

Türkiye-ABD İş Ortaklıklarının
Güçlendirilmesi:
ABD Ticaret Odası TradeRoots ve TOBB
İş Ortaklığı Programı
El Kitabı



USAID
AMERİKAN HALKINDAN





Değerli Okuyucular,

Amerikan Ticaret Odası TradeRoots Programı adına, “Türkiye’den ABD Pazarına Giriş Rehberini” sunmaktan memnuniyet duyuyoruz. Bu rehber kitap, Türkiye’deki Küçük ve Orta Ölçekli işletmelerin ABD pazarına girmeye hazırlanırken kullanmalarına yöneliktir.

Bu yayın, TOBB, ABD Ticaret Odası TradeRoots Programı, Türkiye’deki ABD Büyükelçiliği ve ABD Uluslararası Kalkınma Kuruluşu (USAID) işbirliğinde yapılmış geniş kapsamlı projenin bir parçasıdır. Proje kapsamında, Ankara, Kayseri, İzmir, Gaziantep ve İstanbul’da Türkiye-ABD iş ortaklığının güçlendirilmesi amacıyla yapılmış bir dizi eğitim seminerini kapsamaktadır.

Bu eğitim çabaları, ABD Ticaret Odasının amaçlarından olan küresel ticaret için köprüler kurma ve Amerikanın olduğu kadar dünya çapındaki dost ve müttefiklerinin de gelecekteki refahını korumaya yardımcı olma faaliyetlerine destek olmaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan bir piyasada girişimcilik kültürünü destekleyerek ve iş dünyamızdaki ortaklıkları cesaretlendirerek, her iki ulusun refahı ve gücüne katkıda bulunuyoruz.

Bu yayılımızı faydalı bulacağınızı umut ediyoruz.

Thomas J. Donohue
Başkan & CEO
Amerikan Ticaret Odası



Değerli Okuyucular,

Türkiye ile ABD arasındaki ilişkilerin ekonomik ve ticari boyutunun güçlendirilmesi, siyasi ilişkilerin de güçlenmesine katkı sağlayacaktır. Ekonomik ve ticari ilişkilerin geliştirilmesi, iş dünyasının görevidir. Türkiye - ABD İş Ortaklıklarının Güçlendirilmesi Projesi, TOBB ile ABD Ticaret Odası arasında uzun vadeli ve sürdürülebilir ilişkinin tesisi açısından bir “çekirdek” proje rolü oynayacaktır.

M. Rifat Hisarcıkloğlu
Başkan
Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği



ABD PAZARINA GİRMEK İSTEYEN TÜRK İHRACATÇILARI İÇİN REHBER

İÇİNDEKİLER

- I. Giriş
- II. ABD’de İş Yapmak: Kültürel Faktörler
- III. ABD’de İş Yapmak: Genel Bilgiler
- IV. ABD’ye İhracat Yapacaklar için Temel Bilgiler
- V. İş Mevzuatı, Finansman ve ilgili Yasal Konular
- VI. Diğer Bağlantılar ve Kaynaklar
 - A. Amerikan Ticaret Odası, TradeRoots, The Committee of 100
 - B. Amerika’daki Türkiye Büyükelçliği ve Konsoloslukları
 - C. Amerikan Hükümeti Kaynakları
 - D. Küçük Ölçekli İşletme Kaynakları
 - E. Dünya Ticaret Merkezleri
 - F. Faydalı Diğer Bağlantılar
 - G. 2007–2008 Ticaret Fuarı Takvimi
 - H. ABD’deki Türk-Amerikan Kuruluşları
 - I. Türkiye–ABD İş Ortaklıklarının Güçlendirilmesi Projesi: ABD Firmaları Gözüyle ABD Pazarında Türk Yazılım, Mobilya, Otomobil Parçaları, Mermer-Doğal Taş ve Aydınlatma Ürünleri



I. GİRİŞ

“*Türkiye’den ABD Pazarına Giriş Rehberi*” ni sunmaktan memnuniyet duyuyoruz. Bu yayın, ABD pazarına girmeye hazırlanan Türkiye’deki küçük ve orta ölçekli işletmelerin yararlanmaları amacıyla hazırlanmıştır.

ABD Ticaret Odası tarafından hazırlanan bu yayın, TOBB, ABD Ticaret Odası TradeRoots Programı, Türkiye’deki ABD Büyükelçiliği ve ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı (USAID) işbirliğinde yapılmış geniş kapsamlı projenin bir parçasıdır. Proje kapsamında, Ankara, Kayseri, İzmir, Gaziantep ve İstanbul’da Türkiye-ABD iş ortaklığının güçlendirilmesi amacıyla yapılmış bir dizi eğitim seminerini kapsamaktadır.

Bu eğitim çabaları, ABD Ticaret Odasının amaçlarından olan, küresel ticaret için köprülerin kurulması ve Amerika Birleşik Devletlerinin ve dünya çapındaki dostları ve müttefiklerinin gelecekteki refahlarını güvence altına almaya yardımcı olma amaçlarını desteklemektedir. Bu Proje ile Türkiye’deki girişimcilik kültürünü destekleyerek ve iş çevrelerimiz arasında yeni ortaklıklar kurulmasını teşvik ederek, her iki ulusun da gücüne ve zenginliğine katkıda bulunmayı amaçlıyoruz.

Bu yayınımızı faydalı bir araç olarak göreceğinizi umut ediyoruz.

ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı (USAID)

Dünya çapında Amerika Birleşik Devletlerinin bir damgası olarak var olan ve bir ulus olarak Amerika’nın gerçek karakterini dünyaya gösteren insancıl çabalardır.

ABD dış yardımı, her zaman, bir yandan gelişmekte olan dünyanın vatandaşlarının hayatlarının iyileştirilmesi diğer yandan da Amerika’nın demokrasinin ve serbest piyasaların yaygınlaştırılmasındaki dış politika



çkarlarının ileriye götürmesi olmak üzere iki yönlü bir amaca sahip olmuştur. USAID dünya çapında bu hedeflere ulaşmak için çalışmaktadır.

USAID'ın geçmişi İkinci Dünya Savaşından ve Truman Yönetiminin Point Four Programından sonra Marshall Planının Avrupa yeniden yapılandırmasına kadar gitmektedir. 1961 senesinde Dış Yardım Tasarısı kanun haline getirildi ve USAID ABD Başkanının kararnamesi ile yaratıldı.

USAID'in çalışmaları şunları destekleyerek uzun dönemli ve adil ekonomik büyümeyi desteklemekte ve ABD dış politika hedeflerini geliştirmektedir: ekonomik büyüme, tarım ve ticaret; küresel sağlık ve demokrasi, çatışmanın önlenmesi ve insani yardım. USAID dünyada dört bölgede yardım sağlamaktadır: Sub-Saharan Afrika; Asya ve Yakın Doğu; Latin Amerika ve Karayipler ve Avrupa ve Avrasya.

Genel merkezi Washington D.C.'de olan USAID' in gücü dünya çapındaki saha ofislerinde yatmaktadır. USAID özel gönüllü organizasyonlar, yerel organizasyonlar, Amerikan işletmeleri, uluslararası kurumlar, diğer yönetimler ve diğer ABD hükümet kurumları ile yakın ortaklık içinde çalışmaktadır.

ABD Ticaret Odası

Amerika Birleşik Devletleri Ticaret Odası (www.uschamber.com) dünyanın en büyük iş federasyonudur ve üç milyon işletmeyi, 2800 eyalet ve yerel ticaret odasını, 830 iş dünyası derneğini ve 87 ülkede 102 Amerikan Ticaret Odasını (AmCham'lar) temsil etmektedir. Odanın ana misyonu, dünya çapında, Kongre, Beyaz Saray, düzenleyici kurumlar, mahkemeler ve hükümetler önünde işletmeler ve serbest girişim adına mücadele etmektir.

TradeRoots

ABD Ticaret Odasının TradeRoots programı (www.traderoots.org) ABD Kongresinde ticarete yönelik bir kamuoyu desteğinin oluşturulması ve ticaret karşıtı himayeciliğin durdurulması amaçlarına adanmış sürekli ve ulusal bir eğitim programıdır. TradeRoots hedeflerini aşağıdakiler vasıtasıyla yerine getirir:



- Tabanda çift taraflı ticareti destekleyen koalisyonların kurulması ve sürdürülmesi,
- Her bölgede yerel liderlerin belirlenmesi ve ticaret savunucuları olarak seferber edilmesi,
- ABD'deki küçük iş toplumlarını eğitmek üzere uluslararası ticaret programlarına yardım edilmesi,
- Ticaretin yerel faydalarını anlatmak üzere valiler ve eyalet liderleri ile ortaklıklar kurulması ve
- Etkili bir iletişim kampanyası aracılığıyla yerel medya vasıtasıyla ticaretteki başarı hikayelerinin anlatılması.

TradeRoots, uluslararası ticaretin her boyutunda oda liderlerini eğitmek için Uluslararası Ticaret Liderliği Programları yürütmekte, adil ticaretin faydalarını tanıtmakta, küresel ticaret engellerinin ortadan kaldırılması için destek oluşturmak üzere gerekli çabalara liderlik yapmakta ve uluslararası ticareti teşvik etmek için dünya çapında AmCham'lar ile ortaklıklar kurmaktadır.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)

TOBB 1952 yılında kurulmuştur. Türkiye'deki iş dünyasının sesi ve çatı



kuruluşudur. Çok geniş bir ulusal ve uluslararası networkun parçasıdır. 364 oda ve borsa TOBB şemsiyesi altında örgütlenmiştir. Ekonominin her sektöründe ve her ölçekte yaklaşık 1.3 milyon firma Oda sisteminin üyesidir. Toplam 52 sektörde, Türkiye Sektör Meclisleri yine TOBB şemsiyesi altında faaliyet göstermektedir. Sektör meclislerinde, her sektörün önde gelen firmaları, sektörel dernekler ve kamu kurumu temsilcileri yer almaktadır. Dış Ekonomik İlişkiler (DEİK) kanalıyla 76 ülke ile iş konseyleri kurulmuştur.

TOBB, 57 ülkenin üye olduğu İslam Ticaret ve Sanayi Odasında Başkan Yardımcılığı, 45 Avrupa ülkesinin üye olduğu Avrupa Ticaret ve Sanayi Odası (Eurochambres)'in yönetim kurulu üyeliğini yürütmektedir.

Genel anlamda, iş dünyasının menfaatlerini yerel, ulusal ve uluslar arası düzeyde savunmakla görevli olan TOBB, odalar ve borsalar arasında birlik ve dayanışmayı sağlamak, ticaret ve sanayinin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, üyelerinin mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, üyelerin birbirleriyle ve halkla olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hakim kılmak üzere meslek disiplini ve ahlakı korumakla da görevlendirilmiştir.

Bu Rehberin Kullanımı Üzerine Bir Not

Bu Rehberin amacı, ABD piyasasına girmeye hazırlanan firmalarımızın karşılaşacağı kilit konuların bir çoğu hakkında genel bir bakış sağlamaktır. Rehber geniş kapsamlı veya nihai bir kaynak olmayı amaçlamamaktadır; çünkü bu büyüklükte bir yayın içinde ilgili bütün bilgilerin dâhil edilmesi mümkün değildir. ABD piyasasına girmek için gerekli politikalar, prosedürler ve formaliteler zordur ve ABD piyasasında yeni olan bir şirket açısından bu süreç çok karmaşık olabilir. Metin içerisinde birtakım internet web siteleri ile diğer faydalı kaynaklara atıfta bulunulmuştur. Sizlere, burada bahsi geçen pek çok spesifik konularla ilgili daha ayrıntılı bilgilere ulaşmak için bu kaynaklara başvurmanızı tavsiye ediyoruz.

II. ABD'DE İŞ YAPMAK: KÜLTÜREL FAKTÖRLER

Bu bölümde, Amerika Birleşik Devletleri'nde iş yapacaklar için kültürel faktörler ortaya konulmaktadır. Amerika homojen bir toplum yapısına sahip değildir. Bu nedenle, kültürel hususlar söz konusu olduğunda geçerli tek bir standardın bulunmadığı unutulmamalıdır. Coğrafi bölgeler, sanayi sektörleri ve diğer faktörler açısından farklılıklar bulunmaktadır. Amerika'daki ticari faaliyetler ve davranış biçimlerini etkileyen kültürel faktörlerin birçoğu ana hatlarıyla aşağıda verilmektedir.

Çalışma Saatleri

ABD'de normal çalışma günleri, Pazartesi – Cuma arasındadır. Mesai saatleri genelde sabah 8:00 ya da 9:00'da başlayıp akşam 5:00 ya da 6:00'da sona erer. Akşam yemeği toplantıları çoğunlukla akşam saat 6:00'dan sonradır.

Görüşmelerin tarih ve saati önceden belirlenmelidir. Görüşmelere zamanında katılmak çok önemlidir. Planlanan bir görüşmeye herhangi bir nedenle geç kalmanız durumunda bunu görüşeceğiniz kişiye önceden bildirmelisiniz.

Çalışma Dili

Amerika Birleşik Devletleri'nde neredeyse bütün ticari işlemler İngilizce ile yürütülür. Yeterli İngilizce bilgisine sahip değilseniz, işlemlerinizi bir tercüman aracılığıyla yapmanız önemlidir.

