gümrük ve Sınır Koruma İdaresi (CBP), malların yasal ve güvenli bir şekilde ABD'ye girişini sağlamak ve yasalara uyumu denetlemek amacıyla çeşitli belgeler sunulmasını talep etmektedir. Genelde ithalat sürecinde temel olarak ticari fatura, konşimento veya hava yolu taşıma belgesi, paket listesi (malların paketlenme şekli ve ambalaj içeriği hakkında detaylı bilgi), menşe şahadetnamesi (certificate of origin) ve giriş özet beyanı (Entry Summary Form - CBP Form 7501) belgelerinin sunulması gerekmektedir.

ABD'de ithal edilen ürünleri gümrükten 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 gümrük vergilerini ödenmesi ve malların gümrükten çıkarılması mümkündür.

2-Resmi Giriş (Formal Entry): İthal 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.

ABD'ye mal ithalatında gereken belgelerin karmaşıklığı nedeniyle, şirketlerin bir gümrük müşaviri ile çalışması, CBP tarafından da önerilmektedir. Özellikle gümrük belgelerinin hazırlanması ve sunulması gibi işlemler yalnızca lisanslı bir gümrük müşaviri tarafından yürütülebilmektedir. Lisanslı bir gümrük müşaviri ile çalışılması, ithalatçının işlemleri eksiksiz tamamlayarak gecikmeleri ve potansiyel cezaları önlemesine yardımcı olacaktır. Bu konuda daha fazla bilgiye <https://www.cbp.gov/sites/default/files/assets/documents/2020-Feb/ICP-Customs-Brokers-2005-Final.pdf> web uzantısından ulaşılabilecektir.

**5.3. Gümrük Giriş Beyannamesi, Gümrük Değeri ve Gümrük Vergileri**

Malların ABD'ye ulaşmasından önce ithalatçı taraf malın bütün gümrük vergilerini ödemelidir. ABD'nin Armonize Tarife Cetveli çerçevesinde ithal edilen bütün mallar gümrük vergili veya gümrük vergisiz giriş sınıflandırılmasına tabidir. Gümrük vergileri, ad valorem, spesifik veya ikisinin birleşimi şeklinde uygulanabilmektedir. Bu sınıflandırma için;

[https://www.usitc.gov/harmonized tariff information](https://www.usitc.gov/harmonized_tariff_information)

adresinden yararlanmak mümkündür.

Gümrük vergisi ayrıca menşe ülkesine 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 tabidir.

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. Serbest Ticaret Anlaşmaları ve Genel Tercihler Sistemi (GTS) çerçevesinde tanınan vergi istisnaları bu özel sütunda yer almaktadır. Tarife cetvelinin 99 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 ulaşılması mümkündür.

ABD'de ürünlerin yüzde 37'lik bir bölümüne vergisiz "duty free" olarak pazara giriş hakkı verilmekte, yüzde 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, genel vergi oranları düşüktür. Ancak, tütün ürünlerine yüzde 350, tekstil ve giyim ürünlerinde yüzde 34, tarım ürünlerinde yüzde 132 ve ayakkabılarda yüzde 56'ya varan oranlarda gümrük vergisi uygulanmaktadır.

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

#### **5.4. İç Vergiler ve Oranları**

ABD'de iç vergiler federal, eyalet ve yerel idareler düzeyinde toplanmaktadır. Bazı eyaletlerde eyalet vergisi yerine yerel vergiler tahsil edilebilmektedir. Eyalet ve yerel vergiler tüketim, gelir ve/veya satışlar üzerinden alınabilmektedir. 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, kâr payı, kira geliri, aylık ücret gibi ABD'de kazandıkları düzenli gelirlerden vergi vermekle yükümlüdürler. Bu vergilerin en fazla uygulandığı oran yüzde 35'tir. ABD'de ticari faaliyette bulunan yabancı uyruklular kar üzerinden vergiye tabidirler. Yabancı uyruklu şirketlere kar üzerinden uygulanan en yüksek vergi oranı yüzde 35, yerleşik olmayan bireyler için yüzde 39,6'dır. Şirketler ayrıca şubeleri için de vergiye tabi olabilirler. [Türkiye ve ABD arasında Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması](#) bulunmaktadır.

Bu konuda, Washington Ticaret Müşavirliği tarafından hazırlanan “ABD Vergi Sistemi” başlıklı raporda daha detaylı bilgiler mevcuttur.

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

## 5.5. Kalite Altyapısı ve Yetkili Kuruluşlar

ABD’de kalite altyapısının oluşturulması ve denetlenmesi alanında faaliyet gösteren çok sayıda kuruluş bulunmaktadır.

### a. Ulusal Standartlar ve Teknoloji Enstitüsü (NIST)

Ülkenin en eski bilim laboratuvarı olan NIST, teknolojik yenilikçilikte çok önemli olan ve ABD’de esasen sanayi tarafından oluşturulan ölçme standartlarının federal hükümetle iş birliği halinde tanımlanması, desteklenmesi ve geliştirilmesinde önemli bir rol oynar. Standartlar, farklı teknolojilerin bir sistem içinde bir arada çalışmasını sağlar. Bu durum da teknolojik gelişim için standartların önemini bir kez daha vurgulamaktadır. ABD Ticaret Bakanlığı altında faaliyet gösteren NIST, çok farklı sektörlerde standart oluşturan ajanslar arasında iş birliği ve koordinasyonun sağlanmasında kilit role sahip olup, standartların oluşturulması ile kalite yönetimi sistemlerinde rehberlik görevini üstlenmiştir.

### b. Amerikan Ulusal Standartlar Enstitüsü (ANSI)

ANSI, ABD’de standartların geliştirilmesini takip eden özel, kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur. Çok sayıda sektörü kapsayan söz konusu standartlar, ürün güvenliği ve kalitenin sağlanmasına yardımcı olur.

ABD’de standartlar sanayi ve kamu iş birliği içerisinde tesis edilmekte olup, gönüllü standartların oluşturulması ve uygulanması konusunda ANSI’nin yanısıra, Amerikan Test ve Materyal Topluluğu (American Society of Testing and Materials) ve United Laboratories (UL) gibi şirket ve sivil toplum örgütleri de yetkili kuruluşlardır. Bu bağlamda, ABD’de federal hükümetle özel sektör arasında önemli bir iş birliği söz konusudur.

Söz konusu kuruluşlardan 125 binden fazla şirket ve 3.5 milyondan fazla profesyonelden oluşan üyelik yapısı ile ANSI, ABD’nin Uluslararası Standardizasyon Teşkilatı’ndaki (International Organization for Standardization-ISO) resmi temsilcisi konumundadır.

ABD standardizasyon sistemi genel olarak gönüllülük esasına dayalı standartların daha çok kullanıldığı bir yapı arz etmektedir. Merkezi olmayan bir yapı arz etmekte ve ortaya çıkan talepler tarafından şekillendirilmektedir. Federal kuruluşlar tarafından oluşturulmuş zorunlu 44 bin standart ile 600 özel sektör kuruluşunun geliştirdiği 50 bine yakın gönüllü standart bulunmaktadır.

([www.standardsportal.org/usa\\_en/standards\\_system.aspx](http://www.standardsportal.org/usa_en/standards_system.aspx))

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.** Söz konusu farklılığın en önemli nedeni, ABD ölçü birimlerinin metrik sistemden farklı olması, 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 farklı ölçüm metotlarıdır.

**c. Tüketici Ürün Güvenliği Kurumu (CPSC)**

CPSC, tüketici ürünlerinin güvenliği alanında zorunlu standartların düzenlenmesi ve uygulanması; üreticiler ve iş çevreleri ile gönüllü standartların oluşturulması, tüketicilerin bilinçlendirilmesi, üreticilerin güvenli üretim süreçlerini benimsemesi ve dünyada geçerli düzenlemeler konusunda bilgilendirilmesi amaçlarıyla faaliyet gösteren bağımsız federal düzenleyici bir kuruluştur.

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. Test sonuçlarına dayanarak, üretici veya ithalatçı, ürününü yazılı veya elektronik sertifikada geçerli güvenlik gerekliliklerine uygun olarak piyasaya sunar. Sertifikaların, kapsadığı ürünlerin sevkiyatına eşlik etmesi gerekir. Sertifikanın bir kopyası perakendecilere, distribütörlere ve talep üzerine hükümete verilmelidir.

**d. Gıda ve İlaç İdaresi (FDA)**

FDA, özellikle eczacılık ürünleri, kimyasallar, medikal cihazlar, gıda ve kozmetik gibi alanlarda yaptığı düzenlemelerle kamu sağlığının korunmasından sorumludur.

**e. Tarım Bakanlığı (US Department of Agriculture-USDA)**

USDA, temel tarım ve gıda ürünlerinin gerekli güvenlik ve kalite standartlarını sağlamasına ilişkin önlemlerin alınmasını teminat altına alır ve gerekli denetimleri gerçekleştirir.

**f. Standartların Geliştirilmesi ve Gözetiminde Önemli Olan Birlik ve Dernekler**

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) (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);  
National Fire Protection Association (NFPA)

#### **g. Akreditasyon Kuruluşları**

Laboratuvarlar ve sertifikasyon merkezleri gibi uygunluk değerlendirme kuruluşlarını akredite eden çok sayıda akreditasyon kuruluşu bulunmakta olup söz konusu merkezlerin tarafsız ve yetkin olarak belirli standartlarda faaliyet göstermesini sağlar.

Standartların oluşturulması ve gözetimi sürecinde önemli bir kuruluş olan ANSI bünyesinde yer alan ANSI National Accreditation Board tarafından akredite edilen kuruluşlara; laboratuvar, ürün sertifikalandırma, uygunluk değerlendirme gibi kriterler ışığında ve ilgili standart özelinde <https://anab.ansi.org/> web adresinden ulaşılabilmektedir.

Diğer önemli akreditasyon kuruluşlarına ilişkin bilgiler ise [https://www.standardsportal.org/usa\\_en/resources/USaccreditation\\_bodies.aspx](https://www.standardsportal.org/usa_en/resources/USaccreditation_bodies.aspx) web adresinde yer almaktadır.

#### **h. Sektör Spesifik Düzenleyici Ajanslar**

Federal Aviation Administration, Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms, Environmental Protection Agency, National Highway Traffic Safety Administration, U.S. Coast Guard, Occupational Safety and Health Administration, U.S. Chemical Safety and Hazard Investigation Board, Federal Motor Carrier Safety Administration, U.S. Nuclear Regulatory Commission gibi sektör özelinde kurulmuş olan ve söz konusu sektörde faaliyet gösteren şirketleri denetleyen ajanslar bulunmaktadır.

### **5.6. 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 paletli kargo sistemi önerilmektedir. Bu yöntemde mallar paletlere 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 kullanıcıya 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 yüzde 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.

İthal edilen mallar ABD'de yeniden paketlenenlerse ithalatçı malları gümrükten çektikten 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 marka ürün üzerine konulur.

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 hiçbir ürünün üretildiği ülkeden başka bir ülkede veya ABD'de üretildiğine dair yanlış marka

konulamayacağını hükme bağlamıştır. Aynı Kanununun 43. bölümünde de, menşe ülke isminin bir bölümünün bilerek kapatılması, çıkartılması, değiştirilmesi gibi hususların hapis cezası gerektiren suç olarak değerlendirileceği hükmü bulunmaktadır.

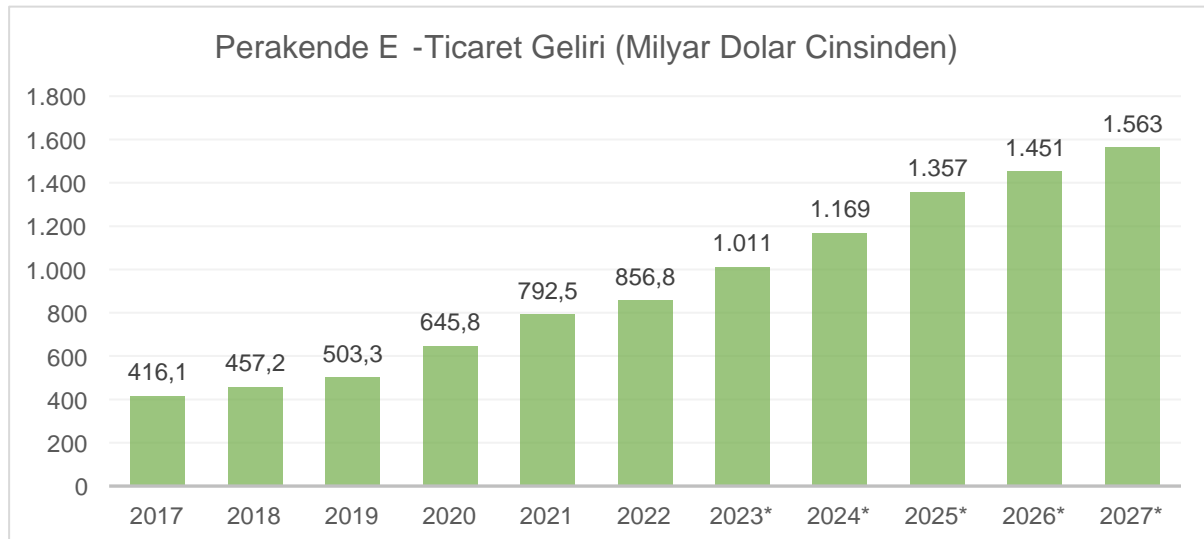
### 5.7. Geçici İthalat

Yabancı ürünlerin ABD'ye belirli bir süre için ithali ve belirlenen süre zarfında yeniden ihraç edilmesi mümkündür. Bu işlem, Geçici İthalat Bonusu (TIB) kapsamında ABD Gümrük ve Sınır Koruma İdaresi (CBP) tarafından yürütülmektedir. Geçici ithalat, özellikle fuarlar, sergiler, testler ve tanıtım amaçlı kısa süreli ürün girişleri için yaygın olarak kullanılmaktadır. TIB kapsamında ürünler, ABD'de en fazla bir yıl süreyle (belirli şartlar altında yenilenebilir) gümrük vergisi ödemedi kalabilmektedir. Ancak, bu ürünlerin ABD'de satılması mümkün değildir.

Geçici ithalat işleminde ithalatçılar, TIB başvurusu ve bono belgeleri gibi giriş belgelerini bir gümrük müşaviri aracılığıyla veya doğrudan CBP'nin ACE sistemi üzerinden sunmaktadırlar. Ürünlerin varışında, CBP beyannamesi (CBP Form 3461 veya CBP Form 7501) doldurularak ithalat amacı bildirilmelidir. İthalatçılar, ürünlerin belirtilen amaç doğrultusunda kullanıldığını ve zamanında yeniden ihraç edildiğini kanıtlayan kayıtları saklamakla yükümlüdürler. Detaylı bilgi için [https://www.help.cbp.gov/s/article/Article-1423?language=en\\_US](https://www.help.cbp.gov/s/article/Article-1423?language=en_US) web uzantısının incelenmesinde fayda görülmektedir.

Geçici ithalat kapsamında, uluslararası geçici ithalat belgesi olan ATA Karnesi (ATA Carnet) de kullanılabilir.

### 5.8. E-Ticaret



ABD'de perakende e-ticaret son yıllarda artış eğilimindedir. ABD'nin e-ticaret gelirindeki artışın sebepleri; dünyada internetin en yaygın olduğu ülke olması ve Amerikalıların dijital yatkınlıklarıdır. COVID-19 salgını da perakende e-ticaretin toptan perakende ticaret içerisindeki payının artmasına sebep olmuştur. Benzer şekilde e-ticarette Amazon, e-Bay gibi değerli, küresel şirketlere sahip olunması da e-ticaret gelirindeki yüksek artışlarda kritik rol oynamaktadır.

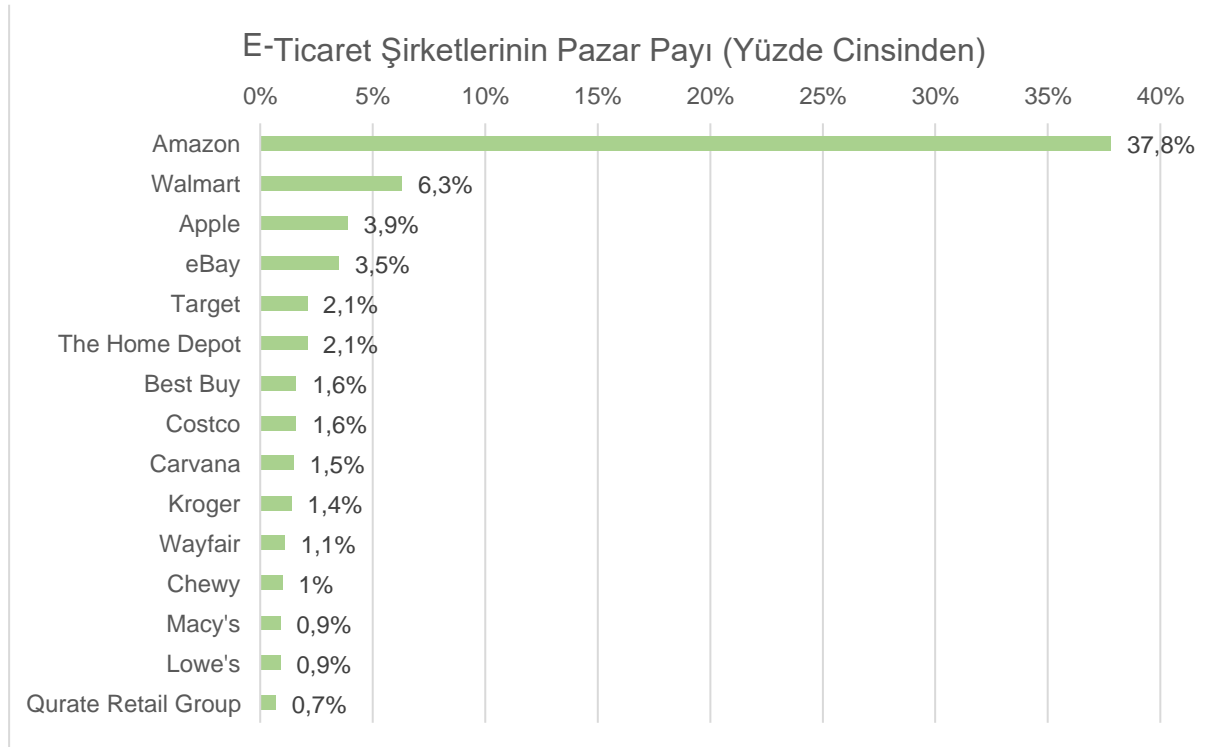
ABD'nin önde gelen e-ticaret pazaryerleri olarak, Amazon, e-Bay, Walmart, Wayfair, ETSY, Target, Home Depot, Best Buy, Apple ve Chewy sayılabilir.

Shopify pazaryeri tüm dünyada olduğu gibi ABD'de de yükselen bir değere sahiptir. Walmart ve Target gibi şirketler esasen fiziksel mağazacılık alanında faaliyet gösterse de son dönemde hızlı bir şekilde çevrim içi alışverişe de yönelmeye başlamışlardır.

Home Depot, Macys ise çok kanallara sahip diğer önemli zincir mağazalardır. Chewy ise kedi-köpek mamaları satışında önde gelen şirketler arasındadır. Bunun yanında, ETSY e-ticaret platformu (şirketi) el yapımı veya nostaljik ürünlere ve el işi malzemelerine odaklanmaktadır. Küçük firmalar için söz konusu platformlar, yüksek miktarlarda ürün stoku tutmaya gerek kalmadan büyük firmalar ile rekabete girebilme kolaylığı sağlamaktadır.

ABD'de e-ticarete en çok satılan ürün grupları hazır giyim, tekstil, ev tekstili, aksesuar, gıda, içecek, sağlık, kişisel bakım ve kozmetik ürünleri, hediyelik eşya, kitap, mobilya, tüketici elektroniği ve ofis araç gereçleridir.