İş Yerinde Kılık Kıyafet

ABD'de iş kıyafeti büyük oranda resmi ve muhafazakardır. Erkekler genellikle takım ve kravat, kadınlar ise elbise veya ceket-pantolon giyerler. Özellikle ilk görüşmenizde, “abarttığınızı” düşünseniz bile tamamen resmi giyinmeniz iyi olacaktır. Daha sonra, ABD'li ortaklarınıza göre hareket edebilirsiniz. Kıyafetin daha serbest olduğu iş yerlerinde bile kot pantolon, şort, tişört ve spor ayakkabılarına genelde izin verilmemektedir. Yüksek



teknoloji sektörü bundan istisnadır. Bu sektördeki firmalar daha spor kıyafetlere izin verebilmektedir. Hatta üst düzey yöneticiler ceketsiz ya da kravatsız yalnızca pantolon ve gömlek giyebilmekte, çalışanlar da işe daha spor giyimli olarak gelebilmektedir. Yalnız özellikle ilk görüşmenizde kıyafetinizin resmi olmasına dikkat edin.

İsimler

Yazı dilinde, isimler ad-soyadı biçiminde yazılır. Birçok kişi ikinci adını ya da bu adının baş harfini de kullanabilmektedir. Evli kadınlar eşlerinin soyadı yanında kızlık soyadlarını kullanmayı tercih edebilmektedir. Bu durumda soyadları, aralarında bir tire ile yazılmaktadır.

İlk görüşmenizde kişilere soyadlarının önünde unvanlarıyla nazikçe (İngilizce Mr., Mrs., Miss, Ms., Dr. vb. hitap biçimleri ile.) hitap etmelisiniz. Amerikalıların çoğu önadlarıyla çağrılmayı istese de bir iş görüşmesinde karşınızdaki sizden talep etmediği sürece önadıyla hitap etmeyiniz.

Selamlaşma

İş ortamlarında hem erkek hem kadınlar tokalaşmayı genel selamlaşma biçimi olarak tercih etmektedir. Çoğu Amerikalı, iş bağlamında; sarılmadan, öpüşmeden ya da yakın fiziksel temas gerektiren selamlaşmalardan kaçınacaktır.

İş Yemekleri

Bir iş yemeğinde hesabı genellikle yemeğe davet eden kişi öder. Daveti veren kişinin hesabı ödemeyi teklif etmemesi halinde herkes kendi hesabını öder. Buna hazırlıklı olun. İş yemeklerinde alkollü içkiler ara sıra tercih edilir. Daveti veren kişinin ısmarladığı içkilerden siz de hangi içkiyi ısmarlamanız gerektiğini kestirebilirsiniz. Bu konuda tam emin değilseniz alkolsüz bir içki ısmarlamanız önerilir. İçki sırasında daveti verene katılmak zorunda değilsiniz. Çoğu Amerikalı çeşitli nedenlerle birlikte içmeyi tercih etmemektedir. Dışarıda verilen davetlerde garsona ya da servis elemanına bahşiş bırakmanız yerinde olacaktır. Genelde kahvaltı veya öğle yemeğinde toplam hesabın %15'i, akşam yemeğinde ise %20'si bahşiş olarak bırakılır.



Bahşiş kredi kartınızdan çekilecek tutara eklenebilir ya da nakit olarak bırakılabilir. Amerikalılar genelde ilk iş görüşmesinde armağan vermezler.

Kişisel Hijyen

Amerika iş çevrelerinde, kişisel hijyene çok büyük önem verilir. İyi görünüm de çok fazla önemsenmektedir. İyi bir ilk izlenim bırakmanın yolu mükemmel kişisel hijyenden geçer.

Sigara İçme

Amerika'da çoğu iş yeri de dâhil olmak üzere toplu mekânların birçoğunda sigara içmek yasaktır. Ülkedeki çok sayıda şehirde restoran ve barlar da dâhil olmak üzere tüm kamu kuruluşlarında sigara içilmesi tamamen yasaklanmış olmasına rağmen, çoğu restoranda sigara içilen ve içilmeyen alanlar bulunmaktadır. Hatta sigara içmenin serbest olduğu yerlerde bile sigara içmeden önce bunu çevrenizde bulunan kişilere sormanız yerinde olur. Çevrenizde sigara içen birileri yoksa izin isteyerek sigaranızı bina dışına çıkıp içebilirsiniz. Birisi yemek yerken asla sigara içmeyin.

Cep Telefonu Kullanımı

Toplantı sırasında, cep telefonları ya kapatılmalı ya da toplantıdaki diğer kişileri rahatsız etmeyecek şekilde sesi kısılmalıdır. Çok önemli olmadığı



sürece, gelen telefona cevap vermek için toplantıyı bölmemelisiniz. Önemli bir telefonu almak için toplantıdan ayrılmak zorunda kalabileceğinizi biliyorsanız, toplantıdaki diğer katılımcıları durumdan haberdar etmelisiniz. Büyük toplantılarda (seminerler, konferanslar) cep telefonları kapatılmalı; cep telefonunuzu kullanmak istediğinizde toplantı odasından çıkmalısınız. Kimi restoran ve mekanlarda, diğer müşterilerin rahatsız olmamaları için içeri girerken cep telefonunuzu kapatmanız istenebilmektedir.

E-posta Yoluyla Haberleşme

E-posta yoluyla iletişim yaygınlaşmıştır. İşadamlarının çoğu, en az 24 saat içinde, e-postalarına (neredeyse) acil cevap bekler. E-posta ile haberleşmede yazı; kısa, net ve amaca yönelik olmalıdır. Daha uzun görüşmeyi ya da tartışmayı gerektiren durumlarda telefon görüşmeleri ya da bizzat buluşma gerçekleştirilmelidir. Cep telefonunda olduğu gibi, toplantı sırasında da her türlü kişisel e-posta aracı kapatılmalı ya da sesi kısılmalıdır. Gelen mesaj, eldeki konuyla ya da toplantıdaki diğer katılımcılarla ilgili olmadığı sürece e-postalarınızı toplantılarda kontrol etmemelisiniz.



III. ABD'DE İŞ YAPMAK: GENEL BİLGİLER

Bu bölümde, Amerika Birleşik Devletleri'nde yapacağınız işlerde sizlere yardımcı olacak genel bilgiler verilmektedir.

ABD'de Resmi Tatil Günleri

Aşağıdaki tarihlerde iş yerleri genelde kapalı olup yalnızca küçük işlemler yapılabilir:

- New Year's Day (Yeni Yıl Tatili) – 1 Ocak
- Memorial Day (Anma Günü) – Mayıs ayının son Pazartesi günü
- Independence Day (Bağımsızlık Günü) – 4 Temmuz
- Labor Day (İşçi Bayramı) – Eylül ayının ilk Pazartesi günü
- Thanksgiving Day (Şükran Günü) – Kasım ayının son Perşembe günü
- Christmas Day (Noel) –25 Aralık

Aşağıdaki tarihlerde çoğu iş yeri kapalı ya da yarım gün açıktır:

- Christmas Eve (Noel Arifesi) –24 Aralık
- New Year's Eve (Yılbaşı) –31 Aralık

Aşağıdaki tarihler ABD resmi bayram tatilleri olup çoğu iş yeri kapalıdır:

- Martin Luther King Day (Martin Luther King Günü) – Ocak ayının üçüncü Pazartesi günü
- President's Day (Başkanlık Günü) – Şubat ayının üçüncü Pazartesi günü
- Columbus Day (Kolomb Günü) – Ekim ayının ikinci Pazartesi günü
- Veteran's Day (Gaziler Günü) –11 Kasım

Restoran, sinema ve bunlar gibi çeşitli iş yerlerinden bazıları yukarıdaki tatil günlerinde açık olabilmektedir. Önceden kontrol etmekte yarar vardır.



Amerikan Para Birimi ve Banka Çalışma Saatleri

ABD’de geçerli para birimi ABD Doları olup \$1, \$5, \$10, \$20, \$50 ve \$100 banknotlar halinde basılır. Bunlardan büyük banknotlar da basılmaktadır ancak bunlar nadiren kullanılmaktadır. ABD’de cent sistemi geçerlidir. 1, 5, 10 ve 25 centlik madeni paralar bulunmaktadır. Ayrıca, gümüş dolar olarak 50 centlik paralar da tedavüle sokulur ancak bunlar nadiren kullanılır ve artık çok tercih edilmemektedir. Bir ABD Doları, 100 centtir.

ABD’de nakit para ihtiyacınızı çeşitli yollardan karşılayabilirsiniz. Bunlardan en yaygın kullanılan yol bir banka aracılığıyla nakit temin etmektir. Banka çalışma saatleri değişiktir. Bununla birlikte çoğu banka şubesi Pazartesi – Cuma sabah 9:00’dan öğleden sonra saat 3:00’e kadar açıktır. Bazıları akşam saat 5:00’e kadar, bazıları da Cumartesi günleri öğleye kadar açık olabilmektedir. Bankalar genellikle akşam ya da Pazar günleri kapalıdır. ATM makineleri hemen her yerde bulunmaktadır.

11 Eylül Sonrası Güvenlik

11 Eylül 2001 terör saldırıları sonrasında, Amerikan iş dünyası güvenlik konularına farklı bir açıdan yaklaşmaya başladı. Ülke, teröre karşı devam eden savaşın gerçeklerine uyum sağlamaya başladığından, çalışanların, binaların ve tesislerin güvenliği yeni bir anlam kazandı.

ABD’de iş yaparken, bu yüksek güvenlik durumundan doğan değişikliklere uyum gösterecek şekilde hazırlıklı olmalısınız. Çoğu firma ve iş yeri binası yeni prosedürler geliştirdi. Uymanız gereken prosedürler arasında aşağıdaki hususlar yer alıyor:

1. Bir binaya girerken giriş yaptırmanız ve geçerli bir kimlik kartı göstermeniz istenebilir. Bazı durumlarda, bina içinde dolaşırken bir ziyaretçi kartını yanınızda taşımanız, çıkışta bu kartı teslim etmeniz gerekebilir.
2. Görüşeceğiniz kişi gelipsizi alarak görüşmeyapacağınızı yere götürünceye kadar özel olarak ayrılmış bir bekleme odasında bekletilebilirsiniz.

3. Çoğu eyalet binası ile federal binada ziyaretçilerin, evrak çantası ya da çantaların taranması da dahil havalimanlarındakine benzer güvenlik işlemleri uygulanmaktadır.

ABD İç Güvenlik Bakanlığı, terör tehdidi seviyesini renklerle gösteren bir sistem kullanmaktadır. Bir terörist saldırı tehlikesi beş renkli bir kod sistemi ile gösterilir:

- KIRMIZI (Ciddi) Ciddi Risk
- TURUNCU (Yüksek) Yüksek Risk
- SARI (Yükseltilmiş) Yükseltilmiş Risk
- MAVİ (Korunma) Genel Risk
- YEŞİL (Düşük) Düşük Risk

Tehdit düzeyindeki herhangi bir değişime, işletmelerin ya da halkın nasıl tepki vermesi gerektiğine yönelik belirlenmiş bir kılavuz yoktur. Buna karşın; Amerikan Hükümeti tehdit düzeyini arttırırken, halka ve bilhassa seyahat eden ya da dikkat çeken hedef bölgelerde bulunanlara tavsiyede bulunacaktır.

Telefon Numaraları

ABD’de telefon numaraları üç haneli bir alan kodu ile yedi haneli bir telefon numarasından oluşur. Faks ve cep telefonlarının numaraları da aynı şekildedir. Telefon numarasına bakarak, aradığınız numaranın sabit telefon mu mobil telefon mu olduğunu anlamanız mümkün değildir. Türkiye’den Amerika Birleşik Devletleri’ni ararken önce 001, ardından üç haneli alan kodu, en sonra da yedi haneli telefon numarasını çevirmeniz gerekmektedir.

Oteller dışında şehir içi telefon görüşmeleri genelde ücretsizdir. Oteller kendi telefonlarından yapılan görüşmeleri otel ücretine ilave etmektedir.

Şehirlerarası görüşmelerde ilk önce “1”, ardından üç haneli alan kodu, en sonra da yedi haneli telefon numarasını çevirmeniz gerekir. Bu görüşmeler mesafeye göre ücretlendirilir ve çeşitlilik gösterir. “800” ya da “888” alan kodu ile başlayan numaralar “ücretsiz”dir.



Cep telefonu ile yapılan görüşmelerle ilgili olarak şu bilgileri vermekte yarar vardır: ABD’de cep telefonu görüşmelerinde ücret hem arayan hem aranana yansıtılır. ABD’de 850, 900, 1800 ve 1900 MHz bantlarında GSM şebekesi hizmet vermeye başlamıştır. Bu durum, Türkiye’deki çoğu cep telefonunun Amerika’da da kullanılabileceği anlamına gelmektedir. Cep telefonu operatörünüzün ABD’deki bir cep telefonu operatörü ile roaming anlaşması bulunup bulunmadığını kontrol etmenizde yarar vardır.