Özellikle Noel dönemi, Kara Cuma (Black Friday), Siber Pazartesi (Cyber Monday) gibi özel gün ve haftalarda çevrim içi alışverişler önemli miktarda artış göstermektedir.



Tüm dünyada olduğu gibi Amazon, ABD'de de en hâkim e-ticaret sitesi konumunu korumaktadır. Öte yandan, fiziki mağazalarıyla bilinen Walmart'da e-ticaretin önemini fark ederek bu alanda yaptığı yatırımlara hız kazandırmaktadır.

1930 Tarife Yasası'nın 321(a)(2)(C) Bölümü, CBP'ye (U.S. Customs and Border Protection-Gümrük ve Sınır Koruma Ajansı), adil perakende değeri 800 ABD dolarından fazla olmayan nitelikli ithalatların gümrük vergilerinden ve vergilerden muafiyet sağlaması için yetki vermektedir. Bu muafiyet "de minimis" olarak bilinmektedir. Bu kapsamda, ABD'ye gönderilen 800 ABD dolarının altındaki e-ihracat gönderileri gümrük vergisinden muaf tutulmaktadır. Bu sınırı aşan ürünlerde ise yüzde 15'e ulaşan oranlarda gümrük vergisi uygulanmaktadır.

Siparişlerin doğrudan posta veya kurye ile gönderilmesi durumunda, gönderilerin gümrükten geçmesi gerekecektir. Bu noktada, ürünlerin nasıl gümrükten geçirilerek zamanında teslim edilebileceğine dair CBP tarafından yayımlanan e-ticaret uyumluluk kılavuzunun incelenmesi faydalı olacaktır. ABD'de katma değer vergisi bulunmamakta, benzer niteliklere sahip satış vergisi uygulanmaktadır. Satış vergileri eyalet bazında değişiklik gösterdiği gibi bazen yerel yönetimler bazında da değişebilmektedir. Genel olarak verginin oranı, gelişmesi öngörülen bölgelerde daha düşük tutulmaktadır. Uygulamada çoğu eyalet satılan malların üstüne yüzde 4,5 ila yüzde 9 arasında satış vergisi uygulanmaktadır.

ABD, milli posta hizmetleri kapsamında, e-ticaret firmalarına uzun yıllar düşük ücretlendirme politikası yürütmüştür. 2020 yılında özellikle Çin'den gelen gönderilere yönelik önlem almak amacıyla; UPU (Universal Postal Union-Dünya Posta Birliği) Anlaşması kapsamında ülkelere uyguladığı fiyat politikasından çıkarak, kendi fiyat listelerini (self-declaration) ilgili üyelere bildirmiştir.

ABD'de e-ticaret ekosisteminde yer alan firmalara sağlanan en önemli destek, kümelenme, serbestlik ve finansmana ulaşımıdır. E-ticaretten sorumlu kuruluşlar Ticaret Bakanlığı (Department of Commerce) altında faaliyet gösteren Federal Ticaret Komisyonu (Federal Commerce Commission), sınır ötesi ticaret özelinde ise Uluslararası Ticaret İdaresi (International Trade Administration)'dir. ABD'de e-ihracata yönelmek isteyenlere, Uluslararası Ticaret İdaresi tarafından kurulan ofisler aracılığıyla danışmanlık destekleri verilmektedir.

ABD'de üretilip ihraç edilen ürünler haricinde, ABD'den ihraç edilen ancak başka bir yerde üretilen malların iadesi söz konusu olduğunda; bu ürünler gümrüksüz işlem görebilmektedir. CBP, ABD'den ihraç edilen ve bilahare ABD'ye iade edilen ve değeri artırılmayan veya durumu iyileştirilmeyen yabancı menşeli malların, ihracattan sonraki üç yıl içinde iade edilmesi koşuluyla vergiden muaf tutulacağını açıklayan bir düzenleme de yayımlanmıştır. Dolayısıyla bir şirket, başka bir ülkeden bir ürün ithal etmiş ve daha sonra yurtdışındaki bir müşteriye satmışsa ve bu müşteri ürünü iade ederse, ABD'ye geri girişi gümrükten muafır. Bir ürünü iade etmek veya değiştirmek isteyebilecek tüketicilere yurt dışında mal satan perakendeciler için bu nokta önem arz etmektedir.

Son olarak, ABD'de; posta, çevrim içi veya telefon siparişleri için müşteriye teslimat süreleri düzenlenmiştir. Federal Ticaret Komisyonu 30 gün kuralı uyarınca, satıcının teslimat için reklamı yapılan süreyi veya böyle bir süre belirlenmemişse 30 gün olarak varsayılan süreyi karşılayamaması halinde, gecikme için müşterinin onayının alınması gerekmektedir.

Ülkede tercih edilen önemli dijital ödeme sistemlerinin başında Paypal, Amazon Pay, Google Pay, Apple Pay, Mastercard Paypass, Venmo, Visa Checkout, Zelle, Stripe, Square Cash, Master Pay ve Cash App gelmektedir. Tercih edilen hızlı kargo çözümleri ise United States Postal Service, United Parcel Services (UPS), FedEx, DHL, Shipbob, Sendle'dır. Aynı zamanda ülkede ShipBob, FreightPros, Simpl, ShipMonk, WhiteBox, Amazon tarafından sipariş dağıtım hizmetleri verilmektedir.

ABD'de ürünlerin etiketlenmesi sırasında izlenecek kurallara riayet edilmesi ciddi önem arz etmektedir. ABD pazarına girecek firmalarımızın bir veya daha fazla sayıda çevrim içi satış sitesi platformuna üyeliklerinin yanı sıra, gönderilen malların fiziki olarak depolanacağı, elleçleneceği, paketleneyeceği, malın müşteriden iade süreçlerinin yönetilebileceği, fiziki bir sipariş karşılama merkezi olarak adlandırılan sipariş karşılama hizmeti ve satıcının bu sisteme çevrim içi olarak entegre olabilmesi; satışların ve iade süreçlerinin hızlı ve güvenli bir şekilde gerçekleşmesine ilişkin kritik rol oynamaktadır.

ABD'de e-ticaret satışlarında iade oranları oldukça yüksek olup, oranlar yüzde 20 ila 30 arasında değişmektedir. Bu oranlar tatil harcamaları gibi dönemsel alışverişlere göre değişiklik göstermekte; hazır giyim sektörü iadelerde ilk sırada yer almaktadır. ABD'li tüketiciler, iade süreçlerinin ücretsiz ve hızlı şekilde tamamlanmasını beklemekte; bu nedenle e-ticarette başarıya yönelik reklamı yapılan iade politikalarının ve üçüncü taraf lojistik sağlayıcıların (third party logistics-3PL) bu talepleri karşılması da mühim bir noktadır. Söz konusu durumda, iade sonrası taşıma maliyetlerinin yüksekliği sebebiyle, yüksek sayıdaki iadelerin nasıl idare edileceğinin finansal olarak analizinin yapılması ve iade edilen ürünlerin sipariş karşılama hizmeti veren bir hizmet sağlayıcıda birleştirilerek toplu şekilde geri gönderilmesi seçeneğinin değerlendirilmesi faydalı olacaktır.

Lojistik, e-ihracatın en önemli başlıklarından biridir ve hızlı teslimata önem veren Amerikalı çevrim içi tüketiciler, hizmet aldıkları e-ihracat firmalarından yeniden sipariş verme eğilimindedir. Bu sebeple e-ihracat ve mikro ihracat uzmanı ekspres kargo firmaları ile çalışmak önemlidir. E-ticaret sitesinde ya da çevrim içi pazaryeri mağazasında teslimat bilgilendirmelerine ve sürelerine önem verilmeli, lojistik süreçler iyi takip edilmelidir.

Bunun yanında e-ticaretin lojistik ayağında öne çıkan söz konusu sipariş karşılama hizmetlerin alınabileceği Fulfillment Center'ların (Sipariş Karşılama Merkezleri) ülkede önemini giderek artırmaktadır. Söz konusu merkezler firmaların satışlarının artmasına paralel olarak teknolojik imkanların vasıtası ile operasyonel süreçleri hızlandıran ve kolaylaştıran bir yapı arz etmekte ve geleneksel depolara alternatif olarak, ürün satışından itibaren depolamanın yanı sıra envanter yönetimi, reklam tanıtım, müşteri memnuniyeti, ürün takipleri gibi alanlardaki diğer hizmetleri de içermekte ve hem şirketlere hem de bireylere hitap etmektedir.

Firmalarımız ürün gamlarına göre, ABD'de hizmet veren sipariş karşılama merkezlerini seçebilmektedir. Bu konuda, firmalarımızın anılan merkezlerle çalışmasında kriter olarak alabilecekleri konuların başında, ürünlerine göre sipariş karşılama merkezlerinin lokasyonu (örneğin mobilya firmasının emlak ücretlerinin görece daha düşük olduğu eyaletlere

yönelmesi gibi) ve daha önce hizmet verilen referans firmalara bakılarak seçilmesinin yararlı olabileceği değerlendirilmektedir.

Sipariş karşılama hizmeti alan ve/veya ülkede depo kuran ihracatçı firmaların ihtiyaç duyacakları şirket kurulumu, muhasebe konularında ortak hizmet alımına imkân sağlanmasının ABD pazarına girişte büyük fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

Amazon gibi pazaryerlerinde sipariş karşılama hizmetinin yanı sıra dijital tanıtım ve hesap yönetimi firmalarımız tarafından doğru planlanmalıdır. Bu konuda Amazon firmasının <https://satis.amazon.com.tr/isinizi-buyutun/amazon-global-satis/kuzey-amerikaya-acilin> sitesinin incelenmesi faydalı olacaktır.

Ayrıca, saat farkı ve müşteri hizmetlerindeki beklentiler de göz önünde bulundurularak, yerel olarak müşteri hizmetlerinin nasıl ve ne zaman sunulacağına planlanması da önemlidir.

Sınır ötesi e-ticaretteki başarının önünde önemli bir engel, müşterilerin yerel olarak bir temsilciyle muhatap olamamasıdır. ABD'li tüketicilerin dörtte biri doğrudan ve zamanında müşteri hizmeti sunulmasını talep etmektedir.

ABD'li tüketicilerin çevrim içi pazar platformlarında geçirdiği ortalama süre 1 ila 3 dakika iken aynı süre Çin'de ise 30 dakika olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte ABD'li tüketiciler halen Çinli tüketicilere nazaran 3,3 kat daha fazla süreyi alışveriş merkezlerinde geçirmektedir. Bu durum ABD'li tüketicilerin çevrim içi pazaryerlerinde hedef ürün odaklı davranışlarını göstermektedir. Bu anlamda, yerel tüketicilerin gecikmeli ancak salgının etkisi ile hızlanan bir ivme ile e-ticarete yöneldiği dikkate alındığında; firmalarımızın hem mevcut pazaryerlerine hem de fiziki mağazacılıktan çevrim içi ticarete yatırımlarını artıran çok kanallı satış ağını kullanan zincir mağazalara ağırlık vermeleri yerinde olacaktır.

Sınır ötesi alışveriş, ABD'nin kendi e-ticaret olanaklarının ölçüğü nedeniyle, diğer ülkelerdeki kadar yaygın değildir. [Statista verilerine](#) göre sınır ötesi e-ticaretin toplam içindeki payı 2023 yılı sonu itibarıyla yüzde 2,76 düzeyindedir. Oran olarak küçük gibi görünse de 1,2 trilyon ABD Dolarlık e-ticaret hacmi içerisinde yaklaşık 30 Milyar ABD dolarına tekabül etmektedir. Ülkede internet üzerinden alışveriş yapanların yüzde 33'ü yurt dışından alışveriş yapmaktadır.

Bununla birlikte, e-ticaret önemli bir pazar oluşturarak 2024 yılı sonu itibarıyla 1.222 milyar ABD doları düzeyine erişmesi beklenmektedir. ABD'li müşterilerin yurt dışından alışveriş yapma isteği artış eğilimindedir. Ocak 2020'de sınır ötesi e-ticaret satışlarındaki artış yüzde 1'den daha düşük iken Mayıs 2020'de, bir önceki yıla göre yüzde 42 artış göstermiştir.

Ayrıca, mevcut gümrük muafiyetleri de dikkate alındığında mikro işletmeler ile kadın ve genç girişimcilerimizin ETSY gibi platformlar vasıtasıyla ülkenin e-ticaret pazarında mikro-ihracat yöntemi ile satış yapabilecekleri değerlendirilmektedir.



## 6. ÜLKE ÖNEMLİ SEKTÖRLER

### 6.1. Tarım ve Hayvancılık

ABD’de tarım ve hayvancılık, 2023 yılı sonu itibarıyla yaklaşık GSYİH’nin yüzde 1’ini teşkil etmekle birlikte, küresel ölçekte karşılaştırıldığında önemli bir üretim potansiyeli söz konusudur. Bunun yanında tarım, gıda ve ilgili tüm (sanayi dahil) sektörler göz önünde bulundurulduğunda 2023 yılında ABD gayrisafi yurtiçi hasılasına (GSYH) yaklaşık 1,530 trilyon dolar katkıda bulunarak yüzde 5,6’lık bir paya ulaşmaktadır. 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 tarımsal ihraç ürünleri: mısır, soya fasulyesi, buğday, tütün, pamuk, sorgum, patates, pirinç ve yulaftır. ABD’li üreticiler dünya mısır ve soya üretiminin yaklaşık yüzde 40’ını gerçekleştirmektedir. Bu güçlü üretim altyapısı, yenilikçi gıda işleme sanayisi ve güçlü markaları sayesinde ABD, dünyanın en büyük gıda ihracatçısı olmuştur. 2023 yılında ABD’nin toplam tarım ürünleri ihracatı (1-24 fasıllar) 175 milyar ABD doları olurken, tarım ürünleri ithalatı 224 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

### 6.2. İmalat Sanayi

#### 6.2.1. Makina Sektörü (84 ve 85. Fasıllar)

2023 yılında toplam 3,2 trilyon ABD doları büyüklüğündeki ithalatın yüzde 29,8’lik bölümünü oluşturan 84 ve 85. fasıllar, ABD’nin ithalatında ilk iki sırada yer almaktadır. 923 milyar ABD doları olan makina grubu ithalatının yüzde 45,8’lik kısmını California (190 milyar ABD doları), Texas (149 milyar ABD doları) ve Illinois (86 milyar ABD doları) eyaletleri gerçekleştirmektedir. Türkiye’nin bu sektördeki ihracatı 2,5 milyar ABD doları seviyesindedir. 2023 yılı Trademap verilerine göre dünyada en fazla makine ihraç eden ülkeler arasında Çin (1,4 trilyon ABD doları), Almanya’dan (466 milyar ABD doları) sonra ABD 3. sırada gelmektedir. 2023 yılı verileri esas alındığında 84 ve 85. fasıllarda ABD, 434 milyar ABD doları ihracat ile dünya ihracatının yüzde 7,2’lik (Dünya: 6 trilyon ABD doları) kısmını gerçekleştirmektedir.

#### 6.2.2. Otomotiv Sektörü –Nakil Araçları (87. Fasil)

ABD’nin en yoğun ithalat gerçekleştirdiği üçüncü sektör konumunda otomotiv sektörü yer almaktadır. 2023 yılında 381 milyar ABD doları değerinde ithalat gerçekleştirilmiş olup, ABD’nin ithalatı yoğunlukla Kuzeydoğu ve Doğu bölgelerdeki eyaletlerde ve Güney’de Texas ile Batı’da California’da yayılmıştır (Michigan 75 milyar ABD doları, California 54 milyar ABD doları, Texas 38 milyar ABD doları). Türkiye’nin ABD’ye ihracatı aynı yıl için 1,1 milyar ABD doları (yüzde 0,3 pay) seviyesindedir. Araç ve motor yedek parçaları sektöründe ABD’nin ithalatı 145 milyar ABD doları olup, otomotiv endüstrisinin ABD’deki başkenti Michigan (35 milyar ABD doları) başta olmak üzere, Texas (19,9 milyar ABD doları) ve California (13,8 milyar ABD doları) dışında Ohio, Alabama, South Carolina ve Tennessee eyaletlerinin ithalat toplamı 33,9 milyar ABD doları seviyesindedir. Trademap verilerine göre, ABD dünyada en fazla otomotiv ihraç eden ülkeler arasında sırasıyla Almanya, Çin, Japonya ve Meksika’dan sonra 5.

sırada gelmektedir. 2023 yılı Trademap verileri (1,9 trilyon ABD doları) esas alındığında 153 milyar ABD Doları ile dünya ihracatının yaklaşık yüzde 8,1'lik kısmını gerçekleştirmektedir.

### **6.2.3. Demir-Çelik Ürünleri (72 ve 73. Fasıllar)**

Çelik sektörü özelinde, 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 kendi iç mevzuatının bir parçası olan "Section 232" kapsamında bir soruşturma başlatmıştır. 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 yüzde 25 (çelik) ek vergiye hükmedilmiştir. Öte yandan ilerleyen süreçte, kimi ülke/ülke gruplarına belirli tarife kotaları çerçevesinde kimi ülke/ülke gruplarına ise bütünüyle önlemlerden muafiyet getirilmiştir.

ABD'nin 2022 yılında 56 milyar ABD doları ithalat gerçekleştirdiği ve ülkemizin ihracatında önemli bir paya sahip olan "73. fasıl Demir ve Çelikten Eşya" sektöründe 2022 yılı ihracatımız bir önceki yıla göre yüzde 97 oranında artarak 755 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. İthalatın yoğun gerçekleştirildiği bölge Güney ABD olup, yalnızca Texas eyaletinin bu sektördeki ithalatı 15,2 milyar ABD dolarıdır. Texas eyaletini 6,8 milyar ABD doları ile California eyaleti izlemektedir. Öte yandan, 2020 yılı ile karşılaştırıldığında, Section 232 vergilerine rağmen ABD'nin ülkemizden 72. fasıl ithalatında 2021 yılında önemli artışlar yaşanmış ve bu ithalat 2022 yılında da devam etmiştir. ABD'nin 72. fasılda ülkemizden gerçekleştirdiği ithalat 2021 yılında bir önceki yıla göre yüzde 244 oranında artarak 771 milyon ABD dolarına ulaşmış, 2022 yılında ise 794 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Bu artışta en önemli paya sahip ilk üç eyalet sırasıyla Texas, Florida ve Illinois olmuştur.

### **6.2.4. Hava Araçları ve Parçaları (88. Fasıllar)**

ABD'nin 2022 yılında toplamda 27 milyar ABD doları ithalat gerçekleştirdiği "Hava araçları ve parçaları" sektöründe ülkemizden ithalatı yüzde 18,5 oranında azalarak 218 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. 2022 yılında dünyadan en yoğun ithalat, Texas (3,4 milyar ABD doları), Georgia (2,9 milyar ABD doları) ve Illinois (2,8 milyar ABD doları) eyaletlerinden gerçekleşmiştir. 2014 yılından bu yana yıllık 250 ila 290 milyon ABD doları arasında gerçekleşen ihracatımızın, 2019 yılında ulaşmış olduğu 400 milyon ABD doları seviyesinden yeniden eski düzeylerine gerilediği görülmüştür. Bahse konu sektörde Türkiye'nin özellikle yedek parça ve ekipmanlar konusunda rekabetçi bir politika izleyebileceği değerlendirilmektedir. Neredeyse tamamı 8807 No.'lu pozisyon üzerinden gerçekleşen ihracatımızda ABD'nin ithalatı 13,3 milyar ABD doları seviyesindedir ve ihracatımız Texas (63 milyon dolar), Connecticut (50 milyon dolar), Kansas (49 milyon dolar), D.C. (21 milyon dolar) ve Illinois (13 milyon dolar) bölgesindeki yerleşik firmalara yapılmaktadır.

### **6.2.5. Mobilya Sektörü (94. Fasıllar)**

2022 yılında ABD, mobilya sektöründe 77 milyar ABD doları ithalat gerçekleştirmiş olup, Türkiye'nin ihracatı 294 milyon ABD doları olarak kaydedilmiştir. Mobilya sektöründe başlıca

eyaletler California (16,2 milyar ABD doları), Texas (8,2 milyar ABD doları) ve Georgia'dır (6,5 milyar ABD doları). Bununla beraber New York ve New Jersey bölgesi de yaklaşık 7,5 milyar ABD Dolarlık ithalat yapmaktadır. Ülkemizin mobilya sektöründe en fazla ihracat yaptığı eyaletler ise New Jersey (55 milyon ABD doları), New York (47 milyon ABD doları) ve Florida (28 milyon ABD doları) olmuştur. Sektörün en büyük ithalat kalemlerini, toplamda 23,3 milyar ABD doları değerindeki ağaç (GTİP 940360, 940350, 940340) ve metalden (GTİP 940320) oturmaya mahsus mobilyalar, 9,6 milyar ABD doları değerindeki oturmaya mahsus mobilyaların aksam ve parçaları (GTİP 940199) ile 7,8 milyar ABD doları değerindeki ahşap iskeletli oturmaya mahsus diğer mobilyalar (GTİP 940161) ithalatı oluşturmaktadır.

#### **6.2.6. Hazır Giyim Sektörü (61 ve 62. Fasıllar)**

ABD'de 2022 yılında Örmeye Giyim (58 milyar ABD doları) ve Örülmemiş Giyim Eşya ve Aksesuarı (42,5 milyar ABD doları) sektörleri toplamda 100 milyar ABD doları ithalat gerçekleştirmiş olup, Türkiye'nin ihracatı 1 milyar ABD doları (GTİP 61- 481 milyon ABD doları, GTİP 62-560 milyon ABD doları) olarak kaydedilmiştir. İlgili sektörlerde örme giyim ürünleri (GTİP 61) grubunda başlıca eyaletler California (12 milyar ABD doları), New York (7 milyar ABD doları) ve North Carolina'dır (4,8 milyar ABD doları). Bununla beraber Georgia (4 milyar ABD doları) ve New Jersey (3,2 milyar ABD doları) eyaletleri de kayda değer oranlarda ithalat yapmaktadır. Ülkemizin örme giyim eşyaları sektöründe en fazla ihracat yaptığı eyaletler ise New York (95 milyon ABD doları), New Jersey (58 milyon ABD doları) ve California (52 milyon ABD doları) olmuştur. ABD'nin genel ithalatında sektörün en büyük kalemlerini oluşturan 6110, 6109 ve 6104 GTİP'li ürün grupları ile ihracatımız benzer bir sıralamadır. Bununla beraber 6103, 6107 ve 6108 ürün gruplarında ABD'nin yaklaşık 9,7 milyar ABD doları ithalatına karşın ülkemiz 44 milyon ABD doları ihracat gerçekleştirmektedir.

Örülmemiş giyim eşyası ürün (GTİP 62) grubunda başlıca eyaletler California (8,2 milyar ABD doları), New York (6,4 milyar ABD doları) ve New Jersey'dir (3,1 milyar ABD doları). Bununla beraber Georgia (2,8 milyar ABD doları), Texas (2,6 milyar ABD doları), Ohio (2,3 milyar ABD doları) ve North Carolina (1,9 milyar ABD doları) eyaletleri kayda değer oranlarda ithalat yapmaktadır. Ülkemizin örülmemiş giyim eşyaları sektöründe en fazla ihracat yaptığı eyaletler ise California (146 milyon ABD doları), New York (123 milyon ABD doları), Georgia (58 milyon ABD doları) ve New Jersey (56 milyon ABD doları) olmuştur. İthalatta sektörün en büyük kalemlerini oluşturan GTİP 6204 (11,6 milyar ABD doları) ve 6203 (9,9 milyar ABD doları) ürün gruplarında ihracatımız sırasıyla 272 milyon ABD doları ve 113 milyon ABD doları ile benzer bir sıralamadır. Bununla beraber 6212, 6201, 6210 ve 6202 ürün gruplarında ABD'nin yaklaşık 10,5 milyar ABD doları ithalatı bulunmasına karşın ülkemizin ihracatı 42 milyon ABD dolarıdır.

#### **6.2.7. Tekstil Ürünleri Sektörü (63. Fasıllar)**

ABD 2022 yılında, 63. fasılda (Dokumaya Elverişli Maddelerden Eşya) 19,1 milyar ABD doları ithalat gerçekleştirmiş olup, Türkiye'nin ihracatı 338 milyon ABD dolarıdır. İlgili sektörde başlıca eyaletler California (4 milyar ABD doları), Texas (1,8 milyar ABD doları) ve Georgia'dır (1,6 milyar ABD doları). Bununla beraber New York (1,4 milyar ABD doları) ve New Jersey (1,2 milyar ABD doları) eyaletleri kayda değer oranlarda ithalat yapmaktadır. Ülkemizin sektörde

en fazla ihracat yaptığı eyaletler ise New Jersey (64 milyon ABD doları), New York (47 milyon ABD doları), Wisconsin (27 milyon ABD doları), California (24 milyon ABD doları) ve Georgia (18 milyon ABD doları) olmuştur. İthalatta en büyük kalemleri oluşturan GTİP 6302 Yatak Çarşafı, Mutfak ve Tuvalet Bezleri (6,5 milyar ABD doları), GTİP 6307 Diğer Eşya (Yer Bezleri, Cankurtaran Yelekleri ve Diğer Hazır, 6,4 milyar ABD doları) ve 6301 Battaniyeler (1,8 milyar ABD doları) ürün gruplarına karşın ihracatımızda en önemli kalem 267 milyon ABD doları ile Yatak Çarşafı, Mutfak ve Tuvalet Bezleridir (GTİP 6302).

#### **6.2.8. Plastik ve Mamulleri Sektörü (39. Fası)**

ABD'nin 82,4 milyar ABD doları ithalat gerçekleştirdiği ve ülkemizin küresel düzeyde pazarda bilinirliği mevcut "39. fasıl Plastik ve Mamulleri" sektöründe 2022 yılı ihracatımız 499 milyon ABD doları olup, ihracatımız 2017-2022 yılları arasında yaklaşık 4,1 katı seviyesine ulaşmıştır. İlgili sektörde ABD'nin 2022 yılı ithalatı incelendiğinde "3926 GTİP Plastikten diğer eşya" alt sektörünün 14,7 milyar ABD doları ile yüzde 18'lik paya sahip olduğu görülmektedir. Bahse konu gruptaki ihracatımız 39 milyon ABD doları seviyesindedir. Diğer başlıca ürün grupları olarak GTİP 3923 Plastikten sofraya eşyası, mutfak eşyası, diğer ev eşyasında ve GTİP 3924 Plastikten sofraya eşyasında ABD'nin ithalatı sırasıyla 10 ve 8,3 milyar ABD doları iken ülkemiz ihracatı sırasıyla 84 ve 41 milyon ABD doları seviyesindedir. Sektörde en güçlü olduğumuz 3921.90 GTİP kodunu haiz plastiklerden diğer plakalar, levhalar, yapraklar, filmler, folyeler ve şeritler ürün grubunda 58 milyon ABD doları ihracatımız bulunmakta olup, ABD'nin bu ürün grubunda ithalatı ise 1,6 milyar ABD doları düzeyindedir.

#### **6.2.9. Alüminyum ve Alüminyumdan Eşyalar (76. Fası)**

2022 yılında ABD'nin 35,1 milyar ABD doları ithalat gerçekleştirdiği sektörde ihracatımız 2017 yılındaki seviyesinin yaklaşık 8 katı düzeyine ulaşarak 589 milyon ABD doları olmuştur. İlgili sektörde ABD'nin ithalatının yüzde 43'ünü (15 milyar ABD doları) 7601 GTİP'li işlenmemiş alüminyum oluştururken, bu ürün grubunu yüzde 15'lik pay (5,2 milyar ABD doları) ile 7606 GTİP'li alüminyum saclar, levhalar, şeritler, yüzde 7'lik pay (2,6 milyar ABD doları) ile 7616 GTİP'li alüminyumdan diğer eşya ve yine yüzde 7'lik pay (2,6 milyar ABD doları) ile 7610 GTİP'li alüminyum inşaat ve inşaat aksamı oluşturmaktadır. En fazla ihracatımızın 760711 GTİP kodlu alüminyumdan yapraklar ve şeritler üzerinden gerçekleştiği (106 milyon ABD doları) ve Illinois (43 milyon ABD doları) ile Georgia (34 milyon ABD doları) eyaletlerinin ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Sektör geneline bakıldığında ABD'nin genel ithalatında başlıca eyaletler Texas, New York ve California iken ülkemiz için Georgia, Illinois, Florida ve Indiana eyaletlerinin ön sıralarda geldiği görülmektedir.

#### **6.2.10. Taş, Alçı, Çimento, Amyant, Mika veya Benzeri Maddelerden Eşya (68. Fası)**

ABD'nin 2022 yılında toplamda 10 milyar ABD doları ithalat gerçekleştirdiği ve Türkiye'nin bu ülkeye ihracatında 2020 yılı haricinde düzenli olarak artış olan sektörde ABD, Türkiye'den 593 milyon ABD doları ithalat gerçekleştirmiştir. İhracatımız 680291 GTİP kod numarasını haiz "mermer, traverten ve su mermeri" ürün grubunda yoğunlaşmaktadır (347 milyon ABD doları).

Bununla beraber GTİP 6810 çimentodan, betondan veya suni taştan eşya (takviye edilmiş, olsun olmasın) ürün grubunda 2,9 milyar ABD Dolarlık ABD ithalatında ülkemiz 78 milyon dolar ihracat gerçekleştirmektedir. 6801 GTİP’li tabii taşlardan kaldırım taşları ve kaldırım kenar taşları ile döşeme taşlarında ABD ithalatının (134 milyon ABD doları) yüzde 71’i ülkemizden gerçekleştirilmektedir (96 milyon ABD doları).

### **6.3. Doğal Kaynaklar ve Madencilik**

Madencilik sektörü ABD’nin tarihsel olarak en önemli sektörlerinden birisi olup, hem iç talep hem de ihracat açısından önemli bir sektördür. Emtia fiyatlarındaki değişimlere bağlı ve son derece küresel olan bu sektörde COVID-19 salgını nedeniyle ABD tarihinde görülmemiş gelir kayıpları yaşanmıştır. 2018-2023 yılları arasında madencilik sektörü gelirlerinin yıllık ortalama yüzde 3,9 oranında arttığı ve 2023 yılında 944,1 milyar ABD doları seviyesine ulaşacağı tahmin edilmektedir. 2022 yılında sektörde faaliyet gösteren 117.994 işletme bulunmakta olup istihdam edilen kişi sayısı 844 bin olmuştur. Sektörün yaklaşık yüzde 87’sini gaz ve petrol çıkarma ve bununla ilgili saha hizmetleri, yüzde 4,7’sini metal dışı mineral madenciliği, yüzde 3,8’ini metal mineral madenciliği ve yüzde 3,1’ini kömür madenciliği oluşturmaktadır. Madencilik sektöründe başlıca aktörler Exxon Mobil, ConocoPhillips Co, BP, Halliburton, Vulcan ve FreeportMcmoran’dur.

ABD’de daha ucuz ve çevreye duyarlı enerji alternatiflerinin kullanımına doğru yönelme eğilimi ve azalan üretim ile kömür madenciliği geçtiğimiz beş yılda herhangi bir gelişim gösterememiştir. Söz konusu dönemde termal kömüre olan talep azalırken, demir-çelik üretiminde kullanılan metalürjik kömüre olan talep güçlü kalmıştır. Yine son beş yıla bakıldığında, inşaat sektöründeki büyüme ile doğru orantılı olarak metal dışı mineral madenciliği önemli ölçüde büyümüştür. Granit, kireç taşı, volkanik siyah taş (trap rock), talk, kil, kum ve çakıl üretimi ve gelirleri artış göstermiştir.

ABD Ekonomik Analiz Bürosu’nun verilerine göre, ABD’nin 2022 yılında petrol ve doğal gaz ürünleri ihracatı 210 milyar ABD doları, mineral ve cevher ihracatı ise 28 milyar ABD dolarıdır. 2022 yılında petrol ve doğal gaz ithalatı ise 209 milyar ABD doları ve mineral ve cevher ithalatı 7 milyar ABD dolarıdır.

2022 yılı itibarıyla ülkemiz madencilik ürünleri toplam ihracatının yaklaşık yüzde 80’ini oluşturan ilk 15 üründe (TİM madencilik sektörü sınıflandırmasına göre 6’lı GTİP’ler) ABD’nin ithalatı, 3,4 milyar ABD doları, Türkiye’den ithalatı ise 474 milyon ABD dolarıdır. Bu ithalatın yüzde 39,5’ini mermer, traverten ve su mermeri (1,3 milyar ABD doları), yüzde 37,7’sini ferro alyajlar (1,3 milyar ABD doları), yüzde 15’ini bitümenli kömür (512 milyon ABD doları) ve yüzde 3,6’sını 2601 bakır cevheri (123 milyon ABD doları) oluşturmaktadır. Söz konusu 15 ürünün dünyadan ithalatında ilk üç sırada yer alan eyaletler: yüzde 14 pay ile Ohio (463 milyon ABD doları), yüzde 10 pay ile Alabama (337 milyon ABD doları) ve yüzde 9 pay ile Louisiana (311 milyon ABD doları) olurken, Türkiye’den ithalatında ilk üç sırada Florida (yüzde 24 pay), Maryland (yüzde 21 pay) ve Texas (yüzde 14 pay) eyaletleri yer almıştır.

#### 6.4. Enerji ve Gaz

Enerji üretimi, ABD'deki güçlü ham petrol ve doğal gaz üretiminin etkisiyle 2022 ve öncesindeki beş yıllık süreçte istikrarlı bir şekilde artmıştır. Kaya petrolü patlaması nedeniyle ham petrol üretimi ani bir yükselme yaşamıştır. ABD Enerji Bilgi İdaresi'ne göre ham petrol enerji üretimi 2018 ve 2019 yıllarında sırasıyla yıllık yüzde 14,7 ve yüzde 14,2 artmıştır. Doğal gaz ise söz konusu dönemde ihracatın istikrarlı bir şekilde artmasıyla giderek daha popüler bir enerji kaynağı haline gelmiştir. Yenilenebilir enerji üretimindeki büyüme, enerji üretiminde de genel bir artışa neden olmuştur. Buna karşılık, kömür ve nükleer enerji, artan çevresel kaygılar ve hükümet düzenlemelerinin neden olduğu istikrarlı bir daralma yaşamıştır. Kömür üretimi 2018'de yüzde 1,3, 2019 ve 2020'de ise yüzde 13,5 azalmıştır. 2020'de COVID-19 salgını ABD enerji üretiminde yavaşlamaya neden olmuştur. Üretimin az düzeyde artmasına rağmen, 2020 yılında görülen düşük ekonomik aktivite, enerji talebini azaltmıştır. 2021 yılında ekonomik aktivite yeniden büyüme eğilimine dönmüştür. Genel olarak, ABD enerji üretimi son beş yılda yıllık bazda yüzde 1,8 artmıştır.

#### 6.5. İnşaat Sektörü

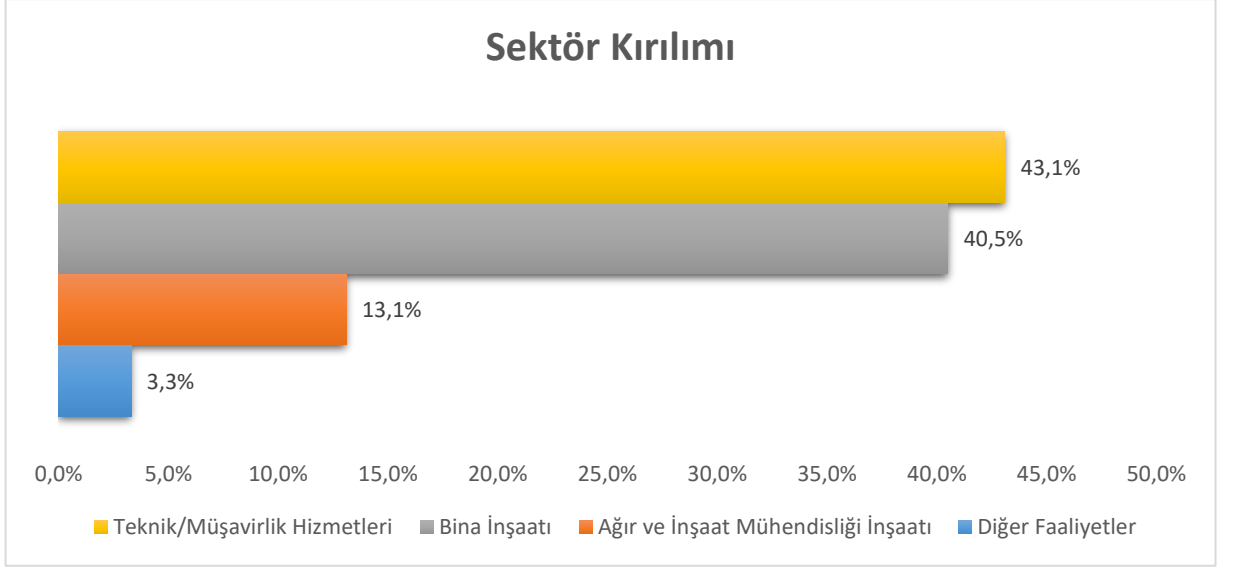
Müteahhitlik sektörü ABD'de, ekonomiye en çok katkı sağlayan sektörlerin başında gelmektedir. Bahse konu sektörden sağlanan gelirler 2024 yılı itibariyle 2,7 trilyon dolara ulaşmıştır. ABD GSYİH'nın yaklaşık yüzde 4,5'ini oluşturan sektörde 2019-2024 yılları arasında yıllık ortalama yüzde 1,6'lık bir büyüme yaşanırken, 2024 yılını takip eden beş yıllık dönemde yüzde 2,11 oranında bir büyüme beklenmektedir. Müteahhitlik sektörü yaklaşık 8,3 milyon kişiye (inşaat, ağır sanayi inşaatı ve ticari müşavirlik) istihdam sağlamaktadır.<sup>1</sup>

ABD İstatistik Bürosu verilerine göre 2024 yılı Ocak-Temmuz döneminde inşaat sektörü harcamalarının büyüklüğü 2023 yılının aynı dönemine göre yüzde 8,8 oranında artarak 1,238 trilyon dolar olurken, 2024 yılı Temmuz ayı itibariyle yıllıklandırılmış bazda harcamalar 2,163 trilyon dolara yükselmiştir. Harcamaların 1,68 trilyon doları özel sektör, 484 milyar ABD Doları kamu tarafından gerçekleştirilmiştir. Özel sektör ve kamu harcamalarında; konut projeleri 953 milyar ABD Doları ve konut dışı inşaatlar 1,2 trilyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Konut dışı müteahhitlik harcamalarında başlıca alanlar; imalat sanayi (237 milyar ABD Doları), enerji (143,3 milyar ABD Doları) ile otoban ve yol (142 milyar ABD Doları) yapımları olmuştur.<sup>2</sup>

2024 yılında bina inşaatları, sektörde elde edilen gelirin yüzde 40,5'ini oluştururken, teknik müşavirlik hizmetleri yüzde 43,1, ağır mühendislik işleri ise yüzde 13,1'lik bir pay almıştır.

<sup>1</sup> <https://www.bls.gov/iag/tgs/iag23.htm>

<sup>2</sup> <https://www.census.gov/construction/c30/current/index.html#:~:text=Total%20Construction,2023%20estimate%20of%20%242%2C023.0%20billion.>



*Kaynak: Ibisworld, Construction in the US*

ABD’de inşaat sektörü 2024'e kadar geçen beş yıl içinde, son dönemlerdeki yüksek faiz oranlarının önceki yıllardaki sektör kazançlarını tamamen ortadan kaldıramamış olması sebebiyle büyüme göstermiştir. Makroekonomik koşullarla yakından ilişkili olan inşaat sektörü 2022 öncesinde, sektör düşük faiz oranlarından faydalanmış ve hem konut hem de ticari tüketiciler için elverişli bir borçlanma ortamı oluşmuştur. Ancak faiz oranlarındaki artış, sektör büyümesini yavaşlatmıştır.