ABD içinde yapacağınız cep telefonu görüşmeleri için ABD’deki ulusal operatörlerin biri üzerinden ön ödemeli bir servisi kullanmanızı, bunun için şifresiz ikinci bir cep telefonunu yanınızda getirmenizi öneririz.

Acil Servisler (911)

Acil durumlarda, 911’i arayınız. Karşınıza çıkan operatör durumunuzu ilgili kurumlara (örneğin, Polis, İtfaiye, Ambulans) bildirecektir. Telefonda sakin olun ve sorununuzu tane tane anlatın. Bu, operatörün size yardımcı olmasını kolaylaştıracaktır. ACİL DURUMLAR DIŞINDA 911’İ ARAMAYIN.

Elektrik/ Akım

ABD’de elektrik akımı 110 volt (60 Hertz).

ABD’de Bazı Şehirler için Hava Durumu Bilgileri

Şehir	Ortalama aylık sıcaklık (°F) ¹				Yağış		Kar yağıışı
	Ocak	Nisan	Temmuz	Ekim	Yıllık ortalama (in.) ¹	(gün) ³	Yıllık ortalama (in.) ³
Anchorage, Alaska	15.8	36.3	58.4	34.1	16.08	115	70.8
Atlanta, Georgia	42.7	61.6	80.0	62.8	50.20	115	2.1
Austin, Teksas	50.2	68.3	84.2	70.6	33.65	85	0.9
Boston, Massachusetts	29.3	48.3	73.9	54.1	42.53	127	42.8
Buffalo, New York	24.5	45.3	70.8	50.7	40.54	169	93.6
Charlotte, North Carolina	41.7	60.9	80.3	61.7	43.51	112	5.6
Chicago, Illinois	22.0	47.8	73.3	52.1	36.27	125	38.0
Cleveland, Ohio	25.7	47.6	71.9	52.2	38.71	155	57.6
Dallas, Teksas	44.1	65.0	85.0	67.2	34.73	79	2.6
Denver, Colorado	29.2	47.6	73.4	51.0	15.81	89	60.3
Detroit, Michigan	24.5	48.1	73.5	51.9	32.89	135	41.3
Honolulu, Hawaii	73.0	75.6	80.8	80.2	18.29	96	0.0
Houston, Teksas	51.8	68.5	83.6	70.4	47.84	105	0.4
Las Vegas, Nevada	47.0	66.0	91.2	68.7	4.49	26	1.2
Los Angeles, Kaliforniya	57.1	60.8	69.3	66.9	13.15	35	trace
Miami, Florida	68.1	75.7	83.7	78.8	58.53	131	trace
Minneapolis–St. Paul, Minnesota	13.1	46.6	73.2	48.7	29.41	115	49.9
New Orleans, Louisiana	52.6	68.2	82.7	70.0	64.16	114	0.2
New York, New York	32.1	52.5	76.5	56.6	49.69	121	28.6
Phoenix, Arizona	54.2	70.2	92.8	74.6	8.29	36	trace
Pittsburgh, Pensilvanya	27.5	49.9	72.6	52.5	37.85	152	43.6
San Antonio, Teksas	50.3	68.6	84.3	70.7	32.92	82	0.7
San Diego, Kaliforniya	57.8	62.6	70.9	67.6	10.77	41	trace
San Francisco, Kaliforniya	49.4	56.2	62.8	61.0	20.11	63	trace
Seattle, Washington	40.9	50.2	65.3	52.7	37.07	155	11.4
Washington, D.C.	34.9	56.1	79.2	58.8	39.35	113	17.1

¹ °F	-4	14	32	41	50	59	68	77	86	95	104
°C	-20	-10	0	5	10	15	20	25	30	35	40

Kaynak: <http://www.infoplease.com/ipal/A0762183.html>

IV. ABD'YE YAPILAN İHRACAT HAKKINDA TEMEL BİLGİ

Bu bölümde, ABD'ye ihracatta başarılı olabilmek için bir pazarlama planında web sitelerinin kullanımı dâhil olmak üzere marka ve pazarlama konularında, strateji ve ipuçları sunulmaktadır. Bunların yanısıra, çeşitli gümrük işleri, nakliye ve lojistik hizmetler hakkındaki bilgilere de ulaşabilirsiniz.

Başarılı İhracat İçin Strateji ve İpuçları

Başarılı bir ihracat stratejisi geliştirmek karmaşık bir süreç olsa da muhtemel Amerikalı alıcılar için nasıl yaklaşım benimseyeceğinizi belirlerken aklınızda tutmanız gereken bazı noktalar vardır. Genellikle, Amerikalı tüketiciler şunlara büyük önem verir:

- **Ürün:** Amerikalı tüketiciler bir ürünün piyasaya nasıl sürüldüğü konusuna büyük önem verir. Ürünlerinizin piyasadaki benzer ürünlere göre taşıdığı özellikler son derece önemlidir. Amerikalı tüketiciler genelde firmanızın onlara ne gibi rekabet avantajları sunduğunu ve rakiplerinizin yerine neden sizin ürününüzü tercih etmeleri gerektiği konusunu bilmek isteyeceklerdir. Tüketicinin kararının şekillenmesinde fiyat önemli bir etkidir (bakınız bir sonraki paragraf) fakat her zaman tek etken değildir.
- **Fiyat:** Amerikalı tüketiciler, özellikle, almak istedikleri ürün ve hizmetler açısından rekabetin söz konusu olduğu sektörlerde, fiyat konusunda bilinçlidir. Fiyat, bir ürünün seçiminde tek belirleyici faktör olmayabilir; ancak her zaman önemlidir.
- **Profesyonellik:** Amerikalı tüketiciler üreticinin güvenilirliği, profesyonelliği ve müşteri hizmetlerine önem verirler. Bu üç öge ürünün kalitesi için olduğu kadar müşteri memnuniyeti için de önemlidir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde fiili olarak birçok ayrı pazar bulunduğunu unutmayın. Rekabet, müşteri tabanı ile müşteri talepleri bölgelere göre, hatta eyaletler içinde değişiklikler gösterir. Başarılı bir strateji için ABD tek bir pazar olarak düşünülmemelidir. Hedef kitlenizin kim olduğunu ve girmek istediğiniz pazarın cinsiyet, yaş, etnik kimlik ve diğer unsurlara göre değişik ilgi alanlarına sahip tüketicilerle kurulu olduğunu bilmelisiniz. Buna, diğer etkenler arasında sanayi sektörü, coğrafi konum, büyüklük gibi etkenlere göre öncelikleri değişen işletmeleri de dâhil edebilirsiniz. Ağ oluşturunuz, girdiğiniz pazarı, iş kolunuzu anlamanız ve rakiplerinizi tanımanızda yardımcı olması için odalar ve diğer sanayi derneklerine katılın.

Bu çabanızın önemli bir parçasını bir stratejik pazarlama kampanyası oluşturacaktır. (Bakınız Kilit Marka ve Pazarlama Konuları Bölümü). Ürünlerinizi \ hizmetlerinizi öyle bir şekilde konumlandırmalısınız ki; potansiyel Amerikalı müşteriler neden bir Türk satıcıyı seçmeleri gerektiğini anlamalıdır. Bu da, tanıtım kampanyaları ve bunların yanında kilit ticaret derneklerine üyelik ve sanayi sektörü ticaret fuarlarına katılım yoluyla (bakınız VI no'lu Bölümde verilen liste) başarılabilir. Pazarlama materyallerinin sizin rekabet avantajınızı göstereceğinden ve yeni bir pazarda size güvenilirlik kazandıracak diğer ihracat başarılarınızı iletileceğinden emin olun.-örneğin, Avrupa Birliği'nde başarı elde etmişseniz ya da kaliteniz dünya standartlarında ise, bu başarılarınızı öne çıkarın.

Son olarak, kalite, maliyet ve teslimat taahhütlerinizi geliştirmek için ihracat stratejinizi sürekli gözden geçirmeniz gerektiğini aklınızdan çıkarmayın. ABD pazarı ve rekabet düzeyinin talepleri ile ilgili olarak, bir sanayi sektöründe yer edinmek ve edindiğiniz yeri korumak için sürekli çalışmanız gerekecektir.

Kilit Marka ve Pazarlama Konuları

Aşağıda yer alan bilgilerin çoğu ABD Uluslararası Ticaret ile ilgili Küçük Ölçekli İşletmeler Konseyi Odası Başkanı ve Mind Over Machines, Inc. şirketinin Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Ron Monford'un "ABD Pazarında Nasıl Marka Oluşturursunuz?" başlıklı sunumundan alınmıştır.



Rekabetçi ABD pazarında başarılı olmak için, ürünlerinizin piyasadaki mevcut ürünlerden farkını göstermeniz, ürünlerinizin belirli bir hedef kitle için uygunluğunu ve tüketici için değerini ortaya koymanız gerekir. Bu hedeflerin çoğuna ancak bir stratejik pazarlama kampanyası ile ulaşılabilir. Pazarlama materyalleriniz arasında şunlar bulunmalıdır:

- **Ürün açıklamaları:** Broşürler, el kitapları, ürününüzle ilgili diğer literatür kaynakları.
- **Fiyat Listesi:** Özel pazarlık veya hacim ıskontoları.
- **Ürün Ambalajı:** Devletin belirlediği standartlara ve etiketleme yönetmeliğine uygun mu?
- **Ürün Tanıtımları:** Reklâm, posta yoluyla tanıtım, ticaret fuarları, internet üzerinden tanıtım.
- **İrtibat bilgileri:** Adı ve e-posta adresi.

Stratejik pazarlama planı; ürün markasını olduğu kadar, ürün distribütörlerini de-ürünlerinizi ABD’ de kimin ve nerede satacağını- göz önünde tutmalıdır.

ABD’li tüketiciler; ürünün adını, şirketin logosunu ve ürünün hikâyesini içeren markaya değer verirler. Ürünlerinizi, tanınmış çok sayıdaki marka arasına yerleştiren promosyon malzemeleri; ABD pazarında başarının anahtarıdır. Ürününüzün pazarda uygun bir yer edinmesini sağlamak için, tüketicilerin neden sizin ürününüzü tercih ettiğini dikkate almanız gerekir.

Yanıtını aramanız gereken sorulardan bazıları şöyledir:

- Ürününüz kendi türünde tek ürün mü?
- Piyasada benzer ürünler varsa, sizin ürününüzü en iyi yapan şey ne?
- Ürününüz yaygın olarak belirli bir tüketici grubu tarafından kullanılan bir ürün mü?
- Ürününüz kendi türünde piyasaya sürülen en yeni ürün mü?
- Ürününüz diğer ürünlere göre daha mı yenilikçi?
- Ürününüz diğer ürünlere göre daha mı ekonomik?

Mevcut müşterilerden edinilen takdir de, markanızı yeni bir pazarda konumlandırmanın önemli bir parçasıdır.

Pazarlamada web sitesi yoluyla tanıtım da önemli bir araçtır. Neredeyse bütün Amerikalı işletmelerin bir web sitesi bulunmakta ve Amerikalı tüketiciler ürün araştırmalarını bu siteler aracılığıyla yapmaktadır. Kurumsal web siteleri güvenilirlik sağlamak ve alıcılar için ürün ve hizmetler konusunda önemli bir bilgi kaynağı oluşturmaktadır. Web sitesi ayrıca gelecekte kullanmak üzere muhtemel tüketicilerle ilgili irtibat bilgilerinin toplanmasını da sağlamaktadır.

Bütün pazarlama materyallerinde olduğu gibi etkili bir web sitesi:

- Ürününüzün net ve açık bir dille tarifini yapmalı,
- İlgili fotoğrafları içermeli,
- İrtibat bilgileri de dâhil olmak üzere, tüketicilere ne aradıklarını kolayca bulmalarını sağlayacak, bilgileri vermelidir.

Web üzerinden başarılı pazarlama için birkaç ek ipucu:

- Muhtemel müşterilerinizin ad ve adres bilgilerini toplayabileceğiniz bir formu sitenize koyun.
- Sitenizi başlıca arama motorlarına kaydettirin.
- Arama motorlarına reklâm verme seçeneğini göz önünde bulundurun – anahtar sözcüklerle reklâm genelde ücretsiz olup web sitenizi kaydettirdikten sonra birkaç hafta içinde otomatik olarak devreye girer. Ayrıca, ücretli reklâm seçenekleri de söz konusu olup bunların fiyatları değişmektedir.

Gümrük Konularında Çeşitli Bilgiler: Gümrük Vergileri, Dış Ticaret Bölgeleri, Gümrük Antrepoları

ABD Gümrük Ofisi; ABD pazarına girecekler için faydalı olabilecek pek çok konuda ayrıntılı bilgiler sağlamaktadır. Gümrük vergileri, serbest ticaret bölgeleri ve gümrük antrepoları hakkında temel bilgiler aşağıda yer almaktadır. Ayrıntılı bilgiye, ABD Gümrük Ofisi’nin www.uscustoms.gov sitesinden ulaşabilirsiniz.