Sektör gelirleri, yıllık ortalama yüzde 1,6 artışla 2024 yılında 3,33 trilyon dolara ulaşmıştır. 2024 yılında sektörün yüzde 0,6 büyüyeceği tahmin edilirken, bu yıl en az bir faiz indirimi beklenmektedir. Faiz oranlarının yükselmesine rağmen, yükleniciler tedarik zinciri sorunlarının hafiflemesinden faydalanmış ve inşaat malzemeleri ile bileşenlerinin fiyat enflasyonu, 2022'nin büyük kısmında yavaşlamış, 2023'ün başından itibaren de nispeten düşük ve istikrarlı kalmıştır. Bu daha öngörülebilir iş ortamı ve maliyetler, sektörün genel kâr marjı üzerinde olumlu bir etki yaratırken, sektörün kronik iş gücü sıkıntısı işçi maliyetlerini artırmış ve sektör gelirlerinin durağan seyretmesine sebep olmuştur.

Faiz oranlarının düşmesi, hükümetin altyapı harcamalarının önümüzdeki yıllarda istikrarlı kalması, tedarik zinciri sorunları ve yüksek enflasyonun etkilerinin azalmasıyla birlikte önümüzdeki yıllarda inşaat sektörünün büyümesi beklenmektedir. Sektördeki birçok büyük endüstrinin, son beş yılda düşük inşaat hacimlerinin ardından daha hızlı büyümesi öngörülmekte; sektör büyümesinin 2021 Altyapı Yatırım ve İstihdam Kanunu'nun da yardımıyla öncelikle ticari ve altyapı inşaatında görülen iyileştirmeler tarafından desteklenmesi beklenmektedir. 2022 yılı Enflasyon Azaltma Kanunu, ülkenin sera gazı emisyonlarını azaltmaya yönelik inşaat projelerine finansman sağlayacak, 2022 yılı Çip ve Bilim Kanunu ise yerli üretim yarı-iletkenlere finansman sağlama yoluyla önümüzdeki yıllarda inşaat sektörüne fayda sağlayacaktır. Uzun süredir devam eden federal, eyalet ve yerel konut yardım programları, inşaat sektörü için istikrarlı bir gelir kaynağı olmaya devam edecektir. Diğer

yandan, konut inşaatının önceki dönemin rekor düşük seviyelerinin üzerinde olan faiz oranları nedeniyle sınırlanmaya devam etmesi beklenmekte, inşaat hizmetlerine olan talebin güçlenmesiyle birlikte sektör gelirlerinin önümüzdeki 2029 yılına kadar yıllık ortalama yüzde 2,1'lik bir büyüme ile 3,7 trilyon dolara yükselmesi öngörülmektedir.

Uzun vadeli demografik eğilimler açısından bakıldığında ise Ulusal Emlakçılar Birliği (NAR) tarafından hazırlanan bir rapora göre demografik olarak ev sahibi olanlarda milenyum kuşağı 2023'te en büyük (en çok artan) paya sahiptir. Milenyum kuşağı ABD'deki en büyük iş gücünü oluşturduğu için konut talebi önümüzdeki yıllarda konut inşaatında büyümeye yol açacaktır. ABD'deki ikinci en büyük kuşak olan 1960'larda doğanlar emekli olmaya, taşınmaya ve huzurelerine yerleşmeye başladıkça, ortaya çıkacak konut alanının konut yatırımlarını ve dolayısıyla inşaat faaliyetlerini teşvik etmesi beklenmektedir.

### **6.5.1. Konut İnşaat Pazarı**

2024 yılı 2. Çeyrek Kuzey Amerika Mühendislik ve İnşaat Sektörü Görünümü raporuna göre; müstakil (single-family residential) yeni ev satışları 2024'ün başlarında artış trendi göstermiştir. Yüksek faiz oranları ve enflasyon, ilk kez ev alan birçok alıcı ve çoğu kurumsal yatırımcıyı olumsuz etkilemiştir. Müteahhitler, satış hacimlerinin korunması amacıyla teşvikler, fiyat indirimleri vb. enstrümanlar kullanarak kar marjlarından feragat etmeye devam etmiştir. Fiyat dengesizliği nedeniyle arazi alımları durmuştur. 2024'te faiz indirimlerinin başlaması durumunda, fiyatlamayı dengelemeye yardımcı olacağı, ancak piyasa dinamiklerinin arz koşullarına bağlı olmaya devam edeceği öngörülmektedir. İnşaata yeni başlanan evler ve inşaat izni verilen evlerin azalması ile birlikte, ana girdilere ulaşmada yaşanan sıkıntıların hafiflemesi ve fiyatların düşmesi beklenmektedir.<sup>3</sup>

### **6.5.2. Konut Dışı İnşaat Pazarı**

IBISWorld verilerine göre, Haziran 2024'te ABD'de özel konut dışı inşaatın değeri yüzde 1,6'lık bir düşüş ile 596 milyar ABD doları olmuştur. Bu değer ofis binaları, fabrikalar, okullar, hastaneler, enerji santralleri, iletişim hatları, maden kuyuları, çiftlikler ve demiryollarına yapılan yatırımları içermektedir. ABD Nüfus Sayım İdaresi tarafından açıklanan verilerde ise, Haziran 2024'te konut dışı inşaatın mevsimsel olarak düzeltilmiş yıllık 736,6 milyar ABD doları oranında olduğu belirtilmiştir. Bu, revize edilmiş Mayıs tahmini olan 737,7 milyar ABD doları yüzde 0,1 altındadır. Sektörün, 2023-2028 yılları arasındaki dönemde bileşik büyüme oranının yüzde 2,88 olması beklenmektedir. COVID-19 salgını sonrasında evden çalışma yaygınlaştıkça ofis alanına olan talebin azalması ve konut dışı inşaata yapılan yatırımın azalması özel konut dışı inşaatı olumsuz etkilemiştir.<sup>4</sup>

Konut dışı inşaat sektörünün geçtiğimiz 6 yıllık sürecine baktığımızda; 2017 yılında konut dışı harcamaların önceki dönemlere göre toparlanmaya başladığı görülmektedir. Harcamalar, emtia fiyatlarına yönelik daha sağlam bir görünüm ve düşük fiyatlardan yararlanmak için yeni teknoloji yatırımları ile desteklenmiştir. Konut dışı yatırımlar 2018'de artmaya devam ederken,

<sup>3</sup> [https://fmicorp.com/uploads/media/Q2\\_Outlook\\_2023\\_final.pdf](https://fmicorp.com/uploads/media/Q2_Outlook_2023_final.pdf)

<sup>4</sup> <https://www.ibisworld.com/us/bed/value-of-private-nonresidential-construction/84/>



yavaşlayan küresel büyüme, para politikasına ilişkin endişeler ve Çin gibi ülkelerle yaşanan jeopolitik gerilimlerin yatırımları olumsuz etkilemesi nedeniyle yatırım büyümesi 2019'da düşmüştür. Bununla birlikte, faiz oranlarının neredeyse sıfıra yaklaşmasına rağmen, küresel mal talebinin azalması ve iş ortamına ilişkin belirsizlik nedeniyle, ekonomik aktivitede COVID-19 salgını nedeniyle yaşanan yaygın yavaşlama, konut dışı inşaatı önemli ölçüde yavaşlatmıştır. Konut dışı yapı yatırımlarına yönelik ilgide de yapısal değişiklikler meydana gelmiş, o dönemde birçok kişi virüsle temastan kaçınmak için evden çalışmak zorunda kalmıştır. Bu nedenle, ofis binalarını da içeren konut dışı binalara olan talep yıl içinde yüzde 10,1 oranında azalarak konut dışı inşaat değerinde 2010'dan bu yana en yüksek düşüş kaydedilmiştir.

2021'de ekonomik durum iyileşmeye başlamakla birlikte, daha fazla ofis alanı ihtiyacını ortadan kaldıran evden çalışma politikalarının devam etmesi nedeniyle yatırımlar 2021'de düşmeye devam etmiştir. Artan emtia maliyetleri ve ekonominin kademeli olarak yeniden açılması, daha fazla bina ihtiyacını azaltmıştır. Bu maliyetler yüksek kalmaya devam ettikçe, tüketiciler daha önemli yatırımlar yapmaktan kaçınacak ve konut dışı yatırımlar da azalacaktır. Ancak bu eğilimlere rağmen, 2021 Altyapı Yatırımları ve İstihdam Yasası gibi önceki dönemlerde çıkarılan çeşitli mevzuatlar kapsamında hükümetin çeşitli kamu projelerine yatırım yapmaya devam etmesi, konut dışı yatırımların da önümüzdeki dönemde yüksek kalmasını sağlayacaktır. Tüketici faaliyetleri ekonomik ortamda değişime tabi olmaya devam ederken, özellikle ekonominin gelecek dönemlerde toparlanacağı beklentisiyle devam eden tüketici faaliyetlerini yakalamak için daha fazla proje oluşturmaya yönelik yatırımlar, büyüyen sektörlerdeki şirketlerin konut dışı projelerini yüksek tutacaktır.

Pek çok üretici, yerli üretimin deniz aşırı lokasyonlarla etkili bir şekilde rekabet edebileceğini fark etmeye başlarken, bazı üreticiler sermaye yoğun üretimi ABD'ye geri getirme planları geliştirmekte ve bunun da önümüzdeki beş yıl içinde özel konut dışı inşaatlara olan talebi artırması öngörülmektedir. Çin ile son zamanlarda yaşanan anlaşmazlıklar bu eğilimi daha da kötüleştirilmiş ve Çin'e karşı ilave gümrük vergileri (Section 301), yaptırımlar ve Başkan Biden tarafından 2021'de imzalanan Uygun Zorunlu Çalıştırmayı Önleme Yasası gibi önlemlerin uygulanmasını beraberinde getirmiştir. Bu faktörlerle birlikte, Ukrayna savaşı sırasında Rusya'dan ayrışma ile birlikte, çeşitli emtiaların temininde bu ülkelere olan bağımlılığın ABD gibi diğer ülkelere kayması sonucunu doğurmuştur. Tüm bunlar ve ABD dolarında yaşanması beklenen zayıflama ve ABD menşeli ürünlerin yurtdışı pazarlarda daha rekabetçi bir konuma gelmesiyle, iç piyasanın tamamlayıcısı olarak uluslararası pazarları hedefleyen ABD'li üreticilerin satışlarındaki artışların, konut dışı inşaat sektörüne olumlu yansımaları beklenmektedir.

2022 yılı Çip ve Bilim Yasası'nın (CHIPS and Science Act) kabul edilmesinin, ABD merkezli yarı iletken üreticileri tarafından yapılan yatırımların arttırılması hedeflenmektedir. Bu dönemde kişi başına harcanabilir gelir ve dolayısıyla tüketici talebindeki artış sonucunda yerli şirketler, üretimi arttırarak varlıklarını güçlendirmeye hazırlanmakta, bu da konut dışı inşaat talebini arttırmaya yardımcı olmaktadır. Ancak piyasaları baskılayan bir faktörde, özellikle evden çalışma politikalarının benimsenmesinin devam etmesiyle birlikte beyaz yakalı işler için daha fazla ofis binası ihtiyacının azalmasıdır. Bununla birlikte, Vietnam ve Tayland gibi Güneydoğu

Asya merkezli pazarlar kaynaklı rekabet, bu dönemde şirketleri yurtiçinde etkili bir şekilde rekabet etme konusunda baskı altında bırakacak ve bu da Çin ve Rusya'dan ayrılmaya rağmen, diğer ülkelere off-shore ticaretin devam etmesi riskini artıracak ve sektördeki talebin ileriye dönük daha dalgalı bir seyir izlemesi sonucunu doğuracaktır.

2023-2024 yıllarında konut dışı inşaat sektörü, çeşitli zorluklara rağmen büyümeye devam etmektedir. 2023'ün sonuna doğru, yüksek enflasyon ve faiz oranlarının artışı sektörü olumsuz etkilemiş, özellikle ticari segmentte yüzde 9'luk bir daralma yaşanmıştır. Buna karşın, kamu projeleri ve sağlık sektöründeki yatırımlar bu düşüşü dengelemiştir. 2024'te ise konut dışı inşaat harcamalarının yüzde 4 oranında artması öngörülmektedir, ancak bu artış 2023'e kıyasla daha mütevazı olacaktır. Özellikle eğitim ve sağlık projeleri gibi kurumsal yapılar bu büyümede önemli rol oynamaya devam edecektir.<sup>5</sup> Bunun yanı sıra, veri merkezleri ve kamu binaları gibi özel segmentlerde de büyüme öngörülmektedir. Genel olarak, 2024 yılı için sektörde dengeli bir büyüme beklense de en büyük zorluklar arasında işgücü ve artan maliyetler yer almaktadır. Bununla birlikte, yeşil binalar ve sürdürülebilir inşaat tekniklerine olan talep artışı, sektöre yeni fırsatlar sunacaktır.

#### ABD İNŞAAT SEKTÖRÜ HARCAMALARI 2024 HAZİRAN (milyon dolar)<sup>6</sup>

							Değ %	
	Haz 2024	May 2024	Nis 2024	Mar 2024	Şub 2024	Haz 2023	May 2024	Haz 2023
<b>Toplam İnşaat</b>	<b>2,148,444</b>	<b>2,154,816</b>	<b>2,163,179</b>	<b>2,135,771</b>	<b>2,133,750</b>	<b>2,023,013</b>	<b>-0.3</b>	<b>6.2</b>
<b>Konut</b>	<b>939,806</b>	<b>943,162</b>	<b>949,358</b>	<b>923,926</b>	<b>925,498</b>	<b>875,539</b>	<b>-0.4</b>	<b>7.3</b>
Konut Dışı	1,208,638	1,211,653	1,213,820	1,211,846	1,208,252	1,147,474	-0.2	5.3
Konaklama	23,350	23,273	23,181	23,181	23,533	25,891	0.3	-9.8
Ofis	98,481	98,520	100,234	100,272	101,494	97,709	0.0	0.8
Ticari	125,171	126,491	127,087	129,401	129,883	144,770	-1.0	-13.5
Sağlık Hizmetleri	66,283	67,101	67,516	69,936	68,311	64,643	-1.2	2.5
Eğitim	126,104	127,015	127,204	127,842	127,164	120,756	-0.7	4.4
Dini	3,907	3,932	4,120	4,248	4,309	3,686	-0.6	6.0
Kamu Güvenliği	18,832	18,656	18,510	18,145	17,951	14,707	0.9	28.0
Eğlenme ve Dinlenme	38,436	38,224	38,341	37,341	36,788	36,897	0.6	4.2
Ulaşım	67,130	66,866	66,443	65,519	65,906	65,009	0.4	3.3
İletişim	28,355	28,368	28,147	28,103	27,933	28,037	0.0	1.1
Enerji	143,880	144,687	145,955	146,050	148,056	128,241	-0.6	12.2
Otoban ve yol	144,470	145,034	146,623	150,553	147,818	136,774	-0.4	5.6

<sup>5</sup> Mordor Intelligence, Archinect

<sup>6</sup> <https://www.census.gov/construction/c30/pdf/release.pdf>

Su	Kanalizasyon ve Atık	45,251	45,667	45,232	43,609	43,492	42,548	-0.9	6.4
	Su Tedarik	31,252	30,834	32,104	30,568	30,069	28,444	1.4	9.9
	Koruma ve Geliştirme	12,202	11,581	11,541	11,332	11,126	11,671	5.4	4.5
	İmalat	235,532	235,406	231,583	225,748	224,419	197,693	0.1	19.1
	<b>Özel Sektör</b>	<b>1,664,594</b>	<b>1,668,809</b>	<b>1,676,330</b>	<b>1,650,284</b>	<b>1,653,354</b>	<b>1,572,044</b>	<b>-0.3</b>	<b>5.9</b>
	<b>Konut</b>	927,986	931,097	937,484	911,890	914,102	864,826	-0.3	7.3
	<b>Konut Dışı</b>	736,608	737,712	738,845	738,393	739,252	707,218	-0.1	4.2
	Konaklama	22,671	22,606	22,491	22,560	22,933	25,483	0.3	-11.0
	Ofis	82,938	82,445	83,826	84,678	85,504	83,262	0.6	-0.4
	Ticari	120,100	121,129	122,207	124,683	125,406	140,200	-0.8	-14.3
	Sağlık Hizmetleri	53,108	53,529	53,997	56,169	55,022	51,476	-0.8	3.2
	Eğitim	24,204	24,208	24,796	25,676	24,915	23,543	0.0	2.8
	Dini	3,907	3,932	4,120	4,248	4,309	3,686	-0.6	6.0
	Eğlenme ve Dinlenme	17,669	17,529	17,668	17,818	17,511	19,340	0.8	-8.6
	Ulaşım	21,510	21,277	20,958	20,494	20,351	20,548	1.1	4.7
	İletişim	27,743	27,722	27,533	27,440	27,376	27,486	0.1	0.9
	Enerji	124,134	124,836	125,725	125,000	127,133	111,144	-0.6	11.7
	İmalat	234,782	234,489	230,822	224,837	223,765	197,141	0.1	19.1
	<b>Toplam Kamu</b>	<b>483,850</b>	<b>486,006</b>	<b>486,849</b>	<b>485,488</b>	<b>480,395</b>	<b>450,969</b>	<b>-0.4</b>	<b>7.3</b>
	<b>Konut</b>	11,820	12,065	11,874	12,035	11,396	10,714	-2.0	10.3
	<b>Konut Dışı</b>	472,030	473,941	474,975	473,452	469,000	440,255	-0.4	7.2
	Ofis	15,543	16,076	16,408	15,594	15,991	14,447	-3.3	7.6
	Ticari	5,071	5,361	4,879	4,718	4,477	4,570	-5.4	11.0
	Sağlık Hizmetleri	13,175	13,573	13,519	13,767	13,289	13,167	-2.9	0.1
	Eğitim	101,900	102,807	102,408	102,165	102,249	97,213	-0.9	4.8
	Kamu Güvenliği	18,627	18,473	18,296	17,930	17,704	14,491	0.8	28.5
	Eğlenme ve Dinlenme	20,767	20,695	20,673	19,523	19,277	17,557	0.3	18.3
	Ulaşım	45,620	45,588	45,485	45,025	45,556	44,461	0.1	2.6
	Enerji	19,747	19,851	20,230	21,051	20,922	17,097	-0.5	15.5
	Otoban ve yol	143,525	144,060	145,636	149,381	146,848	135,786	-0.4	5.7
Su	Kanalizasyon ve Atık	43,990	44,069	43,475	41,670	41,255	41,150	-0.2	6.9
	Su Tedarik	30,043	29,771	30,586	29,237	28,592	27,168	0.9	10.6
	Koruma ve Geliştirme	11,981	11,388	11,316	11,197	11,030	11,639	5.2	2.9

Eyaletler arasında müteahhitlik sektörü faaliyetleri açısından California, Florida, Texas, North Carolina, Utah, Georgia, Arizona, New York, Pennsylvania ve Ohio ilk sıralarda yer almaktadır. Kaliforniya eyaletinde müteahhitlik sektöründe, 2024 yılı ilk yarısında önemli bir büyüme gerçekleşmiştir. Bu büyümede, pandemi sonrası sektörel toparlanmanın sağlanması ve kamu harcamalarının etkisi büyüktür. Bu eyalette 2024 yılında müteahhitlik sektörüne yönelik altyapı projeleri için ayrılan 32 milyar ABD Dolarlık bütçenin 24 milyar ABD doları ulaştırma altyapısı projeleri için, geri kalan kısmı ise diğer müteahhitlik projeleri içindir. Ayrıca müteahhitlik ve alt yapı sektörlerine yönelik kamu harcamaları son beş yıl içerisinde yüzde 20 artmıştır.

2024 yılının birinci çeyreğinde Kaliforniya eyaleti inşaat sektörü büyüklüğü yaklaşık 108 milyar ABD Doları olarak kaydedilmiştir. Altyapı projelerinin yanında konut sektörü dikkate alındığında ise 2023 Mayıs-2024 Haziran döneminde, inşaatına yeni başlanan konut sayısı bir önceki döneme göre yüzde 3 artmış ve toplam sayı 1.415.000 olarak kaydedilmiştir. Kaliforniya eyaleti müteahhitlik sektörü istihdamı değerlendirildiğinde, 2024 Nisan ayı itibarıyla sektörde istihdam edilen çalışan sayısı 920.500 olarak kaydedilmiş olup, bu sayı Kaliforniya eyaleti tüm sektörlerde çalışan dağılımının yüzde 5,2'sine karşılık gelmektedir.

Texas eyaletinde inşaat sektöründen elde edilen gelirler 2023 yılında 121 milyar ABD Doları olarak gerçekleşirken 2024 yılı son verilerine göre ise 83 milyar ABD dolarına ulaşılmıştır. Bu sektörde çalışmakta olan kişi sayısı 952.042'dir. (<https://www.ibisworld.com/united-states/economic-profiles/texas/>)

New York Eyaleti'nde 2024 yılı son verilerine göre inşaat sektörünün GSYİH'sı 43,4 milyar ABD doları olmuştur. Bu sektörde çalışmakta olan kişi sayısı 519.732'dir. (<https://www.ibisworld.com/united-states/economic-profiles/new-york/>)

Florida'da inşaat sektörü yaklaşık 75 milyar ABD dolarlık bir büyüklükle eyaletin toplam GSYİH'si içerisinde yaklaşık yüzde 5,1'lik bir paya sahiptir. Florida'da 84 bine yakın inşaat şirketi faaliyet göstermektedir. 2023 yılı itibarıyla Florida'da yaklaşık 643 bin kişi inşaat sektöründe çalışmaktadır. Eyalette Miami şehri konut ve ticari bina yatırımları başta olmak üzere inşaat yatırımlarında ön plana çıkmaktadır.

Georgia'da inşaat sektörünün yaklaşık 36 milyar ABD dolarlık bir ekonomik büyüklükle eyaletin toplam GSYİH'si içerisinde yüzde 4,5'lik bir paya sahiptir. Georgia eyaletinde yüzde 90'ı küçük şirket olmak üzere yaklaşık 24 bine yakın inşaat şirketi faaliyet göstermekte, sektörde yaklaşık 223 bin kişinin istihdam edilmektedir. Georgia eyaletinde bulunan Atlanta şehrinde son yıllarda inşaat yatırımlarında belirgin bir artış yaşandığı gözlemlenmektedir.

## 6.6. Hizmetler

Hizmet sektörü, yarattığı istihdam, katma değer ve ticaret bakımından ABD ekonomisinin en önemli sektörüdür. Büyümenin temelini oluşturan ve gayri safi yurtiçi hasılanın yüzde 80'ine

yakınıni oluşturan hizmet sektörü teknolojik açıdan son derece gelişmiş olup, teknoloji, finansal hizmetler, sağlık ve perakende sektörlerinde önemli firmalar bulunmaktadır.

OECD verilerine göre ABD, 2021 yılında hizmet sektöründe yarattığı katma değer bakımından Lüksemburg'dan sonra ikinci sırada yer almaktadır (yüzde 80,46). Mal ticaretinden önemli büyüklükte açık veren ABD, hizmet sektöründe ticaret fazlası vermektedir. 2020 yılında pandeminin etkisiyle ABD'nin hizmet ihracatı yüzde 19,5 oranında azalarak 706 milyar ABD dolarına gerilemiş olup, hizmet ithalatı yüzde 22,1 oranında azalarak 460 milyar ABD dolarına gerilemiştir.

ABD'nin hizmet ihracatı 2022 yılında yüzde 16,4 oranında artarak 926 milyar ABD doları olmuştur (2021- 795 milyar ABD doları). 2022 yılında ABD'nin en büyük hizmet ihracatı kalemi yüzde 26'lık pay ile (241 milyar ABD doları) diğer iş hizmetleridir. Bu sektör altında Ar-Ge hizmetleri, profesyonel ve yönetim danışmanlığı hizmetleri, teknik hizmetler, ticarete ilişkin hizmetler yer almaktadır. Finansal hizmetler ise yüzde 18,4'lük pay ile (170 milyar ABD doları) ABD'nin hizmet ihracatında ikinci sırada yer almaktadır. Üçüncü sırada yer alan seyahat hizmetleri ihracatının payı yüzde 14,6 (135 milyar ABD doları) olurken, patent, marka, telif gibi tescilli hakların kullanılması ile fikri mülkiyet haklarının alım, satım, devir, kullanımına ilişkin lisanslamalar ise ABD'nin en büyük dördüncü hizmet ihracatı kalemini oluşturmaktadır (yüzde 13,6'lık pay-126 milyar ABD doları). ABD'nin en çok hizmet ihracatı gerçekleştirdiği ilk üç ülke; İrlanda (yüzde 9 pay 83 milyar ABD doları), Birleşik Krallık (yüzde 8,7 pay-81 milyar ABD doları) ve Kanada'dır (yüzde 7,5 pay 69 milyar ABD doları). Avrupa Birliği'ne gerçekleştirilen hizmet ihracatı ise 2022 yılında 239 milyar ABD dolarıdır.

ABD'nin hizmet ithalatı ise 2022 yılında yüzde 23,7 oranında artarak 680 milyar ABD doları olmuştur. ABD'nin en büyük hizmet ithalatı kalemi yüzde 22,8'lik pay ile (155 milyar ABD doları) insan ve yük taşımacılığı hizmetleridir. Diğer iş hizmetleri ise yüzde 20,1'lik pay ile (137 milyar ABD doları) ABD'nin hizmet ithalatında ikinci sırada yer almaktadır. Seyahat hizmetleri, ABD'nin en fazla hizmet ithalatı gerçekleştirdiği sektörlerde yüzde 16,9'luk pay ile (115 milyar ABD doları) üçüncü sıradadır. ABD'nin en çok hizmet ithalatı gerçekleştirdiği ilk üç ülke; Birleşik Krallık (yüzde 10,4 pay-71 milyar ABD doları), Almanya (yüzde 6,2 pay-42 milyar ABD doları) ve Kanada'dır (yüzde 6 pay-41 milyar ABD doları). Avrupa Birliği'nden gerçekleştirilen hizmet ithalatı ise 2022 yılında 167 milyar ABD dolarıdır.

## **6.7. Bilişim**

ABD bilişim sektörü, dünyanın en büyük ve en gelişmiş pazarlarından biri olarak küresel teknoloji endüstrisine yön vermektedir. 2023 yılı itibarıyla ABD'nin bilişim sektörü yaklaşık 2 trilyon dolar büyüklüğe ulaşmış olup, ABD'nin GSYİH'sinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Global çapta rekabetçi olan ABD bilişim sektörü, başta Çin ve Avrupa Birliği ülkeleri olmak üzere diğer büyük ekonomilerle kıyaslandığında güçlü bir inovasyon, yüksek veri işleme kapasitesi ve geniş bir tüketici tabanına sahiptir.

ABD bilişim sektöründe öne çıkan ve büyüme potansiyeli taşıyan birçok alan bulunmaktadır. Bunlar arasında, yapay zekâ (Artificial Intelligence AI) ve makine öğrenimi (Machine Learning MI) uygulamaları ilk sıralarda yer almaktadır. Sağlık, finans, perakende, tarım ve üretim gibi birçok sektörde yoğun olarak kullanılan yapay zekâ uygulamaları hızla gelişmektedir. Aynı zamanda birçok sektörde bulut bilişim teknolojileri kullanılarak, işletmelerin dijital dönüşümünü desteklenmesi suretiyle maliyetleri düşürülmekte ve verimliliği artırılmaktadır.

Siber güvenlik de bilişim sektörünün vazgeçilmez alanlarından biridir. Artan dijitalleşme ile birlikte siber tehditlerin de çoğalması, veri koruma, kimlik doğrulama ve güvenlik yazılımlarına olan talebi arttırmaktadır. Ayrıca, 5G ve IoT uygulamaları, akıllı şehir projelerinden endüstriyel otomasyona kadar birçok alanda yenilikçi çözümler sunmaktadır. ABD’de blockchain ve dağıtık defter teknolojilerine yönelik ilgi de giderek artmakta olup, özellikle tedarik zinciri yönetimi, dijital kimlik doğrulama ve finansal işlemler gibi alanlarda blockchain tabanlı projeler ön plana çıkmaktadır.

ABD bilişim sektörü için yapılan projeksiyonlar, önümüzdeki yıllarda sektörde yıllık yüzde 5-7 civarında bir büyüme öngörmektedir. Yapay zekâ, siber güvenlik ve 5G altyapısı gibi alanların bu büyümede başı çekeceği düşünülmektedir.

ABD’de özellikle yazılım ve uygulama geliştirme alanında güçlü bir talep bulunmaktadır. Sağlık, finans ve eğitim sektörlerine yönelik çözümler sunan hizmet ihracatçılarımız için önemli bir pazar olduğu değerlendirilmektedir.

## 7. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

### 7.1. Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

	2021	2022	2023	2024*	2025*	2026*	2027*
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım akımı (milyon \$)	475 800	409 000	348 700	426 200	492 400	512 000	517 900
Ülke dışından gelen doğrudan yatırımın GSYİH ya oranı (yüzde )	2,00	1,60	1,30	1,50	1,60	1,60	1,60
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım stoku (milyon \$)	14 865 900	12 235 200	14 809 100	15 235 286	15 727 712	16 239 692	16 757 546
Ülke dışına giden doğrudan yatırım akımı (milyon \$)	-342 000	-388 500	-454 200	-419 100	-482 300	-483 300	-507 000
Ülke dışına yapılan doğrudan yatırım stoku (milyon \$)	10 847 800	9 150 300	10 606 800	11 025 881	11 508 228	11 991 491	12 498 470

\*Tahmin

Kaynak: EIU- Economist Intelligence Unit

ABD halihazırda dünyanın en fazla doğrudan yabancı sermaye çeken ülkelerinden birisidir. Ayrıca, Amerikan Hazinesi'nin çıkardığı borçlanma tahvilleri ve bonoları bütün dünya yatırımcıları açısından önemli bir yatırım aracıdır. ABD'deki sermaye piyasaları tüm dünya yatırımcılarının sermaye aktardığı piyasalardır.

ABD genellikle yabancı yatırımcıya konuksever bir yatırım ortamı ile birlikte geniş pazar imkanları sunmaktadır. Vergi kanunları, haksız rekabet, menkul kıymetlerin halka satışı, tüketicinin korunması, işçi ve göçmen hukuku, telif hakkı, marka ve patent, icra iflas, gıda, eczacılık ürünleri, çevre ve kirlilik kontrolüne ilişkin düzenlemeler, yabancı yatırımcıyı ilgilendiren federal kanunlar kapsamındadır. ABD hukuk düzeni, federal yargının yanı sıra, eyalet ve yerel hukuk düzenlemeleri üstüne kurulmuş ender bir kanuni sistemdir.

ABD'de işletme kurmayı planlayan yatırımcılar belli federal ve eyalet iş teşviklerinden ve yardımlarından faydalanabilmektedir. Örneğin, Ekonomik Kalkınma İdaresi (Economic Development Administration), ABD Konut ve Kentsel Kalkınma İdaresi (U. S. Department of Housing and Urban Development Administration), yerel eyalet kalkınma kurumları ve yerel Ticaret Odaları (Chambers of Commerce) bu türden yardımlar sağlayan kuruluşlar arasındadır.

Bu kuruluşların yanı sıra Küçük Ölçekli İşletmeler İdaresi (Small Business Administration) de bu türden yardım sağlayan kuruluşlar arasında sayılabilir.

ABD'deki yabancı yatırımlara ve ABD'nin dış yatırımlarına ilişkin daha detaylı bilgilere <http://www.bea.gov/international/index.htm> adresinden ulaşmak mümkündür.

## **7.2. Yabancı Yatırımlara İlişkin Ülke Mevzuatı**

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. ABD Federal makamlarınca doğrudan yabancı yatırımların ülkeye girişini veya hâlihazırda bulunan bu tür yatırımların genişletilmesini düzenleyen bir mevzuat bulunmamaktadır.

Bu çerçevede, yabancı firmalar ABD'nde kurdukları firmaları federal düzeyde herhangi bir kayıt altına almamaktadırlar. Ancak, yabancı firmaların ABD firmalarıyla gerçekleştirdikleri birleşmeler ve/veya satın almalar Yabancı Yatırım Komitesi tarafından ([Committee on Foreign Investment in US CFIUS](#)) takip edilmektedir.

ABD genellikle yabancı yatırımcıya konuksever bir yatırım ortamı ile bütünleştirilmiş geniş pazarlar sunmaktadır. Devlet vergi kanunları, haksız rekabet, menkul kıymetlerin halka satışı, tüketicinin korunması, işçi ve göçmen hukuku, telif hakkı, marka ve patent, icra iflas, gıda, eczacılık ürünleri, çevre ve kirlilik kontrolü yabancı yatırımcıyı ilgilendiren federal kanunlar kapsamına girmektedir. ABD hukuk düzeni, federal yargının yanı sıra, eyalet ve yerel hukuk düzenlemeleri üstüne kurulmuş ender bir kanuni sistem teşkil eder.

Doğrudan yabancı yatırımın federal, eyalet ve yerel yönetimler bazında desteklendiği ABD'de 2004'den itibaren uygulamaya konulan "Doğrudan Yabancı Yatırım Düzenlemesi" başlığı altında özetlenmektedir.

## **7.3. Yabancı Sermayeye Yönelik Kısıtlamalar**

ABD genel olarak yabancı yatırım için açık ve davetkar bir ortam sağlamakta ve yabancı yatırımcıların ülkeye sermaye getirmesini engelleyen katı sermaye kontrolleri veya kısıtlamaları bulunmamaktadır. ABD hükümeti, ekonomik büyümeyi ve istihdam yaratmayı teşvik etmenin bir yolu olarak doğrudan yabancı yatırımı teşvik etmektedir.

Ancak yabancı yatırımcıların bilmesi gereken bazı düzenleyici süreçler ve hususlar vardır.

Yabancı Yatırım Komitesi (CFIUS): Bir sermaye kontrol önlemi olmasa da, CFIUS, ABD'deki belirli yabancı yatırımları ulusal güvenlik kaygıları açısından inceler. Kritik altyapıyı, hassas teknolojileri veya ulusal güvenliği etkileyebilecek diğer alanları içeren işlemler CFIUS incelemesine tabidir.



Kara Para Aklamayı Önleme (AML) ve Müşterinizi Tanıyın (KYC) Gereksinimleri: ABD'deki finans kuruluşları, kara para aklamayı ve terörizmin finansmanını önlemek için AML ve KYC düzenlemelerine tabidir. Yabancı yatırımcılar, ABD bankaları veya finans kurumlarıyla iş yaparken gerekli özeni gösterme gerekliliğiyle karşılaşabilirler.

Banka Gizlilik Yasası (BSA) Uyumluluğu: BSA, kara para aklamanın tespit edilmesine ve önlenmesine yardımcı olmak amacıyla finansal kuruluşlara raporlama gereklilikleri getirmektedir. Belirli kriterleri karşılayan işlemler raporlama yükümlülüklerini tetikleyebilir.

Sektöre Özel Düzenlemeler: Telekomünikasyon, enerji ve savunma gibi bazı endüstrilerde, ulusal güvenlik kaygıları nedeniyle yabancı mülkiyeti veya kontrolü konusunda özel düzenlemeler ve kısıtlamalar bulunabilmektedir.

Yabancı yatırımcıların kapsamlı bir durum tespiti yapması ve geçerli tüm düzenlemelere uyumu sağlamak için hukuki tavsiye alması önemlidir.

### **7.3.1. Yabancıların Gayrimenkul Edinmeleri**

ABD'de gayrimenkul edinimine ilişkin mevzuat eyalet yönetimleri tarafından düzenlenmekte olup, yabancıların gayrimenkul edinimine yönelik olarak diğer birçok ülkenin aksine federal hükümet tarafından başvuru bulunan bir tasarruf bulunmamaktadır.

Bununla birlikte, ABD'de vatandaşlar ile yabancı yatırımcıların gayrimenkul edinimlerine yönelik düzenlemede yer alan önemli bir farklılık gelir vergisinin tahsil edilme şeklindedir. Bu bağlamda, Amerikan vatandaşları gelir vergilerini, vergi beyanı sırasında bildirirken, yabancılar gayrimenkul satışından elde edilen gelir üzerinden hesaplanan belli oranlarda vergileri doğrudan ABD Gelirler İdaresi'ne (Internal Revenue Service-IRS) ödemekle mükelleftir.

Söz konusu mevzuatın yanı sıra ev sahipleri, dernekler, kooperatifler ve çeşitli diğer toplum dernekleri tarafından gayrimenkul edinimine yönelik olarak belli başlı kısıtlamalar da uygulanabilmektedir. Örneğin, gayrimenkul alıcılarının gayrimenkule ilişkin giderleri karşılayacakları gelir kaynaklarına sahip olduğunu göstermeleri ve söz konusu kaynağın takibinin yapılabilmesi amacıyla ABD'de elde edilmesi gibi şartlar getirilebilmektedir. Benzer şekilde, ABD'de gayrimenkul edinimi yapan yabancı yatırımcılar gayrimenkulün yerleşik olduğu site veya gayrimenkulden sorumlu dernek veya kooperatifin üyesi olmakla yükümlü olabilmekte ve bu durumda söz konusu site, dernek veya kooperatif tarafından getirilen kurallara uyma zorunluluğunu kabul etmektedir.

Yabancıların gayrimenkul ediniminde Amerikan vatandaşı olma zorunluluğu aranmamaktadır. Ancak gayrimenkul alacak kişilerin gelirlerinin takip edilebilmesi amacıyla Vergi Kimlik Numarası (ITIN) almaları gerekmektedir. ITIN, IRS veya IRS'in uygun gördüğü Sertifikalı Serbest Muhasebeciden temin edilebilir. ITIN alımı için başvuruda W-7 formunun doldurulmalı ve başvuru sırasında numaranın alınma nedeninde geçerli bir sebep sunulmalıdır. Ayrıca, gayrimenkul edinecek yatırımcıların vatandaşı oldukları ülkeye bağlı olarak, geçerli bir

pasaport, vize ve sürücü belgesi gibi iki ya da daha fazla resimli kimlik belgesinden biri veya hepsini ibraz etmesi gerekmektedir.

Gayrimenkulün nakit ödeme ile alınmasında herhangi bir kısıtlama olmamasına rağmen ABD yasalarına göre 10.000 dolar ve üzeri nakit alışverişlerinin federal hükümete bildirilmesi şart koşulmaktadır. Federal Hükümet söz konusu uygulamada nakit paranın nasıl kazanıldığı ve yasal olması konusunda bilgi sahibi olmayı amaçlamaktadır. Yabancı yatırımcılar gayrimenkul alımlarını başka şekillerde de finans edebilirler ancak bu durumda alınan kredilerde daha yüksek faiz oranları ve peşinat ödemek durumunda kalılabilmektedir. Bu durumun ana nedeni, yabancıların ABD'de oluşmuş bir kredi geçmişi olmamasıdır. Esasen, yabancı yatırımcıların gayrimenkul alımları için ABD'de yerleşik finans kuruluşları tarafından ipotekli ev kredisi (mortgage) sağlanması ABD vatandaşlarına kıyasla daha zor olmaktadır. Bunun en büyük nedeni yabancıların gayrimenkul satışı sonrası ABD makamlarına vergi beyanı yapmadan ülkelerine geri dönme riskidir. Bu riski önlemek amacıyla, ABD Kongresi tarafından Foreign Investment in Real Property Tax Act of 1980 (FIRPTA) yasası kabul edilmiştir. Yabancıların gayrimenkul satışından elde ettikleri gelire IRS tarafından uygulanacak vergiler söz konusu yasayla düzenlenmektedir. Söz konusu yasaya ilişkin ayrıntılı bilgilere <http://www.irs.gov/Individuals/International-Taxpayers/FIRPTA-Withholding> adresinden ulaşılması mümkündür.