Gümrük Vergileri

Genellikle, gümrük vergileri ithalatçıya aittir ancak bu tamamıyla alıcı ile satıcı arasında oluşturulacak “satış koşullarına” göre belirlenir. Alıcı ile satıcı



arasında ödeme sorumluluğu Uluslararası Ticari Terimler (Incoterms)'e göre belirlenir. Incoterms ve özel satış terimlerinin tanımları ile ilgili daha fazla bilgi edinmek için Uluslararası Ticaret Odası'nın: <http://www.iccwbo.org/incoterms/> sitesini ziyaret ediniz.

Vergi oranlarını hesaplamada kullanılan en yaygın iki yöntem CIF ve FOB'tur:

- **CIF** (Cost, Insurance, Freight): Mal bedeli, sigorta ve nakliye ücreti teklif edilen fiyata dâhil olduğunu gösterir.
- **FOB** (Free on Board): (Gemi Bordasında Teslim) İmalatçıdan, kalkış limanına kadar bütün nakliye bedeli, sigorta bedeli ile yükleme bedeli teklif edilen fiyata dâhil olduğunu gösterir. FOB yalnızca deniz ya da iç sular yoluyla yapılan sevkıyatlarda kullanılır.

Gümrük vergileri konusunda daha fazla bilgi için, ABD Gümrük Ofisi'nin www.customs.gov sitesine bakınız. Ek bilgiyi, www.trade.gov/tic/tariff/country_tariff_info.htm ve www.cargolaw.com/guides/drawback.html sitelerinden alabilirsiniz.

Dış Ticaret Bölgeleri (DTB)

Aşağıda yer alan bilgiler, ABD Gümrük Ofisi'nin 0000–0538 no'lu yayınından alınmıştır. *Bu belgenin tamamı 8 sayfa olup www.customs.gov adresinde bulunabilir.*

Serbest Ticaret Bölgeleri; Hazine Bakanı ve Ticaret Bakanı'ndan oluşan Dış Ticaret Bölgeleri Kurulu tarafından yetkilendirilen, sınırlı erişim bölgeleridir. Dış Ticaret Bölgeleri, ABD Gümrük Hizmeti yönetmeliği ile faaliyete geçen, ABD Gümrüğü' nün denetiminde ayrılmış yerler olup, ABD Gümrük limanında veya yakınında bulunur. Dış Ticaret Bölgeleri, ABD topraklarında ve ABD yetki ve sınırları içinde olmasına karşın, gümrük giriş muameleleri uygulanmaz.

Dış Ticaret Bölgelerinin Kuruluş Amaçları:

- ABD'nin uluslararası ticarete katılımını teşvik ve hızlandırma – ithal mallar, gümrük vergilerine ya da özel tüketim vergilerine tabi olmadan

bir Dış Ticaret Bölgesi'ne kabul edilebilmektedir.

- Mallar, ABD ticaretine girinceye kadar, gümrük vergisi ödemesi ertelenmektedir.

İki çeşit Dış Ticaret Bölgesi bulunmaktadır: Genel Amaçlı Bölgeler ve Alt bölgeler. Genel amaçlı bölgeler, genellikle endüstri parkında, kullanılmayan arazide ya da tesisleri genel halkın kullanımına uygun liman komplekslerinde bulunur. Alt bölgeler, kişisel firma ya da firmalar adına, genel amaçlı bölge imtiyaz sahibi tarafından desteklenen bölgelerdir. Alt bölgeler, genel amaçlı bir bölgeye dönüştürülmesi ya da taşınması mümkün olmayan işletmelere yönelik, tek amaçlı bölgelerdir. (Petröl rafinerileri, otomobil üreticileri gibi).

Dış Ticaret Bölgeleri'nin sağladığı mali yararlar arasında şunlar bulunur:

- Vergilerin ertelenebilmesi
- Vergi yükümlülüğünün olmaması
- Tersine tarife indirimi
- Değer esaslı vergiden muafiyet

DTB'lerin sağladığı diğer yararlar ise şöyledir:

- Depolamada herhangi bir zaman kısıtlaması olmaması
- İhracat gerekliliklerinin yerine getirilmesi
- Daha düşük teminat ve sigorta bedellerinin ödenmesi

Gümrük Antrepoları

Aşağıdaki bilgiler, ABD Gümrük Ofisi'nin 0000–0537 no'lu yayınından alınmıştır. *Bu belgeye www.customs.gov sitesinden ulaşabilirsiniz.*

Gümrük antreposu, vergiye tabi malların ödeme yapmadan veya vergi ödmeden depolanabildiği, kullanılabildiği veya imalat amacıyla yararlanılabildiği bir bina ya da ayrılmış alandır. Mallar antrepoya girdikten sonra, malların sorumluluğu bir antrepo kağıdı kapsamında ithalatçı ve antrepo sahibine geçer. Bu sorumluluk genelde aşağıdaki hallerde sona erer:

- Malların ihraç edilmesi ya da ihraç edilmiş sayılması halinde,
- Malların uluslararası trafikteki bir gemi ya da uçakta kullanılmak



üzere çekilmesi,

- Malların Gümrük kontrolünde imha edilmesi,
- Malların gümrük vergisi ödendikten sonra ABD içinde tüketim için çekilmesi.

İzin verilen 11 farklı Gümrük antreposu tipi ya da sınıfı bulunmaktadır

Gümrük antrepusunun sağladığı önemli yararlar arasında şunlar bulunur:

- Mallar tüketim için çekilinceye kadar herhangi bir gümrük vergisi alınmaz.
- Bir gümrük antreposunda kota ya da diğer kısıtlamalara tabi birçok mal depolanabilir. Gümrük antreposunda hangi malların depolanabileceği ile ilgili olarak önceden en yakın Gümrük Müdürlüğünden bilgi alın.
- Kullanılan mallar için ödenmesi gereken vergi, Gümrük antreposundan çekme sırasında belirlenir.

Bir gümrük antreposuna giren bütün mallar için tam sorumluluk üstlenilir. Malların envanteri çıkarılır, antrepo sahibinin kayıtları düzenli olarak denetlenir. Antrepoda gümrüklü mallar ile yerli mallar karışık depolanmamalı, gümrüklü mallar gümrüksüz mallardan ayrı depolanmalıdır.

Gümrük antreposunda depolanan mallar, belirli istisnalara tabi olmak üzere Gümrük Yönetmeliği uyarınca bir gümrük antreposundan diğerine aktarılabilir.

Gümrük antreposu kurmak isteyen bir mal sahibi ya da kiracı en yakın Gümrük müdürlüğüne kurmayı planladığı antreponun yeri, sınıfını ve arazisi hakkında bilgi veren yazılı başvuruda bulunmak zorundadır.

Gümrük antrepolarının kullanımı ve çeşitleri hakkında diğer önemli bilgi ve başvuru ayrıntıları, www.uscustoms.gov sitesinde mevcuttur.

Başvuru bilgileri ile gümrük antrepolarının tip ve kullanımları hakkındaki diğer önemli bilgilere www.uscustoms.gov sitesinde



ulaşabilirsiniz.

Taşımacılık, Lojistik ve Nakliye Konuları

Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri arasındaki mevcut trafik, 240 teu'luk sevkıyata eşittir. (Not: teu, okyanus taşımacılığında kullanılan 20 konteynere eşit bir ölçü birimidir. Terim taşımacılık sözleşmelerinde miktarı belirtmek üzere kullanılır.) Bu hacimden 170K Amerika Birleşik Devletlerinin Doğu Kıyısına gelirken, geriye kalan 70K da Körfeze ve Pasifik Kıyılarına gelmektedir. Türkiye ve Avrupa arasındaki taşımacılığın tersine, Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye arasındaki taşımacılık trafiğinin % 99'u okyanus trafiği ve sadece % 1'i hava trafiği ile gerçekleşmektedir.

İki ülke arasında şu anda doğrudan ve dolaylı olarak hizmet sağlayan yaklaşık 15 adet gemi hattı mevcuttur. Buna ek olarak, iki ülke arasındaki ihracatçılara ve ithalatçılara yardım eden 30'dan fazla sevkıyatçı mevcuttur.

Amerika Birleşik Devletlerindeki büyük limanların hepsi ambarlama, paket açma ve yeniden paketleme, etiketleme, dağıtım, depolama ve gerekli diğer hizmetleri sunmaktadır. Bu hizmetler pek çok farklı şirket tarafından



sağlanmaktadır. İhtiyaçlarınıza yönelik olarak pek çok farklı fiyat olduğunu göreceksiniz. Bu şirketlerden alışveriş yapın ve özel ihtiyaçlarına en uygun olan fiyatı kendiniz bulun.

ABD Gümrük & Sınır Koruma, 11 Eylül 2001 tarihinde meydana gelen saldırılardan sonra alınan yüksek güvenlik önlemlerinin bir parçası olarak, ABD limanlarına gelen konteynerlerde gerçekleşen VACIS İncelemelerini artırmıştır. Bir incelemenin mevcut maliyeti yaklaşık olarak 300-400 dolardır. Mal, gönderici, alıcı, gemi hattı veya ulaştırma yolu gibi konularda yapılan değişiklikleri en aza indirmek konteynerlerin incelemeye girme olasılığını azaltabilir.

Ancak bu incelemeleri minimuma indirmenin en iyi yolu ABD Gümrük & Sınır Koruma C-TPAT Programına katılmaktır. C-TPAT'a nasıl katılmak gerektiğine dair bilgi edinmek için, şu adresi ziyaret ediniz: http://www.customs.gov/xp/cgov/import/commercial_enforcement/cptat

Bütün katı tahta kutulu materyallerin SWP yönetmeliğine uygun olması gerektiği not edilmelidir. Ayrıntılar için: http://www.cbp.gov/xp/cgov/newsroom/news_releases/062006/06292006.xml

Türk - Amerikan Ticaret ve Sanayi Odası (TACCI) üyeleri arasında gümrük komisyoncuları, yük sevkıyatçıları ile nakliyat ve lojistik konularında yardımcı olabilecek diğer kişiler bulunmaktadır. Bilgi için şu adresi ziyaret ediniz: www.turkishchamber.org

V. İŞ DÜZENLEMELERİ, FİNANSMAN VE İLGİLİ YASAL KONULAR

Bu bölüm, ilk olarak dünya üzerinde dava açmaya en meyilli toplumlardan biri olan Amerika Birleşik Devletlerindeki yasal kültür hakkında bilgiler yanında ve daha sonra iş yürütme, bankacılık ve finansal kaynak yöntemleri ile işgücü ve eşit fırsatlar konuları da dâhil olmak üzere muhtelif iş düzenlemeleri ve finansman konuları üzerine kapsamlı bilgiler içermektedir. Bu bölümün son kısmı vize ve dokümantasyon konularına eğilmektedir.

Yasal Kültür – Avukatlar ve Sözleşmeler

Amerika Birleşik Devletleri dünyada dava açmaya en meyilli toplumlardan biridir.

Endüstriniz veya iş sektörünüzde uzmanlaşmış bir avukattan uygun yasal yardım alınması esastır. Bir avukat tutarken akılda tutulması gereken hususlar şunlardır:

- Amerika Birleşik Devletlerindeki avukatlar sigorta kanunundan vasiyetname kanununa kadar değişen bir veya birden fazla çalışma alanında uzmanlaşma eğilimi taşırlar.
- Avukatlara lisansları federal hükümet tarafından değil eyalet tarafından verilmektedir.
- Avukatınızı sadece yasal vekil olarak değil aynı zamanda bir iş danışmanı olarak kullanmanız akıllıca olacaktır; çünkü dava takibi pahalı, uzun bir süreçtir ve sonuçları kesin değildir.

Bir sözleşme imzalamadan önce bir avukat ile istişarelerde bulunmak önemlidir. Sözleşmeler temeldir – her şeyi yazılı hale getirmek önemlidir. Bir sözleşme imzalamadan önce durum tespiti süresince avukatınız ile istişarede bulunmanız iş süresince ortaya çıkabilecek sorunları engelleyecektir. Sözleşmeler imzalar atılana kadar müzakere



edilebilen belgelerdir; ancak imzalar atıldıktan sonra, şartlar ve koşullar artık müzakere edilememektedir.

Amerika Birleşik Devletleri yerel, eyalet ve federal düzeyde yürürlüğe konulan kanunlar tarafından yönetilmektedir. Dünya üzerinde dava açmaya en meyilli toplumlardan biridir. Davalar yaygındır ve en küçük konular bile dava edilebilir bir nitelik taşımaktadır. Hemen herkes dava açabilir - işlerine son verilen çalışanlar işverenlerini dava etmektedir; hisse senetlerinin değeri düşünce yatırımcılar finansal danışmanlarını dava etmektedir ve tüketiciler aklınıza gelebilecek her konu için davacı olmaktadır.

İş Yürütme Yöntemleri

Amerika Birleşik Devletlerinde yabancı şirketlerin iş yürütmeleri için iki ana yöntem mevcuttur: şube ve yan kuruluş. Her ikisi için de önemli vergi uygulamaları mevcuttur.

Şube İşletimi

Bir şube işletimi kapsamında, ABD şube işletmeleri kapsamında yeniden yatırıma dönüştürülmeyen bütün karlar için tek oranlı bir % 30 şube vergisi alınmaktadır. Şube vergisi, şube karı üzerinden toplanan mutlak net müterakki vergiye ek olarak ödenmelidir. Bu ikinci seviyedeki vergi yabancı işletmelerin ABD'li mukabillerine göre dezavantajlı olmalarına sebep olmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, bazı ülkelerle, geçerli ayrımcılık karşıtı hükümler içeren gelir vergisi anlaşmaları imzalamıştır; böylece bu ülkelerden gelen yatırımcılar, kazançlarını kendi memleketlerine gönderirken şube vergisinden tam anlamıyla muaf tutulmaktadırlar. Ancak, ABD ve Türkiye arasında şu anda öyle bir anlaşma yer almamaktadır.

Yan Kuruluş İşletimi

Pek çok yabancı şirket yan kuruluş işletimi opsiyonunun şube opsiyonundan daha avantajlı olduğunu düşünmektedir. Bu opsiyon kapsamında, kazançlar, memlekete gönderilene kadar, ABD yan kuruluşlarına ikinci seviyede bir vergi uygulanmamaktadır. Bir yan kuruluş ile, yabancı şirket ayrıca yatırımını borçları vasıtasıyla finanse etme

opsiyonuna sahiptir. Borç finansmanı, öz sermaye finansmanından çok daha avantajlıdır; çünkü ABD vergilerini tespit ederken, faiz ödemeleri düşülebilir iken temettü ödemeleri düşülebilir değildir.

İş yürütme yöntemlerine dair daha ayrıntılı bilgi aşağıdaki kaynaklardan elde edilebilir: <http://www.lexmundi.com/images/lexmundi/PDF/guide-unitedstates.PDF>, <http://www.tuckerellis.com/staging/news/A%20Primer%20on%20Tax%20Aspects%20of%20U.S.%20Business%20and%20Investment%20Activities.pdf>.

Mevcut Bankacılık ve Finansal Kaynaklar

Aşağıdaki bilgiler, PNC Bankasının Küresel Ticaretten sorumlu Başkan Yardımcısı Alan Andrews'un yapmış olduğu bir sunumdan kendisinin izniyle alınmıştır.

Amerika Birleşik Devletlerinde bir banka hesabı açma işlemi diğer OECD ülkeleri hükümet gerekliliklerinden çok da farklı değildir. ABD'deki pek çok banka, bir Türk müşteriden, bir ABD şirketinden talep edilecek bilgilerden daha fazlasını talep edecektir. Bu bilgiler, Vatanseverlik Kanunu (Patriot Act) onayını (OFAC) ve AML dokümantasyonunu, W-8 vergi formlarını, hesabın açılış amacını belgelendiren bilgileri ve fon kaynaklarına dair kanıtları içermektedir. Türkiye'deki bir bankadan havale almak faydalı olabilir. Ayrıca hesap için geçerli bir ABD adresine sahip olmak da faydalı olacaktır – bu olmadan, süreç çok daha zorlu bir hal alacaktır.

ABD KOBİ'leri tarafından üretilen sermaye malları ve hizmetlerine yatırım yapan Türkiye KOBİ'leri için birkaç tane finansman opsiyonu mevcuttur. Orta vadeli finansman, ABD İthalat – İhracat Bankası desteğiyle yedi yıl vadeye kadar sağlanmaktadır. Bu, ABD'den ekipman alımlarını finanse etmek için en az masraflı yol olabilir. Bu finansman kaynağı ile, orta vadede finanse edilebilecek mallar, (yeni veya kullanılmış) makineleri ve ekipmanları ve aktifleştirilecek hizmetleri içermektedir. Borçlulara sağlanan faydalar arasında düşük faiz oranları ve esnek koşullar yer almaktadır: nihai kullanıcılar için yedi seneye kadar ödeme koşulları, maddi teminat ödemesine ve yarıyıllık geri ödemelere gerek olmaması ve 18 aya kadar



ödemesiz dönem. Bu tür bir finansmanı elde etmek için, son üç seneye ait mali tablolarınızı, iş faaliyetlerinizi ve kredi referanslarınızı sunmanız gerekli olacaktır. Eğer finansal talep 1 milyon ABD doları veya daha büyük bir miktar ise, finansal bilgilerin teftiş edilmesi gerekmektedir.

Türkiye hükümeti, ihracatçılar için, finansal ve diğer destekleri içeren geniş kapsamlı bir programa sahiptir.

İşgücü Konuları ve Eşit İstihdam Fırsatı

ABD'deki iş kanunları, aşağıdaki temel işçi haklarını savunan 1998 tarihli ILO Çalışmaya İlişkin Temel Hak ve İlkeler Bildirgesinin ortaya koyduğu standartları desteklemektedir:

- Dernek kurma özgürlüğü ve toplu görüşme hakkı
- Zorla ve zorunlu çalışmanın kaldırılması
- Çocuk işçiliğinin yasaklanması
- İş yerinde ayrımcılığın ortadan kaldırılması

ABD, “ağır çocuk işçiliğini” yasaklayan Adil Çalışma Standartları Kanununu yürürlüğe koyarak ve 1999 senesinde Çocuk İşçiliğinin En Kötü Formlarına dair ILO Konvansiyonunu onaylayarak, çocuk işçiliğini aktif bir şekilde engellemeyi amaçlamaktadır.

1935 tarihli Ulusal Çalışma İlişkileri Kanunu (NLRA) toplu görüşme ve örgütlenme haklarına izin vermektedir. Federal kanunlar ve devlet kanunları, cinsiyet, milliyet, ırk ve dinle ilgili ayrımcılığı yasaklamaktadır. Bu kanunlar, ayrımcılık karşıtı bir çalışma ortamını garanti altına almak için hem kamu sektörü hem de özel sektör tarafından yürürlüğe konmuştur.

Eşit istihdam fırsatı, insanlara, ırklarına, cinsiyetlerine, inançlarına veya yaşlarına bakmaksızın, aynı fırsatların sunulduğu bir pratiğe işaret etmektedir. Eşit fırsatların, benzeri becerilere sahip insanlar, benzeri miktarda iş yaptıktan sonra benzeri sonuçlara eriştikleri zaman mevcut olduğu söylenmektedir. ABD'deki pek çok şirket bu pratikle ilgili olarak kendileriyle gurur duymaktadır. Sizler de şirketlerin kendilerine “eşit fırsat sağlayan işveren” olarak nitelediklerini çok yerde göreceksiniz.

Çalışmayla ilgili konulara dair ek bilgi elde etmek için, aşağıdaki kaynaklara danışınız: İşyerinde Temel İlkeler ve Haklar. 1998. Uluslararası Çalışma Örgütü <<http://www.ilo.org/dyn/declaris/DECLARATIONWEB.INDEXPAGE>>, ve

Uyum Yardımı — Adil Çalışma Standartları Kanunu. Amerika Birleşik Devletleri Çalışma Departmanı <http://www.dol.gov/esa/whd/flsa/>

Vize ve Dokümantasyon

Aşağıdaki bilgilerin çoğu, Ankara'daki ABD Büyükelçiliği Vize bölümünden Roger Rigaud'un yaptığı bir sunumdan kendisinin izniyle alınmıştır. Vize konusunda daha fazla bilgi edinmek için www.travel.state.gov ve ankara.usembassy.gov/guide_to_niv.html adresine bakın.

Vize Nedir?

Amerika Birleşik Devletleri, ülkeye girmek için kendi vatandaşı olmayan kişilerden vize almalarını talep etmektedir. Vize (I-94, Gelme Ayrılma Sicili) giriş için resmi hükümet iznine işaret etmekte ve ayrıca ziyaretin süresini ve niteliğini tanımlamaktadır. ABD vizelerinin iki adet ana tipi mevcuttur:

- Göçmen olmayan (non-immigrant)– geçici ziyaretler için
- Göçmen (immigrant) – sürekli ikamet için.

ABD vizeleri ABD Dış İşleri Bakanlığı tarafından verilmektedir. Bir vize elde etmek için, ABD büyükelçiliği veya konsolosluğu ile irtibata geçin (aşağıda listelenmiştir).

Ayrıca, Amerika Birleşik Devletlerine girmek için geçerli bir Türkiye pasaportunuzun da olması gerekmektedir.

Nonimmigrant vize, ziyaret, okul veya çalışma gibi belirli bir amacın gerçekleştirilmesi için verilen ve başvuru sahibinin Amerika Birleşik Devletlerinde belirli bir zaman dilimi kalmasını sağlayan, çoğunlukla turist, iş, öğrenci veya çalışma vizesidir.

Bir vizenin geçerliliği, o vizenin ABD'ye giriş yapmak için başvurmak üzere kullanılabileceği zaman dilimini işaret eder. Örnek vermek gerekirse, 10



senelik çok girişli bir giriş vizesi alan bir işadamı 10 sene boyunca ABD'ye giriş yapmak için başvuruda bulunabilir. **Bu, söz konusu kişinin ABD'ye gidip orada 10 sene yaşayabileceği anlamına gelmemektedir.**

Başvuru sahipleri vize almanın Amerika Birleşik Devletlerine girişi garantilemediğinin farkında olmalıdırlar. Giriş kapısında, bir göçmenlik bürosu görevlisi, eğer seyahat yapan kişinin faaliyetlerinin belirli bir vize kategorisiyle uyuşmadığına kanaat getirirse, söz konusu geçerli vize sahibi kişinin giriş yapmasına izin vermeyebilir. Bu tür bir görevlinin sorabileceği bazı önemli sorular şunlar olabilir: Vize başvurusu yapan kişi kendi ülkesine geri dönecek mi? Başvuru sahibi ABD'de ne yapacak? Göç ve Uruk Değiştirme Kanunu'nun 214 (b) bölümü kapsamında, herkes göçmen farz edilmektedir. Bu zannı, Türkiye ile sosyal, ekonomik, profesyonel ya da aile bağlarınızı göstererek aşabilirsiniz.

Planladığınız seyahat tarihinden 6-8 hafta önce başvuruda bulunun. Vize alınana kadar son seyahat planları yapılmamalı ve geri ödeme alınamayacak biletler satın alınmamalıdır.

Vize Kategorileri / Tipleri

B1/B2 Vizesi - İş

Kabul edilebilir B1/B2 faaliyetleri aşağıdaki gibidir:

1. Satış – **Amerika Birleşik Devletlerine bir sergiye katılmak, bir sergi standı kurmak, numune göstermek veya sözleşme imzalamak amacıyla seyahat eden bir kişi.**

B-1 vizesi sahibi, fiili olarak, Amerika Birleşik Devletlerinde üretilen mallar için sipariş alamaz veya satış gerçekleştiremez.

2. Konferans – Bilimsel, eğitimle ilgili, profesyonel veya iş kongrelerine, konferanslarına veya seminerlerine katılan kişiler B-1 vizesi olarak Amerika Birleşik Devletlerini ziyaret edebilirler.
3. Ticari teşebbüs -- B-1 vizesi, iş için potansiyel sahaları araştırmak ve / veya tesis kiralamak üzere Amerika Birleşik Devletlerine seyahat

etmek için alınan uygun vize tipidir. Ancak, bir B-1 vizesi sahibi iş yönetmek amacıyla Amerika Birleşik Devletleri içinde kalamaz.

H – Geçici Çalışma Vizesi

H vizeleri, önceden ayarlanmış istihdamla geçici olarak Amerika Birleşik Devletlerinde çalışma amacı taşıyan kişiler içindir. İstihdam ABD Vatandaşlık ve Göç Hizmetleri (USCIS) tarafından önceden onaylanmalıdır. H vizesinin birkaç tipi vardır:

- *H-1B (Uzmanlık İşçisi):* Önceden ayarlanmış profesyonel bir işte hizmet verecek bir çalışandan istenmektedir; belirli bir uzmanlık alanında lisans veya yüksek lisans derecesini gerekli kılmaktadır.
- *H-2B (Kalifiye / Kalifiye Olmayan İşçi):* Geçici veya mevsimsel ve de ABD'li işçiler açısından eksiklik yaşanan işler için gereklidir.
- *H-3 (Stajyer):* Yüksek lisans eğitimi veya öğretimi dışında, herhangi bir çalışma alanındaki bir işverenden eğitim alacak olan bir stajyerden istenmektedir.
- *H-4(Eşler, Çocuklar, Partnerler):* Eşler ve 21 yaşın altındaki çocukların ikincil H-4 vizesi alması gerekmektedir. Esas vize sahibi ile ABD'de ikamet etmeyecek ancak sadece ziyaret amaçlı seyahat edecek olan eşlerin ve / veya çocukların B-2 (ziyaretçi) vizesi için başvuruda bulunabileceğini not ediniz. Bir H-4 vizesi sahibi ikincil bir vize ile çalışamaz. Eğer kendisi için iş arıyorsa, uygun çalışma vizesini alması gerekli olacaktır.

Eğer bir H-1B vizesi için başvuruda bulunuyorsanız, herhangi bir non-immigrant vize için gerekli olan bütün dokümanlara ilaveten aşağıdaki dokümanları sunmanız gereklidir:

- I-797 orijinal onay bildirisi.
- Çalışma Koşulu Başvurusu dâhil olmak üzere tam I-129 dilekçesi.
- Orijinalleriyle birlikte üniversite diplomasının, not belgelerinin ve bütün sertifikaların birer kopyası.
- Dilekçe veren işverenin yazacağı, başvuru sahibini işe alma isteğini teyit eden bir mektup.
- Orijinalleriyle birlikte önceki işverenlerinizden alacağınız iş deneyimi belgelerinin birer kopyası.