FIRPTA kapsamında yabancıların gelir vergilerini zamanında ödemelerini zorunlu koşan ABD hükümeti, zamanında ödenmeyen gelir vergilerine yüzde 30 oranında bir ceza uygulamaktadır. Genel itibarı ile ABD'de gayrimenkul yatırımının ilk yıllarında herhangi bir gelir etmeyen yabancılar, vergi beyannamelerini söz konusu dönem için de zamanında yapmak zorundadırlar.

ABD'de yerleşik gayrimenkullerini yüzde 40 ile yüzde 50 arasında peşinat ile finanse eden yabancıların, söz konusu gayrimenkulden ilk 10 ile 15 yıl arasında elde edecekleri kira gelirine vergi muafiyeti uygulanabilmektedir. Söz konusu muafiyet kapsamında, ABD hükümeti gelir vergilerini beyan eden mükelleflere bazı giderlerini gelirlerinden düşme imkânı sağlamaktadır. Bunlar arasında finanse edilen gayrimenkulün kredi faizi, gayrimenkule ilişkin ortak giderler, emlak vergisi ve değer kaybı gibi giderler bu hesaplamalar arasında yer almaktadır. Yabancı yatırımcılar gayrimenkulün satışında daima ABD gelir vergisine tabi olup, satış sonrasında gayrimenkul değerinin yüzde 10'unu doğrudan IRS'e ödemekle yükümlüdür.

ABD'deki birçok yabancı emlak vergisine ilişkin özellikle eyalet seviyesinde uygulanan çeşitli yasalara ilişkin ayrıntılı bilgiye sahip değildir. Bununla birlikte, vurgulanması gereken önemli bir husus, gayrimenkul mülkiyet yapısının yabancı bir şirket, vakıf ya da kurum arasında düzenlenmesi durumunda emlak vergisi yükümlülüğünün yasal olarak önlenebileceğidir.

### **7.3.2. Yabancı Sermayeli Şirketlere Uygulanan Ayrımcılıklar**

Yabancı sermayeli firmaların gizliliğe tabi ABD devlet ihalelerine girmeleri mümkün olmamakta veya sadece kısıtlı bir katkı ile katılmalarına izin verilmektedir. Bazı eyaletlerde özellikle tarım

alanlarının satın alınarak başka faaliyetler için kullanılmasına çeşitli sınırlandırmalar getirilmiştir. Yapılan işlerde her ne kadar “yerel malzeme” kullanma zorunluluğu yoksa da ABD Federal hükümeti tarafından fonlanan projelerde (köprü, yol, baraj, demiryolu ağı vb.) Amerikan malı ürünlerin kullanılmasını öngören şartlar bulunmaktadır. Özellikle, küresel ekonomik krizden çıkmak için ABD tarafından açıklanan ekonomiyi canlandırma paketlerine ilişkin projelerde bu türden şartlara rastlamak mümkündür.

Yabancı firmaların ABD’de elde ettikleri kazancın, yatırımlarda kullanılan anaparanın, telif hakları gibi yatırımlar ile alakalı diğer ücretlerin menşe ülkeye transferi ya da geri dönmesi hususunda herhangi bir kısıtlama bulunmamaktadır.

Son olarak Türk yatırımcıların yaşadıkları sıkıntılardan biri de büyük ölçekli yatırım yapan firmalarımızın Türkiye’deki varlıklarının ABD’de teminat olarak kabul edilmeyerek uygun finansman koşullarından yararlanamamaları olmaktadır. Bu konuda özellikle tüm dünyada yaygın şube ağı olan uluslararası bankalarla çalışılmış olmasının ABD’de kredi imkanları hususunda dosyaların değerlendirilme aşamasında avantajlı olduğu görülmektedir.

#### **7.4. Yatırım Teşvik Mevzuatı**

ABD, ekonomik kalkınmayı, istihdam yaratmayı ve doğrudan yabancı yatırımı teşvik etmek için tasarlanmış çok çeşitli federal ve eyalet düzeyinde yatırım teşviklerine sahiptir. Özel teşvikler konuma, sektöre ve yatırım türüne bağlı olarak değişiklik gösterse de, ABD’de mevcut olan bazı yaygın yatırım teşviki türleri aşağıda sıralanmaktadır.

Dış Ticaret Bölgeleri (FTZ’ler), belirli yabancı ve yerli malların ABD gümrük bölgesi dışında kabul edildiği, potansiyel olarak gümrük vergilerinin azaltılmasına veya ertelenmesine olanak sağlayan alanlardır.

Ayrıca birçok eyalet; iş yaratma, sermaye yatırımı, AR-GE ve yenilenebilir enerji projeleri gibi faaliyetler için şirketlere vergi indirimleri sunmaktadır.

Bazı federal ve eyalet programları, belirli endüstrileri, teknolojileri veya bölgesel kalkınma girişimlerini desteklemek için hibeler sağlamaktadır. Ayrıca bazı bölgelerde, özellikle stratejik sektörlerdeki şirketlere, yatırımlarıyla ilgili belirli maliyetleri dengelemek için sübvansiyonlar sunulabilmektedir.

Eyaletler, işletmelerin vasıflı bir işgücü geliştirmelerine yardımcı olmak için işgücü eğitim programları sunabilmekte, altyapı projelerine veya iyileştirmelere yapılan yatırımlar, belirli bir bölgedeki genel iş ortamını iyileştirmek için teşvik edilebilmektedir. Bazı eyaletler düzenlemelerin, izinlerin ve lisanslama süreçlerinin yönetilmesi amacıyla yardım sağlayarak işletmelerin kurulmasını ve faaliyet göstermesini kolaylaştırmaktadır.

Bazı bölgelerde (designated zones), belirli endüstrilerdeki işletmeleri çekmek için özel teşviklerle özel ekonomik bölgeler veya inovasyon merkezleri sunabilmektedir.

Eyalet ekonomik kalkınma ajansları (EDO), kendi bölgelerinde yatırım yapmayı düşünen işletmelere destek hizmetleri, bilgi ve rehberlik sağlamada önemli bir rol oynamaktadır. Yabancı yatırımcıların bu teşvikleri keşfetmeleri ve hem federal hem de eyalet düzeyindeki ekonomik kalkınma kuruluşlarıyla yakın iş birliği içinde çalışmalarını teşvik edilmektedir. Teşvikler farklılık gösterebilmekte olup belirli yatırım projelerine yönelik tüm teşvik ve destekleri anlamak için kapsamlı bir araştırma yapılması ve yerel yetkililerle iletişime geçilmesi önem arz etmektedir. Mevzuata uyumu sağlamak ve mevcut teşviklerin faydalarını en üst düzeye çıkarmak için hukuk ve finans profesyonellerine danışılması da önerilmektedir.

ABD’de eyaletlerin ve yerel idarelerin farklı kural ve uygulamaları bulunmasından hareketle yatırım ile ilgili en önemli husus eyalet seçimi olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede, ABD Ticaret Bakanlığı’nın ABD’ye yapılan yatırımlarla ilgili departmanı olan SELECTUSA’in gerek ABD’de iş yapma gerekse vergilendirme gibi birçok konuda hazırladığı kaynakça sayfasının incelenmesi faydalı olacaktır. (<https://www.trade.gov/selectusa-home>) Yine, SelectUSA’in ekonomik kalkınma teşviklerine ilişkin aşağıdaki uzantıdan ulaşılabilen rehberi önemli bir kaynaktır.

<https://www.trade.gov/sites/default/files/2021-05/Chapter%2011%20-%20Economic%20Development%20Incentives.pdf>

ABD’de eyalet bazında ne gibi yatırım teşvikleri sunulduğuna ilişkin;

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

web uzantısında eyalet seçimi yapılarak inceleme yapılması mümkündür. EDO’ların ve potansiyel yatırımcıların katılım sağladığı ve EDO’ların eyaletlerinde yapılacak yatırımlara ilişkin bilgi paylaştığı “SELECTUSA INVESTMENT SUMMIT”in, yatırım kararlarının belirlenmesi ve eyalet seçimi vb. hususlar açısından önemli bir etkinlik olduğu değerlendirilmektedir.

## **7.5. Serbest Bölgeler**

Serbest ticaret bölgeleri ABD Gümrük ve Sınırları Koruma Birimi (US Customs and Border Protection) tarafından yönetilmektedir. Kurulmaları için Serbest Ticaret Bölgeleri Kurulu’nun onayı gerekmekte olup, Serbest Ticaret Bölgeleri Kanunu’na tabidirler. Serbest Ticaret Bölgeleri Kurulu’nun düzenlemeleri, Federal Yönetmelikler Kodu’nun Title 15 başlığı altında, Bölüm 400’de ve ABD Gümrük ve Sınırları Koruma İdaresi Yönetmeliği’nin bölgeler hakkındaki Title 19 başlığı altında, Bölüm 146’da düzenlenmiştir (<http://www.trade.gov/ftz>).

Serbest Ticaret Bölgeleri kamu ve özel sektöre ait kuruluşların sponsorluğunda kurulabilmektedir. Daha önceden ilan edilen ücret tarifeleriyle, belediye hizmetlerine benzer şekilde hizmet verilmektedir. Genel amaçlı bir serbest ticaret bölgesi, kullanıcılara çok uygun fiyatlar ve ulaşım imkanlarıyla donatılmış stoklama ve dağıtım depoları sunmaktadır. Bu bölgelerin çoğu kullanıcılarına kendi yerlerini inşa etme olanağı tanıyan endüstri parklarını da içermektedir.

Diğer taraftan alt-bölgeler (subzone) genellikle genel amaçlı serbest ticaret bölgelerinde faaliyet göstermesi mümkün olmayan belirli bir fabrika veya üretim kompleksine benzer hakların tanınması şeklindedir.

Serbest ticaret bölgelerine en fazla girişi olan ürünler, araba ve yedek parçaları, ham petrol ve türevleri, elektronik ürünler ve parçaları, makina ve ekipman, bilgisayar, ofis ekipmanları, tekstil, konfeksiyon ve deri, audio-video ekipman, kimyasallar, meyve suyu konsantreleri, tütün metal ve mineral ürünler, mücevher ve saat olmuştur. Serbest Ticaret Bölgeleri Ulusal Derneği'ne, <http://www.naftz.org> adresli web sitesinden ulaşmak mümkündür.

#### 7.6. Ülkedeki Türk Yatırımları: Sektörler ve Karşılaşılan Sorunlar

<b>Doğrudan Yabancı Yatırım Durumu</b> <b>-milyon dolar</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
ABD'nin Türkiye'deki Yatırımı (Stok)	4.193	3.572	6.223	6.223	5.761
<b>Doğrudan Yatırım Girişi (Akım)</b>	721	358	2.761	158	914
Türkiye'nin ABD'deki Yatırımı (Stok)	2.548	2.616	2.495	2.811	2.851
<b>Doğrudan Yatırım Girişi (Akım)</b>	272	76	-102	-50	9

**Kaynak:** <https://www.trade.gov/sites/default/files/2023-09/Turkiye.pdf>

Türkiye'den ABD'ye yatırım yapılan ilk altı sektör Metaller, Tüketim Malları, Ulaştırma, İş Hizmetleri, Kimyasallar ve Gıda ve İçecek şeklindedir. 2021 yılında, Türk firmalarının ABD'deki bağlı kuruluşları ülkede 4.300 kişiye istihdam sağlamıştır. ABD'deki Türk firmaların 2021 yılındaki ihracatları 41 Milyon ABD dolarıdır.

DMV (DC, Maryland, Virginia) bölgesinde, sahibi Türk olan büyük kısmı mermer/doğaltaş sektöründe olmak üzere, hizmetler (restoran/lokanta/cafe) ve emlak sektöründe faaliyet gösteren firmalar bulunmaktadır. Bahçeşehir Üniversitesi'ne bağlı olarak dil okulu hizmeti veren Mentora College da Washington DC'de yer almaktadır. Buna ilaveten, 1 Mayıs 2014 tarihinde "Bahçeşehir Üniversitesi, International Washington DC" açılmıştır. Buna ilaveten, Türk madencilik şirketi CS Global Group (Ado USA) tarafından 2021 yılında West Virginia eyaleti Moundsville şehrinde 10 milyon dolarlık bir barit üretim tesisi yatırımı yapılmıştır. 2022 yılı ilk çeyreğinde faaliyete geçen tesiste 47 kişilik bir istihdam yaratılmıştır.

New York ve civar eyaletlerde (Delaware, New Jersey, New York ve Pennsylvania) sahibi/ortağı Türk veya Türkiye merkezli birçok şirket bulunmaktadır. Özellikle Delaware eyaletinde kurulan şirketler için daha önce değinilen bazı vergi muafiyetleri ve destekleri önemli rol oynayarak,

faaliyetlerini eyalet dışında sürdürmeyi planlayan şirketlerin dahi merkezinin bu bölge olması durumunu ortaya çıkarmaktadır. Bu bölge, 200'ün üzerinde Türkiye merkezli şirkete ev sahipliği yapmaktadır. Öne çıkan sektörler mobilya, tekstil, hazır giyim, mermer/doğaltaş, gıda ve lojistik olarak sıralanabilir. Bölgede yaşayan Türklerin sahip oldukları küçük işletmeler arasında ise; restoran ve marketler, gıda dağıtıcıları, muhasebe ve danışmanlık, araba kiralama ve tamiri ile benzin istasyonları gibi şirketler de bulunmaktadır.

Türkiye merkezli veya Türkiye'de temsilciliği bulunan firmalardan Şikago bölgesinde yer alanlar otomotiv yan sanayi, makine ve makine yedek parçaları, demir ve çelik sektörü, iş makineleri yan sanayii, tekstil ve konfeksiyon, yapı malzemeleri ve lojistik sektörlerinde iştilal etmektedirler.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından Ticaret Bakanlığımız himaye ve destekleri ile Chicago'da bir Türkiye Ticaret Merkezi kurulması yönünde çalışmalar tamamlanmıştır. Merkez, COVID-19 salgınının yarattığı olumsuz koşullara karşın, faaliyete geçmiş bulunmaktadır. Faaliyetlerine 2020 yılında başlamış olan TOBB Trade Center (TTC) Chicago projesi, ABD pazarına giriş yapmak isteyen ülkemiz firmalarına ofis, depolama/ lojistik ve showroom hizmetlerinin verilmesi amacıyla TOBB tarafından hayata geçirilen bir projedir. Projede, Türkiye'den 78 firmaya ofis, depo ve showroom hizmetleri sağlanmaktadır.

Bölgede küçük esnaf niteliğinde girişimci ve işletmeler de bulunmakta olup, bu girişimciler gerek sayı gerekse toplam değer büyüklüğü itibarıyla bölgedeki Türk yatırımlarının büyük bölümünü oluşturmaktadır. Bölgede yaşayan Türklerin sahip oldukları küçük işletmeler arasında; danışmanlık, lokanta, market, araba tamiri, limuzin kiralama ve taşıma şirketi vb. firmalar bulunmaktadır.

Houston/Texas ve civar bölgede (Alabama, Arkansas, Louisiana, Missisipi, Oklahoma, New Meksiko ve Tennessee); Türkiye'den gelen sermaye ile kurulduğu tespit edilen belli başlı firmalar arasında soğutma ekipmanları sektöründe Sevel USA, kimya sektöründe ARKEM Chemicals Inc., silah sektöründe HATSAN USA Inc., mermer ve doğaltaş sektöründe Patara Stone Inc ve Lone Star Marble otomotiv sektöründe Nobel Automotive LLC, Sampa ve Omtek Otomotiv iplik üretiminde Kordsa, demir çelik sektöründe Çolakođlu (Med-Trade), Seba Holding, Borusan Mannesman, Advanced Sinter Metal Technologies, Bellville Tube Company bakır tel üretiminde CN Wire, denizde güvenlik ekipmanları sektöründe Delmar Safety, enerji sektöründe AKSA Jenaratör, gıda sektöründe Rasagra Gıda Dış Ticaret ve Işık Tarım, çimento sektöründe Çimsa, mobilya sektöründe Minar Concept, tekstil sektöründe Adaste Home, Global Tex ve Akın Industries LLC, lojistik sektöründe Barsan Global, hediyelik eşya sektöründe Zeugma Art Bites yer almaktadır. Bunun yanında, yazılım, restoran, market, mobilya, oto galeri, seyahat acentesi sahibi veya inşaat ve emlakçılık işiyle geçimini kazanan vatandaşlarımız da bulunmaktadır. Bu firmaların ortak özelliklerinden biri de oldukça küçük sermayelerle faaliyet göstermeleri ve Türkiye'deki firmalar ile organik bağları bulunduğu için ciddi sermaye değerlerini ABD'ye getirmemiş olmalarıdır.

Los Angeles bölgesinde sahibi/ortağı Türkiye merkezli olan birçok şirket bulunmaktadır. İlgili şirketlerin faaliyet alanlarının özellikle Kaliforniya eyaletinde yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Öte yandan, şirketlerin kuruluş yerleri açısından değerlendirildiğinde özellikle şirket kuruluş süreçleri ve çeşitli vergi avantajları sebebiyle Wyoming eyaletinde kurulan Türk yatırımlı şirketlerin sayısının arttığı anlaşılmaktadır. Bölgede 100'ün üzerinde firma faaliyet göstermekte olup, bu yatırımların/şirketlerin bulunduğu eyaletler özelinde dağılımına bakıldığında Kaliforniya (Los Angeles, San Francisco, San Diego), Washington (Seattle, Kent), Nevada (Las Vegas) merkezlerinin ön plana çıktığı gözlemlenmektedir. Yatırımların sektörel dağılımına bakıldığında, havacılık ve otomotiv sanayi, tekstil ve hazır giyim, gıda, mobilya, doğal taşlar, elektronik eşyalar, beyaz eşya ve ev aletleri, mücevherat, bilişim yazılım, lojistik sektörlerinin ön plana çıktığı görülmektedir.

### **7.6.1. Türk Yatırımcıların Karşılaştıkları Sorunlar**

ABD'de yabancı yatırımcıya yönelik olumsuz olarak algılanabilecek uygulamalar dikkati çekmemekle birlikte, ülkenin büyüklüğü ve Federal sistemden kaynaklanan detaylı yasal düzenlemeler ağının gereklerini yerine getirme konusunda güçlükler yaşanabilmektedir. Dolayısıyla, yatırım sürecinde bir hukuk ve vergi danışmanı ile çalışılmasını zorunlu kılan bir maliyet unsuru girişimcilerin karşısına çıkmaktadır. Yabancı girişimciler açısından en önemli zorluğun ise büyük ve köklü bir pazarda halihazırda yerleşik rakipler karşısında pazara girişte ve tutunmada yaşanabilecek güçlükler olduğu gözlenmektedir. Bunun da pazarda halihazırda dağıtım ve erişim kanallarına vakıf olamamaktan kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

Türk iş adamlarımızın ABD'ye yönelik olarak yatırım planlarında, yatırımın yapılacağı sektör ve eyalet seçimine ilişkin çalışmaların titizlikle yapılmasının büyük önem taşıdığı değerlendirilmektedir. ABD'ye yatırım yapmayı planlayan firmalara yönelik teşvik ve yardım unsurlarının gerek federal gerekse eyalet düzeyinde bilinmesinin ve yatırım kararının bu çerçevede alınmasının faydalı olacağı mütalaa edilmektedir. Her eyaletin dinamikleri eyaletlerin sunmakta olduğu yatırım teşviklerinde belirleyici olmaktadır.