İlk kez başvuruda bulunan başvuru sahipleri aşağıdaki dokümanları da sunmayı düşünebilirler:

- Mevcut veya en son iş yerinden alınacak maaş makbuzları.
- Mevcut ve geçmiş işlerdeki personel yöneticilerinin isimleri ve mevcut telefon numaraları.
- Mevcut veya en son işverenin iş yerinin içeriden ve dışarıdan fotoğrafları.
- Mevcut veya en son istihdam edilen yerde birlikte çalıştığınız iki iş arkadaşınızın isimleri ve irtibat bilgileri.
- Geçmiş işlerdeki iki iş arkadaşınızın isimleri ve irtibat bilgileri.
- Mevcut işte yerine getirilen görevleri ayrıntılı bir şekilde açıklayan eksiksiz bir CV / biyografik veriler ve *cover letter*.
- Son altı aya ait kişisel banka kayıtları.
- ABD şirket bilgileri: şirket ofislerinin içeriden ve dışarıdan fotoğrafları, prospektüsü, broşürleri ve yıllık raporu.

Tüccar/Yatırımcı Vizesi (E-1) (E-2)

Göçmen ve Uyrak Değiştirme Kanunu, hizmetler veya teknoloji konularındaki ticaret dâhil olmak üzere, çoğunlukla Amerika Birleşik Devletleri ve anlaşma imzalanan ülke arasında olmak üzere, Amerika Birleşik Devletlerine önemli bir ticari işlem gerçekleştirmek üzere ya da söz konusu vatandaşın yatırımda bulunduğu veya önemli bir miktarda sermayeyi aktif olarak yatırıma dönüştürmek üzere olduğu bir işletmenin işlemlerini geliştirmek ve yönetmek üzere gelen, Amerika Birleşik Devletlerinin bir Ticaret ve Gemi Trafığı Anlaşması imzaladığı bir ülkenin vatandaşı olan bir kişi için non-immigrant vize statüsü sağlamaktadır.

Tüccar Vizesi (E-1) için gereklilikler aşağıdaki gibidir:

- Başvuru sahibi anlaşma taraflarından olan bir ülkenin vatandaşı olmalıdır.
- Ticareti yapan firma anlaşmaya taraf olan bir ülkenin vatandaşlığına sahip olmalıdır.
- Uluslararası ticaret “önemli miktarda” olmalıdır.
- Ticaret çoğunlukla Amerika Birleşik Devletleri ve anlaşmaya taraf olan ülke arasında olmalıdır.

- Ticaret mallar, hizmetler ve teknolojinin uluslararası değiş tokuşu anlamına gelmektedir. Ticaret kalemlerinin isimleri bir taraftan diğerine iletilmelidir.

Yatırımcı Vizesi (E-2) için gereklilikler aşağıdaki gibidir:

- İster gerçek bir kişi isterse de tüzel bir kişilik olsun yatırımcı anlaşmaya taraf olan bir ülkenin vatandaşı olmak zorundadır.
- Yatırım önemli miktarda olmak zorundadır. Düşük maliyetli bir işletme için yatırım yüzdesi yüksek maliyetli bir işletmedeki yatırım yüzdesinden daha yüksek olmalıdır.
- Yatırım fiili olarak işler bir işletme olmalıdır.
- Yatırımın değeri düşük olamaz. Yatırım, yatırımcıya ve ailesine geçim kaynağı sağlamaktan daha fazlasını yaratmalıdır ya da Amerika Birleşik Devletlerinde önemli bir ekonomik etkisi olmalıdır.
- Yatırımcı fonların kontrolüne sahip olmalıdır ve yatırım ticari anlamda risk altında olmamalıdır.
- Yatırımcı, Amerika Birleşik Devletlerine işletmeyi geliştirmek ve yönetmek için geliyor olmalıdır.



“E” vizelerinin sahipleri, söz konusu işletmedeki statülerini korudukları müddetçe, Amerika Birleşik Devletlerinde ikamet edebilirler.

Şirketlerarası Transfer Vizesi (L-1)

L-1 sınıflandırması aşağıdakiler için geçerlidir:

- Önceki üç sene içinde, bir seneliğine sürekli olarak ABD dışında istihdam edilen şirketlerarası transfer edilen kişiler.
- Yönetim, idare veya uzmanlık bilgisi kapsamında, ABD içinde aynı işverenin bir şubesi, ana şirketi, bağlantı ofisi veya yan kuruluşu tarafından istihdam edilecek veya bu türden bir organizasyon kurmak isteyen kişiler.

Türkiye'deki ABD Büyükelçiliği ve Konsoloslukları:

Amerikan Büyükelçiliği Ankara
110 Atatürk Bulvarı
Kavaklıdere, 06100 Ankara- Türkiye
Telefon (90-312) 455-5555
Faks (90-312) 467-0019
E-posta: webmaster_ankara@state.gov

İstanbul'daki ABD Baş Konsolosluğu
Kaplıcalar Mevkii Sokak No 2
İstinye 34460
Telefon (90) (212) 335-9000

Adana'daki ABD Konsolosluğu
Girne Bulvarı No 212
Yüreğir, Adana
Telefon (90) (322) 346-6262
Faks (90) (322) 346-7916

İzmir'deki ABD Fahri Konsolosluğu
(90) (232) 464-8755

VI. AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİNDEKİ TÜRK ŞİRKETLER İÇİN EK KAYNAKLAR

Bu bölüm aşağıdaki kaynakların irtibat bilgilerini içermektedir:

- A. ABD Ticaret Odası, TradeRoots ve Committee of 100
- B. Amerika Birleşik Devletlerindeki Türkiye Büyükelçiliği ve Konsoloslukları
- C. ABD Hükümet Kaynakları
- D. Küçük İşletme Kaynakları
- E. Dünya Ticaret Merkezleri
- F. Diğer Faydalı Web Siteleri
- G. 2007–2008 Ticaret Fuarı Takvimi
- H. Amerika Birleşik Devletlerindeki Türk-Amerikan Organizasyonları
- I. Yönetici Özeti: Türkiye –ABD İş Ortaklıklarının Güçlendirilmesi
Projesi: ABD Firmaları Gözüyle ABD Pazarında Türk Yazılım, Mobilya, Otomobil Parçaları, Mermer-Doğal Taş ve Aydınlatma Ürünleri





A.

ABD TİCARET ODASI – <http://www.uschamber.com> – Her sektörden, büyüklükten ve bölgeden üç milyondan fazla şirketi ve organizasyonu temsil eden dünyanın en büyük iş federasyonu.

TradeRoots – <http://www.traderoots.org> – ABD Odasının, uluslararası ticaretle ilgili kamu bilincini yerel bir seviyede artırmaya adanmış sürekli halk eğitim programı.

ABD 100’ler Komitesi Odası – <http://www.uschamber.com/chambers/ccclmEPbers.htm> – Aşağıdakiler dâhil olmak üzere ülke çapında eyalet odalarının ve yerel odaların irtibat bilgileri:

ALABAMA

Birmingham Bölgesi Ticaret Odası	http://www.birminghamchamber.com
Alabama İş Konseyi	http://www.bcatoday.org
Mobile Bölgesi Ticaret Odası	http://www.mobilechamber.com
Montgomery Bölgesi Ticaret Odası	http://www.montgomerychamber.com

ARIZONA

Arizona Ticaret Odası	http://www.azchamber.com
Büyük Phoenix Ticaret Odası	http://www.phoenixchamber.com
Tucson Metropolitan Ticaret Odası	http://www.tucsonchamber.org

ARKANSAS

Arkansas Eyaleti Ticaret Odası	http://www.statechamber-aia.dina.org
Little Rock Bölgesel Ticaret Odası	http://www.littlerockchamber.com
Rogers-Lowell Bölgesi Ticaret Odası	http://www.rogerslowell.com
Springdale Ticaret Odası	http://www.springdale.com

CALIFORNIA

Büyük Bakersfield Ticaret Odası	http://www.bakersfieldchamber.org
Irvine Ticaret Odası	http://www.irvinechamber.com
Los Angeles Bölgesi Ticaret Odası	http://www.lachamber.org
Long Beach Bölgesi Ticaret Odası	http://www.lbchamber.com

Orange Ticaret Odası
San Francisco Ticaret Odası
Santa Rosa Ticaret Odası

<http://www.orangechamber.org>
<http://www.sfchamber.com>
<http://www.santarosachamber.com>

COLORADO

Colorado Ticaret ve Sanayi Birliği
Denver Metro Ticaret Odası
Büyük Colorado Springs Ticaret Odası

<http://www.cochamber.com>
<http://www.denverchamber.org>
<http://www.coloradospringschamber.org/site>

CONNECTICUT

Bridgeport Bölgesel İş Konseyi
Metro Hartford Alliance

<http://www.brbc.org>
<http://www.metrohartford.com>

COLUMBIA BÖLGESİ

American Ticaret Odası Executives
DC Ticaret Odası
Büyük Washington Board of Trade

<http://www.acce.org>
<http://www.dcchamber.org>
<http://www.bot.org>

FLORIDA

Clearwater Bölgesel Ticaret Odası
Florida Ticaret Odası
Büyük Boca Raton Ticaret Odası
Büyük Miami Ticaret Odası
Büyük Tampa Ticaret Odası
Manatee Ticaret Odası
North Palm Beach County Ticaret Odası
Orlando Bölgesel Ticaret Odası
Pensacola Bay Bölgesi Ticaret Odası
St. Petersburg Bölgesi Ticaret Odası

<http://www.clearwaterflorida.org>
<http://www.flchamber.com/>
<http://www.bocatonchamber.com>
<http://www.Büyükmiami.com>
<http://www.tampachamber.com>
<http://www.manateechamber.com>
<http://www.npbchamber.com>
<http://www.orlando.org>
<http://www.pensacolachamber.com>
<http://www.stpete.com>

GEORGIA

Georgia Ticaret Odası

<http://www.gachamber.com/>

HAWAII

Ticaret Odası of Hawaii

<http://www.cochawaii.com/>



IDAHO

Boise Metro Ticaret Odası <http://www.boisechamber.org/>

ILLINOIS

Chicagoland Ticaret Odası <http://www.chicagolandchamber.org/home.asp>

Illinois State Ticaret Odası <http://www.ilchamber.org/>
Naperville Bölgesi Ticaret Odası <http://www.naperville.net/>
Rockford Bölgesel Ticaret Odası <http://www.rockfordchamber.com/>

INDIANA

Ticaret Odası of St. Joseph County <http://www.sjchamber.org/>
Metropolitan Evansville Ticaret Odası <http://www.evansvillechamber.com/>

KANSAS

Büyük Topeka Ticaret Odası <http://www.topekachamber.org/>

KENTUCKY

Commerce Lexington, Inc. <http://www.commercelexington.com/>
Büyük Louisville, Inc. <http://www.Buyuklouisville.com/>
Kentucky Ticaret Odası <http://www.kychamber.com/>
KuzeyKentucky Ticaret Odası <http://www.nkychamber.com/>

LOUISIANA

Louisiana İş Sanayi Birliği <http://www.labi.org/>
New Orleans Ticaret Odası <http://www.norcc.org/>
St. Tammany West Ticaret Odası <http://www.sttammanychamber.org/>

MARYLAND

Maryland Ticaret Odası <http://www.mdchamber.org/>

MASSACHUSETTS

Berkshire Ticaret Odası <http://www.berkshirebiz.org/>
Metro South Ticaret Odası <http://www.metroouthchamber.com/index.html>

Metrowest Ticaret Odası <http://www.metrowest.org/index.htm>

MICHIGAN

Detroit Bölge Odası <http://www.detroitchamber.com/main/index.asp>
Kalamazoo Bölgesel Ticaret Odası <http://www.kazoochamber.com/>
Lansing Bölgesel Ticaret Odası <http://www.lansingchamber.org/>
Michigan Ticaret Odası <http://www.michamber.com/>

MINNESOTA

Minnesota Ticaret Odası <http://www.mnchamber.com/>
Saint Paul Bölgesi Ticaret Odası <http://www.saintpaulchamber.com/>

MISSOURI

Büyük Kansas City Ticaret Odası <http://www.kcchamber.com/>
Missouri Ticaret & Sanayi Odası <http://www.mochamber.org/>
Springfield Bölgesi Ticaret Odası <http://www.springfieldchamber.com/>

MONTANA

Montana Ticaret Odası <http://www.montanachamber.com/ws/home.php>

NEVADA

Reno Sparks Ticaret Odası <http://www.reno-sparkschamber.org/>

NEW HAMPSHIRE

New Hampshire İş ve Sanayi Birliği <http://www.nhbia.org/>

NEW JERSEY

Gateway Bölgesel Ticaret Odası <http://www.gatewaychamber.com/>
Metropolitan Trenton <http://www.mtaacc.org/>
Afrikalı Amerika Odası
New Jersey State Ticaret Odası <http://www.njchamber.com/>



NEW MEXICO

New Mexico Ticaret ve Endüstri Birliği <http://www.aci.nm.org/>
Büyük Albuquerque Ticaret Odası <http://abqchamber.com/>