Son olarak firmalarımızın yaşadıkları sıkıntılardan bir diğeri de büyük ölçekli yatırım yapan firmalarımızın Türkiye'deki varlıklarının ABD'de teminat olarak kabul edilmeyerek uygun finansman koşullarından yararlanamamaları olmaktadır. Bu konuda özellikle tüm dünyada yaygın şube ağı olan uluslararası bankalarla çalışılmış olmasının ABD'de kredi imkanları hususunda dosyaların değerlendirilme aşamasında avantajlı olduğu görülmektedir.

## **8. TÜRKİYE İLE TİCARET**

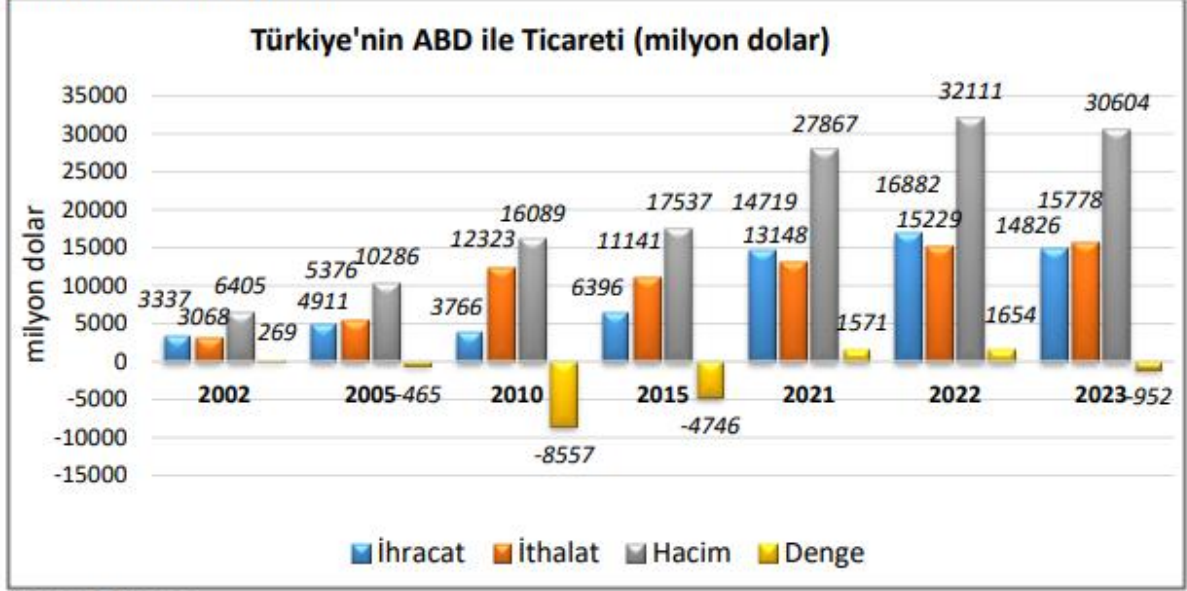
### **8.1. Genel Durum**

Türkiye, ticaret ve yatırım açısından birçok ABD şirketi için önemli bir pazardır. Benzer şekilde ABD, ihraç ürünlerimiz açısından önemli bir pazardır ve ikinci en büyük ihraç pazarımız konumuna gelmiştir. ABD ile ekonomik iş birliğini teşvik etmek için çeşitli ikili anlaşmalar mevcuttur.

## 8.2. Türkiye ile Dış Ticareti

2023 yılında ABD'ye ihracatımız 14 826 milyon dolar, (bir önceki yıla göre yüzde 12,2 azalış) ve ithalatımız 15 778 milyon dolar (bir önceki yıla göre yüzde 3,6 artış) olarak gerçekleşmiştir.

### Türkiye-ABD Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

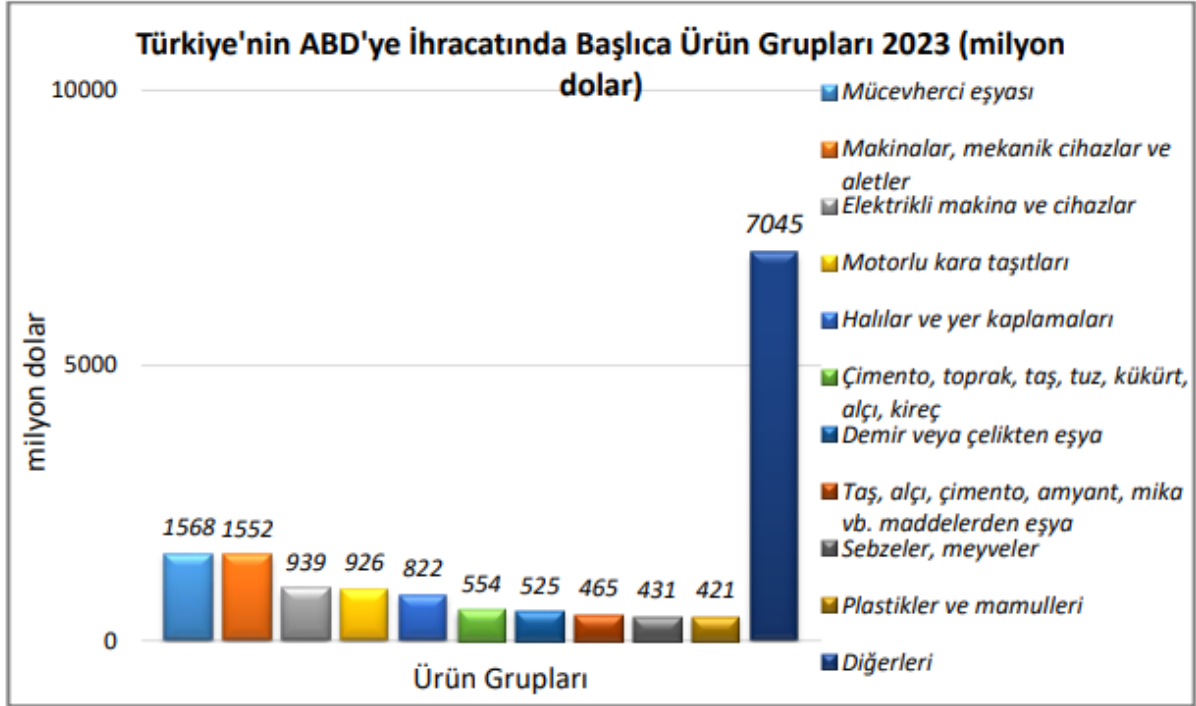
### 8.2.1. Yürürlükte Olan Anlaşma ve Protokoller

Anlaşma Adı	İmza Tarihi	Resmî Gazete Tarihi ve Sayısı
Türkiye Cumhuriyeti ve Amerika Birleşik Devletleri Arasında Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunmasına Dair Anlaşma	03.12.1985	13.08.1989/20251
Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Amerika Birleşik Devletleri Hükümeti Arasında Gelir Üzerinden Alınan Vergilerde Çifte Vergilendirmeyi Önleme ve Vergi Kaçakçılığına Engel Olma Anlaşması	28.03.1996	31.12.1997/23217
Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Amerika Birleşik Devletleri Hükümeti Arasında Gümrük İdarelerinin Karşılıklı Yardımlaşmasına İlişkin Anlaşma	28.03.1996	30.06.1996 / 22682
Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Amerika Birleşik Devletleri Hükümeti Arasında Ticaret ve Yatırım İlişkilerinin Geliştirilmesine İlişkin Anlaşma	29.09.1999	11.02.2000 / 23961



### 8.3. Türkiye'nin İhracatında Başlıca Ürünler

#### Türkiye'nin ABD'ye İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

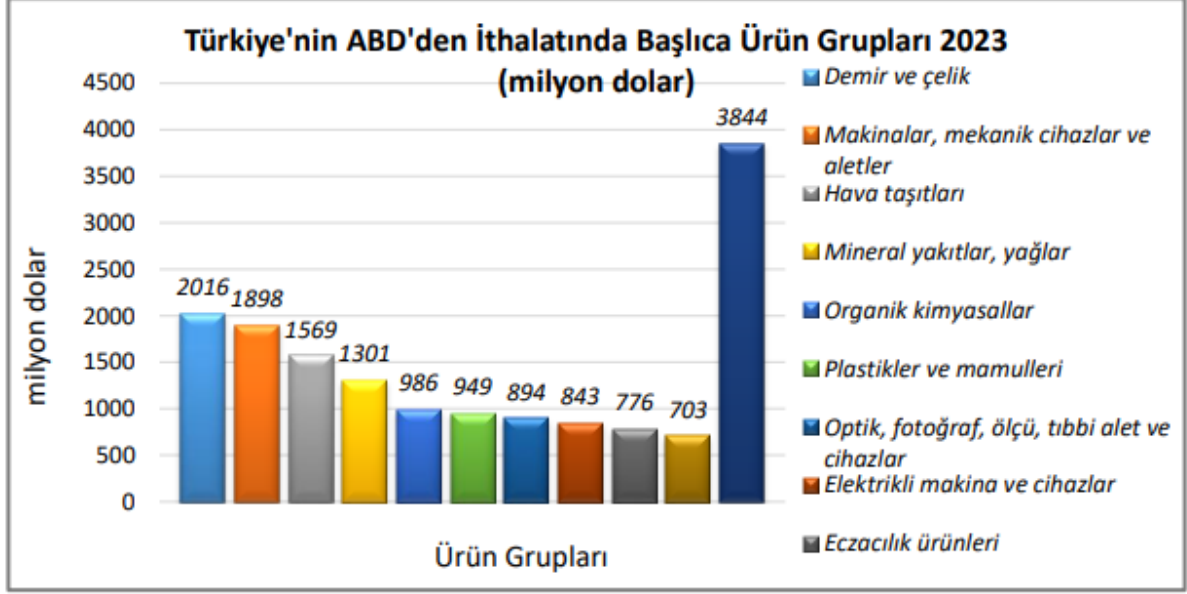
ABD'nin 2023 yılı toplam ithalatı dikkate alındığında;

- Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (GTİP:5702) ithalatının yüzde 47'si (769 milyon \$)
- Çimento (GTİP:2523) ithalatının yüzde 27'si (730 milyon \$)
- Spor için av tüfekleri ile işaret ve manevra fişeği atabilen tabancalar (GTİP:9303) ithalatının yüzde 20'si (157 milyon \$)
- Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar (kayagan taşı hariç), mozaik için küp şeklinde taşlar, granüller (GTİP:6802) ithalatının yüzde 13'ü (383 milyon \$)
- Zeytinyağı (GTİP:1509) ithalatının yüzde 10'u (211 milyon \$)
- Meyve ve sebze suları (GTİP:2009) ithalatının yüzde 9'u (322 milyon \$)
- Seramikten döşeme/kaplama karoları, kaldırım taşları, mozaik küpler, vb. ve bitirme seramikleri (GTİP:6907) ithalatının yüzde 7'si (166 milyon \$)
- Kakao içermeyen şeker mamulleri (beyaz çikolata dahil) (GTİP:1704) ithalatının yüzde 7'si (220 milyon \$)
- Mücevherci eşyası ve aksamı (GTİP:7113) ithalatının yüzde 4'ü (516 milyon \$)
- Nevresim takımları, masa örtüleri, tuvalet bezleri, tuvalet havluları, mutfak bezleri, mutfak takımları (GTİP:6302) ithalatının yüzde 4'ü (209 milyon \$)
- Gümüş (altın veya platin yaldızlı gümüş dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde) (GTİP:7106) ithalatının yüzde 3'ü (201 milyon \$)
- Kıymetli metallere veya kıymetli metallerle kaplama metallere, diğer eşya (GTİP:7115) ithalatının yüzde 3'ü (386 milyon \$)

Türkiye'den yapıldığı görülmektedir.

#### 8.4. Türkiye'nin İthal Ettiği Başlıca Ürünler

##### Türkiye'nin ABD'den İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

## 9. İHRACATTA POTANSİYEL ARZ EDEN SEKTÖR VE ÜRÜNLER

Türkiye ile ABD arasındaki ikili ticaretin sektörel yapısı, Türkiye'nin genel ihracat ve ithalatının sektörel bazda izlediği seyir, ABD'nin genel ithalatının sektörel yapısı ve hacmi, ABD'nin ürün grupları itibarıyla en çok ithalat yaptığı ülkeler, dış ticaret mevzuatı ve gümrük vergileri gibi unsurlar dikkate alınarak hazırlanan sektörel bazda ülkemizin ABD'ye yönelik ihracatında potansiyel arz eden detaylı ürün matrisleri Bakanlığımız web sayfasında yer almaktadır.

<https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/kuzey-amerika/abd/potansiyel-urun-matrisleri>

Ayrıca ülkemizin ABD'ye yönelik ihracatında potansiyel arz eden belli başlı bazı ürünler aşağıda sıralanmıştır.

- **Gıda** (Dondurulmuş, Kurutulmuş ve Konserve Meyve ve Sebze Mamulleri, Zeytinyağı, Şekerleme ve Çikolata, Alkolsüz İçecekler-Meyve Suları, Organik Tarım Ürünleri)
- **İşlenmiş Mermer**
- **Kimyasallar** (Sabunlar, Plastik ve Mamulleri, Kauçuk Mamulleri)
- **Deri ve Mamulleri** (Giyim ve Seyahat eşyası)
- **Tekstil** (Pamuktan ve Sentetik İplik ve Kumaşlar, Halılar ve Ev Tekstili)
- **Hazır giyim**
- **Ev Tekstili**
- **Toprak Mamulleri** (Seramik Mamulleri, Cam ve Cam Eşya)
- **Mücevherat** (Altın Mücevherat)
- **Demir-dışı Metaller** (Bakır ve Alüminyum Mamulleri)
- **Makineler** (Pompalar, Klima Cihazları, Buzdolapları, Dondurucular, Soğutucular, Kurutma, Filtre, Arıtma Cihazları, Ağır İş Makinaları Aksam ve Parçaları, Metal İşleme Makinaları, Toprak, Taş, Metal Cevheri vb. Makinaları, Muslukçu-Borucu Eşyası, Rulmanlar)
- **Elektrik-Elektronik** (Elektrik Transformatörleri, Statik Konvertisörler, Endüktörler, Elektrikli Su Isıtıcıları, Elektro-termik Cihazlar (Şofbenler), Kablolar)
- **Otomotiv Yan Sanayii**
- **Mobilyalar** (Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam-Parçaları, Aydınlatma Cihazları)
- **Güneş Panelleri/Hücreler**

## 10.PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR

### 10.1. İş Kültürü

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

İş görüşmeleri son derecede hızlı bir tempoyla yürümektedir. ABD iş kültüründe "vakit nakittir" kavramı çok ciddi bir şekilde takip edilmektedir. Amerikalılar görüştükleri iş adamlarının farklı kültürlerden olduklarının çoğu kez farkına bile varmazlar. İş her zaman için ön plandadır. Toplantıları problem-çözme mantığı içinde yürütürler ve "al-ver " taktiğini uygulurlar. 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 içerisindedirler.

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.

### 10.2. Para Kullanımı

Nakit ödemenin pek tercih edilmediği ABD’de kredi kartı, banka kartı ve hesap kartı kullanım oranı yüzde 82, Paypal gibi ödeme yöntemleri kullanımı yüzde 66, Visa Checkout, Masterpass kullanımı yüzde 26, Apple cüzdan ve Google cüzdan kullanımı yüzde 11, Venmo gibi uygulamaların kullanımı yüzde 56 ve Zelle uygulamasının kullanımı yüzde 35 oranındadır.

### 10.3. Resmi Tatiller ve Mesai Saatleri

1 Ocak Pazartesi	New Year’s Day
15 Ocak Pazartesi	Mr. Luther King Day
19 Şubat Pazartesi	Washington’s Birthday
27 Mayıs Pazartesi	Memorial Day
19 Haziran Çarşamba	Juneteenth National Independence Day
4 Temmuz Perşembe	Independence Day
2 Eylül Pazartesi	Labor Day
14 Ekim Pazartesi	Columbus Day
11 Kasım Pazartesi	Veterans Day
28 Kasım Perşembe	Thanksgiving Day
25 Aralık Çarşamba	Christmas Day

Kaynak: <https://www.opm.gov/policy-data-oversight/pay-leave/federal-holidays/#url=2024>

### 10.4. Yerel Saat

Kışın, Atlas Okyanusu kıyısı (EST) Türkiye’den 8 saat, Büyük Okyanus kıyısı (PST) ise 11 saat geridedir. Mart-Kasım ayları arasında ise saat farkı doğu kıyısı için 7, batı kıyısı için 10 saattir.

### 10.5. Pasaport ve Vize İşlemleri

Türk iş adamlarımızın ABD’ye seyahatlerinde Göçmenlik Dışı Vize almaları gerekmektedir. Göçmen Olmayan Vize Bölümü ülkeye geçici olarak iş veya turistik amaçlı seyahat eden kişilerin başvurularını değerlendirir. Başvurular sadece randevu yoluyla kabul edilir. 1 Şubat 2010 itibarıyla, ABD Ankara Büyükelçiliği’nden veya 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 Şirket içi 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 "<https://ceac.state.gov/genniv/>" linki kullanılabilir.

Daha önceden ABD vizesi bulunan, vizenin bitiş tarihinden itibaren 48 ay geçmemiş ve kişisel bilgilerde ve vize kategorisinde değişiklik olmayan başvuru sahiplerinin vize görüşmesi yapmadan başvuru yapabilme durumları olabilmekte olup <https://tr.usembassy.gov/tr/visas-tr/nonimmigrant-visas-tr/> linkinde yer alan "Vize görüşmesine ihtiyacım var mı?" bölümünün incelenmesi gerekmektedir.

ABD vizesi için başvuru randevuları; [www.usvisa-info.com](http://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](http://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 ABD dolarıdır. Vize başvuru ücretleri, ödeme yöntemleri ve başvuru ücretlerine ilişkin hükümler ve koşullara ilişkin detaylı bilgiye "<https://ais.usvisa-info.com/tr-tr/niv/information/fee>" linkinden ulaşılabilir.

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 "[https://ais.usvisa-info.com/tr-tr/niv/information/required\\_docs](https://ais.usvisa-info.com/tr-tr/niv/information/required_docs)" linkinden bilgi alınabilmektedir.

## 11.ŞİRKET KURULUMU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER

### 11.1. 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:

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

ABD'de şirket kurmak isteyen yabancı iş adamlarının "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 iş adamı 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 nedeniyle 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. [Corporations in the United States pay federal corporate income taxes levied at a 21 percent rate.](#)

**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.

Formalitetlerin 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 bildirim 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 unvan kullanamaz.

## **11.2. Şirket Kurma Prosedürü**

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

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

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

**Virginia** <https://bos.sbsd.virginia.gov/>

**Maryland** <https://open.maryland.gov/resources/start-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](https://www.nj.gov/njbusiness/documents/Doing_Business_in_New_Jersey08.pdf)

**New York** - <https://dos.ny.gov/form-corporation-or-business>

**Pennsylvania** <https://www.pa.gov/guides/starting-a-business/>

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

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

**SBA STARTING BUSINESS** - <https://www.sba.gov/business-guide/launch-your-business/pick-yourbusiness-location>

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

**Illinois**-

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

ABD’de eyaletten eyalete değişiklik göstermekle birlikte işletmelerin çalışanlarına tazminat sigortası yaptırmaları ve işletmelere ait araçların sigortalanması çoğunlukla zorunludur. Bunun yanı sıra bazı eyaletler, müşterilerin memnuniyetsizliklerinden doğan davalardan doğan maliyetlerin karşılanması için profesyonel sorumluluk sigortaları yaptırmalarını zorunlu kılmaktadır. Bu çerçevede, ABD’de iş yapacak firmaların risklerini değerlendirerek itibarlı bir sigorta şirketi aracılığıyla sigorta yaptırmaları ve işletme sigortalarının her yıl yeniden değerlendirilerek yinelenmesi önerilmektedir. ABD’de başlıca sigorta şirketleri; State Farm, Hiscox, Nationwide, The Hatford, Travelers, Liberty Mutual ve Progressive Commercial’dır.

### **11.3. Bankacılık Mevzuatı**

ABD’de yüzlerce banka ve ABD’ye yayılmış diğer finansal kuruluşlarla sofistike bir bankacılık sistemi bulunmaktadır. Ayrıca, finansal kiralama şirketleri, finans şirketleri ve faktoring şirketleri de dahil olmak üzere uzmanlaşmış kuruluşlar, varlıklara dayalı finansman sunmaktadırlar. Birçok denizaşırı banka da ABD’de bankacılık operasyonları kurmuştur. ABD’de genel olarak mevduatlar Federal Mevduat Sigorta Kurumu ( FDIC ) tarafından garanti altına alınmaktadır.

ABD’de bir banka hesabı açılması kararının alınması öncesinde, ABD’de kredi kullanılıp kullanılmayacağı, ticari hizmetler, noter hizmetleri veya finansal danışmanlığa ihtiyaç duyulup duyulmadığı, ücretli işçi çalıştırılıp çalıştırılmayacağı vb. Kararların verilmesi gerekmektedir. Örnek vermek gerekirse, ABD’de bankaya ihtiyaç duyma sebebiniz yalnızca satışlardan gelen paranın toplanması ise, alternatif ödeme yöntemlerinin (APMs) kullanılması daha pratik olacaktır.

ABD’de banka hesabı açılmadan önce yapılması gereken başlıca şey, eyalet düzeyinde bir işletme kurulmasıdır. Bu işlem genellikle basit bir süreç olup 24 ila 48 saat sürmektedir. İşletme kurulduktan sonra Federal İşveren Kimlik Numarasına (Federal Employer Identification Number-FEIN) (Form SS-4) başvurulması gerekmektedir. Bu formu imzalayan şirket temsilcisinin ABD vatandaşı olması durumunda işlem hemen tamamlanmakta, diğer durumlarda süreç iki üç haftaya kadar uzayabilmektedir. FEIN alındıktan sonra ABD’de banka hesabı başvurusu yapılabilecektir. Normal şartlarda şirket banka hesabı açılması üç hafta civarında sürmekte ve şahsen görüşme talep edilebilmektedir. Banka hesabı açılması sürecinde FEIN confirmasyon mektubu, yüzde 25’ten fazla paya sahip şirket yetkililerinin bilgileri, adres kanıtı, ABD’deki işletmenin adresi, fotoğraflı kimlik ve şirkete ilişkin diğer bazı bilgiler talep edilebilmektedir.

ABD’de döviz kontrolü bulunmamakta olmasına karşın yüksek meblağların transferine ilişkin kimi zaman bilgi talep edilebilmektedir. Ayrıca, ABD’de yerleşik kişi ve firmalarca bir önceki takvim yılında ABD dışında herhangi bir ülkede 10 bin ABD doları üzerinde para bulunan bir banka hesabının sahibi olunması durumunda, takip eden yılın 30 Haziran tarihine kadar FinCEN ağı üzerinden Form 114’ün (Report of Foreign Bank and Financial Accounts) doldurulması gerekmektedir.

#### 11.4. Sosyal Güvenlik Uygulamaları

ABD'de sosyal güvenlik, bireylere ve ailelere mali yardım ve destek sağlayan bir federal hükümet programını ifade etmektedir. Program Sosyal Güvenlik İdaresi (SSA) tarafından yönetilmektedir. ABD'deki sosyal güvenlik uygulamalarına ilişkin önemli noktalar şunlardır:

**Emeklilik Yardımları:** Sosyal güvenlik sistemi, çalışma yıllarında bordro vergileri yoluyla sisteme katkıda bulunan hak sahibi kişilere emeklilik yardımı sağlar. Yardımın miktarı bireyin kazanç geçmişine bağlıdır.

**Engelli Yardımları:** Sosyal güvenlik, engellilik nedeniyle çalışamayan kişilere engelli yardımları sunmaktadır. Uygunluk tıbbi kriterlere göre belirlenir ve başvuru sahiplerinin önemli bir iş geçmişine sahip olması gerekir.

**Hayatta Kalanlara Sağlanan Yardımlar:** Sosyal güvenlik, ölen işçilerin eşlerine ve bakmakla yükümlü oldukları kişilere maddi destek sağlar. Dullar ve çocuklar da dahil olmak üzere hayatta kalanlar, ölen işçinin kazanç kaydına dayalı olarak yardımlardan yararlanma hakkına sahip olabilir.

**Medicare:** Sosyal güvenlik, 65 yaş ve üzeri bireylerin yanı sıra bazı genç engelli bireylere de sağlık sigortası sağlayan Medicare programını içermektedir.

**Finansman:** Sosyal güvenlik, Federal Sigorta Katkı Yasası (FICA) vergileri olarak bilinen bordro vergileri yoluyla finanse edilmektedir. İşçiler ve işverenleri bu bordro vergileri aracılığıyla sosyal güvenliğe katkıda bulunurken, serbest meslek sahibi kişiler de Serbest Meslek Katkı Yasası (SECA) vergileri aracılığıyla katkıda bulunur.

**Tam Emeklilik Yaşı:** Bireylerin sosyal güvenlik emeklilik yardımlarının tamamını alabilecekleri yaş, Tam Emeklilik Yaşı (FRA) olarak bilinmektedir. FRA, doğum yılını temel alır ve 65 ile 67 arasında değişmektedir.

**Erken ve Gecikmeli Emeklilik:** Bireyler 62 yaşından itibaren sosyal güvenlik yardımlarından yararlanmayı seçebilirler ancak yardım miktarı emeklilik yaşının artmasıyla fazlaşır.

**Sosyal Güvenlik Numaraları (SSN'ler):** Sosyal Güvenlik Numarası (SSN), sosyal güvenlik ve vergilendirme amacıyla bireylere atanan numaralardır. SSN'ler, kazançların ve sosyal haklardan yararlanma durumunun takibi açısından önemlidir.

**Yaşam Maliyeti Ayarlamaları (COLA):** Sosyal Güvenlik yardımları, yaşam maliyetindeki değişiklikleri hesaba katacak şekilde yıllık olarak ayarlanabilir, böylece yardımların enflasyona ayak uydurması sağlanır.

## 12.ÖNEMLİ ADRESLER VE İLETİŞİM BİLGİLERİ

### 12.1. Sanayi ve Ticaret Odaları

<https://www.uschamber.com/>

### 12.2. İthalat ve İhracat ile İlgili Kurum ve Kuruluşlar

Avukat Bulma	<a href="http://www.lawyers.com/">http://www.lawyers.com/</a>
ABD'de İş Yapma	<a href="http://www.buyusainfo.net/">http://www.buyusainfo.net/</a> ,
Commercial News USA	<a href="http://www.cnewsusa.com/">http://www.cnewsusa.com/</a>
ABD İhracatçılar Rehberi	<a href="http://www.usa-export.com/">http://www.usa-export.com/</a>
ABD Sanayi Rehberi	<a href="http://www.buyusainfo.net/industries.cfm?loadnav=yes">http://www.buyusainfo.net/industries.cfm?loadnav=yes</a>
ABD Şirket Bilgileri	<a href="http://www.corporateinformation.com/uscorp.html">http://www.corporateinformation.com/uscorp.html</a>
Buy USA	<a href="http://www.buyusa.com/cgi-bin/db2www/index.d2w/input">http://www.buyusa.com/cgi-bin/db2www/index.d2w/input</a>
İş Rehberi	<a href="http://www.business.gov/busadv/index.cfm">http://www.business.gov/busadv/index.cfm</a> ,
Üniversiteler	<a href="http://www.utexas.edu/world/univ/state/">http://www.utexas.edu/world/univ/state/</a>
Ticari ve Mesleki Birlikler	<a href="http://www.pueblo.gsa.gov/crh/trade.htm">http://www.pueblo.gsa.gov/crh/trade.htm</a>

### ABD'de Tarım Alanında Faaliyet Gösteren Dernekler

<u>Grocery Manufacturers of America</u>	<a href="http://www.gmabrands.com/">http://www.gmabrands.com/</a>
<u>Ohio Grocers Association</u>	<a href="http://www.ohiogrocers.org/">http://www.ohiogrocers.org/</a>
<u>American Society of Baking</u>	<a href="http://www.asbe.org/">http://www.asbe.org/</a>
<u>Food Marketing Institute</u>	<a href="http://www.fmi.org/">http://www.fmi.org/</a>
<u>Washington Specialty Foods Association</u>	<a href="http://www.waspecialtyfoods.org/">http://www.waspecialtyfoods.org/</a>
<u>North American Association of Food Equipment</u>	<a href="http://www.nafem.org/">http://www.nafem.org/</a>
<u>USA Dry Pea and Lentil Council</u>	<a href="http://www.pea-lentil.com/">http://www.pea-lentil.com/</a>
<u>Associated New York State Food Processors</u>	<a href="http://www.nyfoodprocessors.org">http://www.nyfoodprocessors.org</a>
<u>The Wine Institute</u>	<a href="http://www.wineinstitute.org/">http://www.wineinstitute.org/</a>
<u>Northeast Fresh Food Alliance</u>	<a href="http://www.neffa.com/">http://www.neffa.com/</a>
<u>National Watermelon Association</u>	<a href="http://www.nwaqueen.com/">http://www.nwaqueen.com/</a>
<u>Washington Association of Wine Grape Growers</u>	<a href="http://www.wawgg.org/">http://www.wawgg.org/</a>
<u>Illinois Food Retailers Association</u>	<a href="http://www.ilfood.org/">http://www.ilfood.org/</a>
<u>American White Wheat Processors Association</u>	<a href="http://www.awwpa.com/">http://www.awwpa.com/</a>
<u>Southern Bakers Association</u>	<a href="http://www.sba.org/">http://www.sba.org/</a>
<u>California League of Food Processors</u>	<a href="http://clfp.com/">http://clfp.com/</a>
<u>Tennessee Specialty Foods Association Inc.</u>	<a href="http://tsfagourmet.com">http://tsfagourmet.com</a>
<u>American Wholesale Marketers Association</u>	<a href="http://www.awmanet.org">http://www.awmanet.org</a>
<u>Manufacturers' Agents for the Food Service Industry</u>	<a href="http://www.mafsi.org/">http://www.mafsi.org/</a>
<u>Food Shippers of America</u>	<a href="http://www.foodshippersofamerica.org/">http://www.foodshippersofamerica.org/</a>
<u>Iowa Grape Growers Association</u>	<a href="http://www.iowagrapegrowers.org/">http://www.iowagrapegrowers.org/</a>
<u>Northwest Food Processors Association</u>	<a href="http://www.nwfpa.org/nwfpal/">http://www.nwfpa.org/nwfpal/</a>
<u>Hawaii Food Manufacturers Association</u>	<a href="http://www.foodsofhawaii.com/">http://www.foodsofhawaii.com/</a>



### ABD’de Turizm Alanında Faaliyet Gösteren Dernekler

ASTA-American Society of Travel Agencies

USTOA-United States Tour Operators Association

SITE-Society of Incentive Tourism

CLIA-Cruise Lines International Association

### Amerika Birleşik Devletleri’ndeki Türk Dernekleri

Assembly of Turkish American Associations (ATAA), Washington, DC <http://www.ataa.org>

The American Turkish Council (ATC), Washington, DC <http://www.americanturkishcouncil.org>

Turkish-American Scientists and Scholars Association (TASSA) Washington, DC

<http://www.tassausa.org>

Turkish American Chamber of Commerce and Industry <http://www.turkishuschamber.org>

Turkish American Business Forum <http://www.forum.org>

The Institute of Turkish Studies (ITS), Washington, DC <http://www.turkishstudies.org>

Federation of Turkish American Associations (FTAA) <http://www.ftaa.org>

Ataturk Society of America (ASA) <http://www.ataturksociety.org>

### Önemli Perakende Zincirleri ve Çok Katlı Mağazalar:

Wal-Mart Stores Inc.	<a href="http://www.walmart.com/">http://www.walmart.com/</a>
Th Kroger Co.	<a href="http://www.kroger.com">http://www.kroger.com</a>
Costco	<a href="http://www.costco.com">http://www.costco.com</a>
Target Inc.	<a href="http://www.target.com/">http://www.target.com/</a>
Kohl’s Inc.	<a href="http://www.kohls.com/main/home.jsp">http://www.kohls.com/main/home.jsp</a>
K Mart Corporation	<a href="http://www.kmartcorp.com/corp/">http://www.kmartcorp.com/corp/</a>
Sears Inc.	<a href="http://www.sears.com/sr/homepages/sears_homepage.jsp">http://www.sears.com/sr/homepages/sears_homepage.jsp</a>
Macy’s Inc.	<a href="http://www.macys.com/index.ognc">http://www.macys.com/index.ognc</a>
Nordstrom Inc.	<a href="http://store.nordstrom.com/Default.asp?ce=1">http://store.nordstrom.com/Default.asp?ce=1</a>
Bloomingdales Inc.	<a href="http://www.bloomingdales.com">http://www.bloomingdales.com</a>
Saks Inc.	<a href="http://www.saksincorporated.com/our_stores.html">http://www.saksincorporated.com/our_stores.html</a>
JC Penney Inc.	<a href="http://www0.jcpenney.com/jcp/default.asp">http://www0.jcpenney.com/jcp/default.asp</a>
Linen’s Things, Inc.	<a href="http://www.lnt.com/home/index.jsp">http://www.lnt.com/home/index.jsp</a>
Bed, Bath and Beyond Inc.	<a href="http://www.bedbathandbeyond.com/default.asp?order_num=-1&amp;">http://www.bedbathandbeyond.com/default.asp?order_num=-1&amp;</a>

## Amerika Birleşik Devletleri'nde Bulunan Önemli Devlet Kuruluşları

ABD'deki bütün eyaletlerin resmi sayfalarına

<http://www.globalcomputing.com/states.html> adresinden ulaşılması mümkündür.

ABD'deki bütün resmi kurumların internet adreslerine <http://www.gksoft.com/govt/en/us.html> adresinden ulaşmak mümkündür.

Diğer bazı kuruluşların internet adresleri aşağıda gösterilmiştir:

Ekonomik Analiz Bürosu	<a href="http://www.bea.doc.gov/">http://www.bea.doc.gov/</a>
ABD Eximbank	<a href="http://www.exim.gov/index.html">http://www.exim.gov/index.html</a>
Federal İstatistikler Bürosu	<a href="http://www.fedstats.gov/">http://www.fedstats.gov/</a>
İthalat İdaresi	<a href="http://ia.ita.doc.gov/">http://ia.ita.doc.gov/</a>
ABD Ticaret Temsilciliği	<a href="http://www.ustr.gov/">http://www.ustr.gov/</a>
Patent ve Ticari Marka Ofisi	<a href="http://www.uspto.gov/">http://www.uspto.gov/</a>
Tekstil ve Konfeksiyon Ofisi	<a href="http://www.otexa.ita.doc.gov/">http://www.otexa.ita.doc.gov/</a>
Ticari ve Ekonomik Analiz Ofisi	<a href="http://www.ita.doc.gov/td/industry/otea/">http://www.ita.doc.gov/td/industry/otea/</a>
Küçük İşletmeler İdaresi	<a href="http://www.sbaonline.sba.gov/">http://www.sbaonline.sba.gov/</a>
Federal Tüketici Bilgi Merkezi	<a href="http://info.gov/">http://info.gov/</a>
Gümrük İdaresi	<a href="http://www.customs.ustreas.gov/">http://www.customs.ustreas.gov/</a>
Tarım Bakanlığı Yurtdışı Tarım Servisi	<a href="http://www.fas.usda.gov/">http://www.fas.usda.gov/</a>
Ekonomi ve İstatistik Bürosu	<a href="http://www.esa.doc.gov/508/esa/Bureaus.htm">http://www.esa.doc.gov/508/esa/Bureaus.htm</a>
İhracat İdaresi Bürosu	<a href="http://www.bxa.doc.gov/Default.htm">http://www.bxa.doc.gov/Default.htm</a>
Amerikan İhracatçılar ve İthalatçılar Birliği	<a href="http://www.aaei.org/index.asp">http://www.aaei.org/index.asp</a>

### 12.3. Büyükelçilik, Başkonsolosluk ve Müşavirlik İletişim Bilgileri

#### Vaşington Büyükelçiliği

2525 Massachusetts Avenue, N.W. Washington, D.C. 20008

E-posta [embassy.washingtondc@mfa.gov.tr](mailto:embassy.washingtondc@mfa.gov.tr)

Telefon +1 202 612 67 00/ +1 202 612 67 01

Nöbetçi / Acil Durum Telefonu +1 202 304 38 89

Faks +1 202 612 67 44

Görev Bölgesi :Washington, DC, Virginia, West Virginia, Maryland

#### New York Başkonsolosluğu

821 United Nations Plaza, 10017, New York City, NY

E-posta [consulate.newyork@mfa.gov.tr](mailto:consulate.newyork@mfa.gov.tr)

Telefon +1 (212) 351-7200 (Konsolosluk Çağrı Merkezi 1-888-566-76-56)

Nöbetçi / Acil Durum Telefonu +1 646 204 0011

Faks +1 (212) 983-1293

Görev Bölgesi : New York, New Jersey, Pennsylvania, Delaware

### **Houston Başkonsolosluğu**

5333 Westheimer Road, Suite 1050 Houston, TX 77056

E-posta [consulate.houston@mfa.gov.tr](mailto:consulate.houston@mfa.gov.tr)

Telefon +1 713-622 58 49/+1 713-622 03 24/+1 346-439 65 60

Nöbetçi / Acil Durum Telefonu +1 832 774 18 61 / +1 832 997 9127

Faks +1 713-623 66 39

Görev Bölgesi : Arkansas, Alabama, Louisiana, Mississippi, New Mexico, Oklahoma, Tennessee, Texas

### **Boston Başkonsolosluğu**

31 Saint James Avenue, Suite #840, Boston, MA 02116

E-posta [consulate.boston@mfa.gov.tr](mailto:consulate.boston@mfa.gov.tr)

Telefon +1 857 250 47 00

Nöbetçi / Acil Durum Telefonu +1 857 207 9284

Faks +1 857 250 4748

Görev Bölgesi : Massachusetts, Maine, New Hampshire, Rhode Island, Vermont, Connecticut

### **Chicago Başkonsolosluğu**

455 N. Cityfront Plaza Dr., (NBC Tower), Suite:2900,  
Chicago, IL 60611

E-posta [consulate.chicago@mfa.gov.tr](mailto:consulate.chicago@mfa.gov.tr)

Telefon +1 312 263 0644

Nöbetçi / Acil Durum Telefonu +1 773 383 55 45

Faks +1 312 263 14 49

Görev Bölgesi : Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, North Dakota, Ohio, South Dakota, Wisconsin

### **Los Angeles Başkonsolosluğu**

8500 Wilshire Blvd. Suite 900,

Beverly Hills, CA 90211

E-posta [consulate.losangeles@mfa.gov.tr](mailto:consulate.losangeles@mfa.gov.tr)

Telefon +1 310 228 4467 +1 310 855 1015 (Tek hat)

Nöbetçi / Acil Durum Telefonu +1 310 779 3288

Faks +1 310 855 1011

Görev Bölgesi : Alaska, Arizona, Colorado, Idaho, California, Montana, Nevada, Oregon, Utah, Washington, Wyoming, Hawaii, Pacific Islands(Northern Mariana Islands, Guam, American Samoa)

### **Miami Başkonsolosluğu**

80 SW 8th St. Suite 2700 Miami FL,33130 (Bina girişi 1st Ave ile 9th St. köşesindedir)

E-posta [consulate.miami@mfa.gov.tr](mailto:consulate.miami@mfa.gov.tr)

Telefon +1 786 655 03 15

Nöbetçi / Acil Durum Telefonu +1 305 646 82 08

Faks +1 786 310 75 84

Görev Bölgesi : Florida, Georgia, North Carolina, South Carolina, Puerto Rico (Karayip Denizi'nde ABD'ye bağlı işlerinde bağımsız özerk bir bölgedir.), Grenada (Karayip Denizi'nde bir ada ülkesidir.)