NORTH CAROLINA

Charlotte Ticaret Odası <http://www.charlottechamber.com/>
Büyük Raleigh Ticaret Odası <http://www.raleighchamber.org/>

NORTH DAKOTA

Büyük Kuzey Dakota Ticaret Odası <http://www.gnda.com/>

OHIO

Dayton Bölgesi Ticaret Odası <http://www.daytonchamber.org/>
Büyük Akron Odası <http://www.Büyükakronchamber.org/>
Büyük Cleveland Ortaklığı <http://www.clevelandgrowth.com/>
Toledo Bölgesi Ticaret Odası <http://www.toledochamber.com/>

OKLAHOMA

Büyük Oklahoma City Ticaret Odası <http://www.okcchamber.com/>
Büyük Oda, Oklahoma İş ve Sanayi Birliği <http://www.okstatechamber.com/>

OREGON

Eugene Bölgesi Ticaret Odası <http://www.eugene-chamber.com/>

PENNSYLVANIA

Erie Bölge Odası ve Büyüme Ortaklığı <http://www.eriepa.com/>
Büyük Pittsburgh Ticaret Odası <http://www.pittsburghchamber.com/>
Büyük Scranton Ticaret Odası <http://www.scrantonchamber.com/>
Harrisburg Bölge Odası and CREDC <http://www.harrisburgregionalchamber.org/>
Main Line Ticaret Odası <http://www.mlcc.org/>
Pennsylvania İş ve Sanayi Odası <http://www.pachamber.org/>
Williamsport-Lycoming Ticaret Odası <http://www.williamsport.org/>

Puerto Rico Ticaret Odası

<http://camarapr.org/>

RHODE ISLAND

Büyük Providence Ticaret Odası <http://www.provchamber.com/>
Kuzey Rhode Island Ticaret Odası <http://www.nrichamber.com/>

GÜNEY CAROLINA

Büyük Greenville Ticaret Odası <http://www.greenvillechamber.org/>
Hilton Head Island Bluffton Ticaret Odası <http://www.hiltonheadisland.org/>
Güney Carolina Ticaret Odası <http://www.scchamber.net/>

GÜNEY DAKOTA

Rapid City Bölgesi Ticaret Odası <http://www.hpcnet.org>
South Dakota Ticaret ve Sanayi Odası <http://www.sdchamber.biz/>

TENNESSEE

Chattanooga Afrikalı-Amerika Ticaret Odası <http://www.chattanoogaacc.org/>
Clarksville Bölgesi Ticaret Odası <http://www.clarksvillechamber.com/>
Johnson City-Jonesborough-Washington Chamber <http://johnsoncitytnchamber.com/>
Memphis Bölgesel Ticaret Odası <http://www.memphischamber.com/>
Nashville Bölgesi Ticaret Odası <http://www.nashvillechamber.com/>
Tennessee Ticaret Odası and Industry <http://www.tnchamber.org/>

TEXAS

Arlington Ticaret Odası <http://www.arlingtontx.com/>
Fort Bend Ticaret Odası <http://www.fortbendchamber.org/>
Büyük Dallas Ticaret Odası <http://www.dallaschamber.org/>
Büyük El Paso Bölgesi Ticaret Odası <http://www.elpaso.org/epcoc-chamber/>
Büyük Houston Ortaklığı <http://www.houston.org/>
Büyük Irving-Las Colinas Ticaret Odası <http://www.irvingchamber.com/>
Laredo Ticaret Odası <http://www.laredochamber.com/>
Texas Association of Business <http://www.txbiz.org/>



UTAH

Salt Lake Ticaret Odası

<http://www.saltlakechamber.org/>

VIRGINIA

Alexandria Ticaret Odası

<http://www.alexchamber.com/>

Amerika Ticaret Odası Yöneticileri

<http://www.acce.org/>

FairFaks County Ticaret Odası

<http://www.fccc.org/main.html>

Büyük Augusta Bölgesel Ticaret Odası

<http://www.augustachamber.org/>

Hampton Roads Ticaret Odası

<http://www.hamptonroadschamber.com/>

Lynchburg Bölgesel Ticaret Odası

<http://www.lynchburgchamber.org/>

Virginia Ticaret Odası

<http://www.vachamber.com/>

Winchester Frederick Bölgesel
Ticaret Odası

<http://www.Bölgeselchamber.biz/>

WASHINGTON

Spokane Bölgesel Ticaret Odası

<http://www.spokanechamber.org/>

Tacoma-Pierce Vilayeti Ticaret Odası

<http://www.tacomachamber.org/>

WEST VIRGINIA

Huntington Bölgesel Ticaret Odası

<http://www.huntingtonchamber.org/>

West Virginia Ticaret Odası

<http://www.wvchamber.com/>

WISCONSIN

Eau Claire Bölgesi Ticaret Odası

<http://www.eauclairchamber.org/>

Fox Cities Ticaret ve Sanayi Odası

<http://www.foxcitieschamber.com/>

Türkiye Büyükelçiliği

2525 Massachusetts Ave. NW
Washington, DC 20008

B.

AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİNDEKİ TÜRKİYE BÜYÜKELÇİLİĞİ VE KONSOLOSLUKLARI

Tel: 1-202-612-6700

Faks: 1-202-612-6744

E-posta: contact@turkishembassy.org

Houston Konsolosluğu

1990 Post Oak Blvd., Suite 1300

Houston, Texas 77056

Tel: 1-713-622-5849

Faks: 1-713-623-6639

E-posta: turcon@ix.netcom.com

Los Angeles Konsolosluğu

4801 Wilshire Blvd., Suite 310

Los Angeles, California 90010

Tel: 1-323-937-0118

Faks: 1-323-932-0061

E-posta: turkcgl@pacbell.net

Chicago Konsolosluğu

360 N Michigan Ave., Suite 1405

Chicago, Illinois 60601

Tel: 1-312-263-0644

Faks: 1-312-263-1449

E-posta: Chicago@trKonsolosluğu.org

New York Konsolosluğu

Türkiye Merkezi

821 United Nations Plaza, 5th Floor

New York, New York 10017

Tel: 1-212-949-0159

Faks: 1-212-983-1293

E-posta: tcbkny@broadviewnet.net

ABD'DEKİ TÜRKÇE GAZETELER

Hurriyet

<http://www.hurriyet.com.tr/anasayfa>

Zaman

<http://www.zaman.com.tr>



C. ABD HÜKÜMETİ KAYNAKLARI

ABD Ticaret Bakanlığı – <http://www.commerce.gov/> Bakanlığın amacı, Amerika Birleşik Devletlerinin yurt dışı ve yurt içindeki ticaretini iyileştirmek, desteklemek ve geliştirmektir. **Uluslararası Ticaret İdaresi** – <http://trade.gov/index.asp> Misyonu ABD sanayisinin rekabet gücünü geliştirerek, ticareti ve yatırımları teşvik ederek ve adil ticaret ile ticaret kanunları ve anlaşmalarına uyulmasını garanti altına alarak refah yaratılmasıdır.

Ticaret Bilgi Merkezi – ABD hükümeti ihracat yardım programları üzerine bilgi <http://www.ita.doc.gov/td/tic>.

Pazar Erişimi ve Uyum Merkezi – <http://trade.gov/mac> pazar erişimi veya FTA uyum sorunları sebebiyle yurt dışı ticaret engelleri ile karşılaşan işletmelere yardım etmektedir.

Ticaret ve Sanayi Ofisi – <http://www.ita.doc.gov/td/industry/otea> ticaret ve yatırım üzerine veri ve analiz.

Son İstatistikler / İş ve Sosyal Hizmetler – <http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/index.html> gelen ve giden yolcu seferleri ile ulusal ve alt ulusal seviyelerde yapılan harcamalar üzerine veri tabloları.

ABD Tarım Bakanlığı – www.usda.gov

ABD Yurt Dışı Tarım Hizmeti – <http://www.fas.usda.gov> ABD ürünleri için yurt dışı Pazar erişimini iyileştirmek, yeni piyasalar oluşturmak, ABD tarımının rekabet gücünü iyileştirmek ve yabancı ülkelere yiyecek ve teknik yardım temin etmek için çalışmaktadır.

Uluslararası Ticaret Politikası – <http://www.fas.usda.gov/ustrade.asp> ABD tarım ticaret politikası ve ticaret bilgileri.

Ekonomik ve İstatistik İdaresi (ESA) – <http://www.esa.doc.gov> ABD ekonomik verilerinin üretimini ve analizini koordine etmektedir. Üç ana ofisi vardır. Bunlar:

U.S. İstatistik Bürosu – <http://www.census.gov> ABD nüfusu ve ekonomisi üzerine istatistikler

Ekonomik Analiz Bürosu – <http://www.bea.doc.gov> ulusal, bölgesel, sanayi ve uluslararası ekonomik istatistikleri

STAT-ABD – <http://www.stat-usa.gov> federal hükümetteki kaynaklardan derlenen iş, ticaret ve ekonomik verileri (*abonelik hizmeti*).

Vergi Dairesi – <http://www.irs.gov/> bütün federal vergilerin toplanmasından sorumludur. Bu web sitesi IRS tarafından sunulan hizmetler, düzenlemeler ve bütün vergilendirme formları üzerine bilgi sağlamaktadır.

ABD Dış Ticaret Temsilcisi (USTR) <http://www.ustr.gov> uluslararası ticaret, mal ve yatırım politikasını geliştirir ve koordine eder ve diğer ülkeler ile yürütülen müzakereleri denetler.

Küçük Ölçekli İşletme İdaresi (SBA) <http://www.sba.gov> küçük ölçekli işletmelere yardım sağlar ve menfaatlerini korur.

Business.gov <http://www.business.gov> işletmelerle ilgili hükümet kaynaklarının derlenmesi.

Uluslararası Ticaret Ofisi <http://www.sba.gov/oit> küçük ölçekli işletmelerin uluslararası ticaretteki gelişimlerini destekler.

Online Ticaret Misyonu <http://www.sba.gov/tmonline> ihracat için pazar, ABD için kaynak arayan ve bir iş ortağı veya tedarikçi bulmak isteyen yabancı firmalar arayan ABD küçük ölçekli işletmelerinin veritabanı.

ABD Kongresi

ABD Temsilciler Meclisi <http://www.house.gov>

ABD Senatosu <http://www.senate.gov>

Kongre Kütüphanesi <http://www.loc.gov/index.html>

ABD Anavatan Güvenlik Bölümü – www.dhs.gov

ABD Gümrük ve Sınır Koruma – <http://www.cbp.gov/> Amerika Birleşik Devletlerine gelen mallardan sorumludur. Web sitesi ülkeye giriş ve ithalat ile ilgili süreçlere dair yönetmelikler üzerine bilgi ihtiva etmektedir.

Gümrük Oranları – http://www.customs.ustreas.gov/xp/cgov/import/duty_rates/ (ABD Gümrük ve Sınır Koruma web sitesinin parçası) Amerika Birleşik Devletlerine ithal edilen mallara uygulanan vergi ve tarifeler üzerine ayrıntılı bilgi sağlamaktadır.

ABD Vatandaşlık ve Göç Hizmetleri – <http://www.uscis.gov/Grafik/index.htm>



çalışma izni ve diğer izinler dâhil olmak üzere göçmenlere verilen hizmetleri yönetmektedir (önceden INS).

Ticari İlişkiler Ofisi – http://www.cbp.gov/xp/cgov/toolbox/about/organization/comm_staff_off/trade_relations.xml

ABD Hazine Bakanlığı (U.S. Department of the Treasury) – www.treas.gov
Uluslararası Ticaret Veri Sistemi <http://www.itds.treas.gov> İthalat / İhracat
Kaynakları dâhil olmak üzere, uluslararası ticaret ve ulaştırma verilerinin elektronik ortamdan toplanması.

ABD Dış İşleri Bakanlığı (U.S. Department of State) – www.state.gov
Eğitim ve Kültür İşleri Bürosu (ECA) <http://exchanges.state.gov> ABD ve diğer ülkeler arasındaki uluslararası eğitim ve öğretim programlarını organize etmektedir.

ABD Çalışma Bakanlığı (U.S. Department of Labor) – www.dol.gov
Çalışma İstatistikleri Bürosu – <http://www.bls.gov> çalışma ekonomisi ve istatistiklerinde uzmanlaşan bağımsız ulusal istatistik kurumu.
Uluslararası Bölüm – <http://www.bls.gov/bls/ULUSLARARASI.htm> yurt dışı çalışma istatistiği ve ithalat ve ihracat fiyatlarına dair veriler.

ABD Uluslararası Ticaret Komisyonu (USITC) – <http://www.usitc.gov/>
antidumping, telafi edici gümrük vergileri, gümrük ve adil olmayan ticaret pratikleri soruşturmaları vasıtasıyla ABD endüstrileri üzerinde ithalatın etkisini değerlendirmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri İthalat – İhracat Bankası – <http://www.exim.gov> Amerika Birleşik Devletleri resmi ihracat kredi kurumu; misyonu ABD mallarının ve hizmetlerinin uluslararası piyasalara ihraç edilmesinin finansmanına yardım etmektir.

ABD Hükümetinin Resmi Web Sitesi – <http://www.firstgov.gov> ABD hükümeti ve mevcut hükümet hizmetleri hakkında bilgi.

Milli Banka (The Federal Reserve Board) – <http://www.federalreserve.gov/pubs/shop> kredi kartının nasıl seçilmesi ve kredi kartı kullanılmaya başlandığında iyi durumun nasıl korunması gerektiği üzerine tavsiye.



D. KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETME KAYNAKLARI

ABD Göç Desteği – <http://www.usimmigrationsupport.org/index.html> özel organizasyon, web sitesi vizeler, vatandaşlık süreci ve Amerika Birleşik Devletlerine girişin diğer formları üzerine bilgi ve hizmet sağlamaktadır.

MyUScompany – <http://www.myscompany.com> ABD’de şirketlerin kurulmasında yabancı müşterilere yardım sağlamaktadır.

AcreSoft – <http://www.acresoft.com/businesslinks.htm> Web sitesi güncel döviz oranları, tercüme hizmetleri ve bölgesel bilgiler gibi sahalarda küçük ölçekli işletmeler için faydalı linkler sağlamaktadır.

SMEI – www.smei.org uluslararası satış ve pazarlama yöneticileri için makaleler, kitaplar, etkinlikler ve diğer bilgiler.

Hoovers – www.hoovers.com iş büyütmeyi sağlayan geniş kapsamlı şirket, sanayi ve piyasa istihbaratı sağlamaktadır; şirket ve sanayi araştırması için faydalıdır.



E.

DÜNYA TİCARET MERKEZLERİ

Anchorage, AK: <http://www.wtcak.org>
Atlanta, GA: <http://www.wtcatlanta.com/home.html>
Boston, MA: <http://www.wai.com/Structures/Public/boston-wtc.html>
Baltimore, MD: <http://www.wtci.org>
Bridgeport, CT: *no Web sitesi*
Buffalo, NY: <http://www.wtcbn.org>
Charleston, SC: <http://www.scwtc.org>
Chicago, IL: <http://www.wtcc.org>
Cleveland, OH: <http://www.wtccleveland.org>
Denver, CO: <http://www.wtcdn.com>
Detroit, MI: <http://www.wtcdw.com>
Ft. Lauderdale, FL: <http://www.worldtradefl.com>
Houston, TX: http://wtca.org/wtc/Houston_services.html
Hudson Valley, NY: http://world.wtca.org/findatrademerkezi/application/view_trademerkezi_details.php?wtcid=Hudson_Valley
Jackson, MS: <http://www.mswtc.org>
Jacksonville, FL: <http://www.expandinjax.com>
Kansas City, MO: <http://www.kctrade.com/>
Lexington, KY: <http://www.kwtc.org>
Long Beach, CA: <http://www.wtcanet.org>
Los Angeles, CA: <http://www.wtcanet.org>
Memphis, TN: http://wtca.org/wtc/memphis_contacts.html
Miami, FL: www.worldtrade.org
Missoula, MT: <http://www.mwtc.org/news/archive.php>
New Orleans, LA: <http://wtcno.org>
New York, NY: <http://world.wtca.org/portall/site/wtcaonline>
Norfolk, VA: <http://www.emporis.com/en/wm/bul?id=128394>
Orange County, CA: <http://www.wtca-oc.org>
Orlando, FL: <http://www.worldtrademerkezi.orlando.org>
Palm Beach, FL: <http://www.wtcpalmbeach.com>
Philadelphia, PA: <http://www.wtcphila.org>
Portland, OR: <http://www.wtcpd.com>
Providence, RI: <http://www.chafeemerkezi.org>

Sacramento, CA: <http://www.norcalwtc.org>
San Diego, CA: <http://www.sdwtc.org>
San Francisco, CA: <http://www.bawtc.com>
Schenectady, NY: <http://www.crwtc.org>
Seattle, WA: <http://www.wtcseattle.com>
St. Louis, MO: <http://www.worldtrademerkezi-stl.com>
Tacoma, WA: <http://www.wtcta.org>
Tampa Bay, FL: <http://www.wtctampa.com>
Washington, DC: <http://www.itcdc.com/index.php>
Wichita, KS: <http://www.kansaswtc.org>
Wilmington, DE: <http://www.wtcde.com>

F.

DİĞER FAYDALI LİNKLER

IMF (Uluslararası Para Fonu) www.imf.org
IFC (Uluslararası Finans Kuruluşu, Dünya Bankası) www.ifc.org
Dünya Bankası www.worldbank.org
ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü) www.ilo.org
USGTN (Küresel Ticaret ve Teknoloji Ağı) www.usgtn.net
www.businessweek.com/globalbiz (Business Week'in Küresel Bölümü)
www.cnn.com (CNN)
www.economist.com (The Economist)
www.eiu.com (The Economist İstihbarat Birimi – ülke analizi ve sanayi ile ilgili tahminler)
news.ft.com (The Financial Times)
www.foreignpolicy.com (Foreign Policy dergisi)
www.joc.com (Journal of Commerce)
www.wsj.com (The Wall Street Gazetesi)
www.eurunion.org/newsweb/home.htm (Avrupa Ekonomi Ve Finansal Haberler Bülteni)
www.econddata.net (Ekonomik verilerin olduğu web sitelerinin geniş kapsamlı listesi)
www.idcresearch.com (Elektronik Ticaret Eğilimleri, IT Piyasası İstihbaratı)
www.forrester.com (İnternet Eğilimi Araştırması)



G. 2007–2008 TİCARET FUARI TAKVİMİ

Ticaret fuarları ağ oluşturma ve hedef alınan müşterilere ürün pazarlama için mükemmel bir fırsat sunmaktadır. Seçilen sanayilerdeki ticaret fuarlarına katılım, faydalı bir yatırım olabilir. Aşağıdaki liste, geniş kapsamlı olmasa da, mobilya, tarım işletmesi, tekstil, inşaat, seyahat ve turizm sektörleri için önemli ticaret fuarlarını içermektedir:

TransWorld's Mücevher , Moda & Aksesuarlar (JF&A) Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/341979/TransWorld_s_Mücevher_Fashion_Accessories_JF_A_Show.html

Tarih: Ocak 2007

Yer: Donald E Stephens Kongre Merkezi, Rosemont, Illinois

Endüstri Odağı: Giyim, Cinsiyete Özel, Diğerleri

Hawaii Pazarı Ocak Malları Sergisi

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/219105/The_Hawaii_Market_Ocakuery_Merchandise_Expo.html

Tarih: Ocak 13 – 15, 2007

Yer: Neal S. Blaisdell Merkezi, Honolulu, Hawaii

Endüstri Odağı: Kıymetli taşlar, Mücevher ve Madenler, Sanat, Antika & Zanaat, Hediyeelik Eşyalar, Oyunlar, Hobiler ve Oyuncaklar

St. Louis Hediye Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/334208/The_St_Louis_Gift_Show.html

Tarih: Ocak 15 – 17, 2007

Yer: Gateway Merkezi, St. Louis, Missouri

Endüstri Odağı: Hediyeelik Eşyalar, Oyunlar, Hobiler ve Oyuncaklar, Yiyecek ve İçecekler, Ev Mefruşatı ve İç Dizayn

Baskılı Spor Giysileri Fuarı Long Beach

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/215228/Imprinted_Sportswear_Show_Long_Beach.html

Tarih: Ocak 19 - 21, 2007

Yer: Long Beach Kongre ve Eğlence Merkezi, Long Beach, California

Endüstri Odağı: Tekstil / Dokuma / Deri / Dokuma Olmayanlar, Giysi

California Hediyeelik Eşya Fuarı – Kış 2007

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/350252/California_Gift_Show_Winter_2007.html

Tarih: Ocak 19 – 22, 2007

Yer: Los Angeles Kongre Merkezi, Los Angeles, California

Endüstri Odağı: Giyim, Kıymetli Taşlar, Mücevher ve Madenler, Hediyeelik Eşyalar, Oyunlar, Hobiler ve Oyuncaklar

Offinger's El Sanatları Pazarı – Ocak 2007

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/215896/Offinger_s_Handcrafted_Marketplace_Ocakuery_2007.html

Tarih: Ocak 20 – 21, 2007

Yer: Veterans Memorial Binası, Los Angeles, California

Endüstri Odağı: Sanat, Antika& Zanaat, Hediyeelik Eşyalar, Oyunlar, Hobiler ve Oyuncaklar, Ev Mefruşatı ve İç Dizayn

Fancy Yemek Fuarı

<http://www.specialtyfood.com/dofancyFoodShow/LocationsAndTarihs>

Tarih: Ocak 21 – 23, 2007

Yer: Moscone Merkezi, San Francisco, California

Endüstri Odağı: Yemek Ürünleri / Tarım işletmesi

ULUSLARARASI Kümes Hayvanları Sergisi & AFIA Yem Sergisi

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/12078/ULUSLARARASI_Poultry_Expo_AFIA_Feed_Expo.html

Tarih: Ocak 24 – 26, 2007

Yer: Georgia Dünya Kongre Merkezi, Atlanta, Georgia

Endüstri Odağı: Gıda İşleme ve Dağıtımı, Çevre, Tarım ve Çiftçilik

OASIS Hediyeelik Eşya Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/317347/OASIS_Gift_Show.html



Tarih: Ocak 25 – 27, 2007

Yer: Cardinals Stadyumu, Glendale, Arizona

Endüstri Odağı: Hediyelik Eşyalar, Oyunlar, Hobiler ve Oyuncaklar, Kıymetli Taşlar, Mücevher ve Madenler, Etnik

MFP Motor Sporları

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/358654/MFP_Motor_Sporlari.html

Tarih: Ocak 25 – 27, 2007

Yer: Indiana Kongre Merkezi & RCA Dome, Indianapolis, Indiana

Endüstri Odağı: İmalat, Otomotiv / Kamyonculuk / Levazım

Indianapolis Ev Dekorasyonu & İç Dizayn Show

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/355738/Indianapolis_Home_Decor_Interior_Design_Show.html

Tarih: Ocak 26 – 28, 2007

Yer: Indiana Eyaleti Pazar Alanları Olay Merkezi, Indianapolis, Indiana

Endüstri Odağı: Ev Mefruşatı ve İç Dizayn

Indianapolis Home Show

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/358293/Indianapolis_Home_Show.html

Tarih: Ocak 26 – Şubat 04, 2007

Yer: Indiana Fairgrounds Olay Merkezi,, Indianapolis, Indiana

Endüstri Odağı: Ev & Bahçe, Banyo ve Mutfak Ürünleri, Çimenlik, Bahçe & Açık Havada Yaşam

Westchester Bahar Ev & Bahçe Sergisi

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/353225/Westchester_Spring_Home_Garden_Expo.html

Tarih: Ocak 27 – 28, 2007

Yer: Pace Üniversitesi, Pleasantville, New York

Endüstri Odağı: Ev Mefruşatı ve İç Dizayn, Peyzaj / Bahçe / Çim Saha, Ev & Bahçe

Sebze ve Çiçek Tohumu Konferansı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/334938/Vegetable_Flower_Seed_Conference.html

Tarih: Ocak 27 – 30, 2007

Yer: Westin La Paloma Dinlence Yeri ve Kaplıca, Tucson, Arizona

Endüstri Odağı: Tarım ve Çiftçilik

Seattle Hediyelik Eşya Fuarı -Kış

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/347188/Seattle_Gift_Show_Winter.html

Tarih: Ocak 27 – 30, 2007

Yer: Washington Eyaleti Kongre ve Ticaret Merkezi, Seattle, Washington

Endüstri Odağı: Kıymetli Taşlar, Mücevher ve Madenler, Hediyelik Eşyalar, Oyunlar, Hobiler ve Oyuncaklar, Kâğıt Ürünleri

Batı Sahili Sanat & Çerçeve Fuarı & Konferansı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/274416/West_Coast_Sanat_Frame_Show_Conference.html

Tarih: Ocak 28 – 31, 2007

Yer: Las Vegas Hilton Oteli, Las Vegas, Nevada

Endüstri Odağı: Kâğıt Ürünleri, Ev Mefruşatı ve İç Dizayn, Sanat, Antika& Zanaat

Southern Çiftçilik Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/8214/Southern_Farm_Show.html

Tarih: Ocak 31 – Şubat 02, 2007

Yer: Kuzey Carolina Eyaleti Pazar Yerleri, Raleigh, Kuzey Carolina

Endüstri Odağı: Tarım ve Çiftçilik

Omaha Ev & Bahçe Expo

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/347633/OMAHA_HOME_GARDEN_EXPO.html

Tarih: Şubat 01 – 04, 2007

Yer: Qwest Merkezi Omaha, Nebraska

Endüstri Odağı: Konut, Yapı ve İnşaat, Ev Mefruşatı ve İç Dizayn

The Wholesale Alaskan Hediyelik Eşya Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/232153/The_Wholesale_Alaskan_Gift_Show.html



Tarih: Şubat 03 – 04, 2007

Yer: Egan Merkezi, Anchorage, Alaska

Endüstri Odağı: Kıymetli Taşlar, Mücevher ve Madenler, Hediyeelik Eşyalar, Oyunlar, Hobiler ve Oyuncaklar, Seyahat ve Turizm

Orlando Hediyeelik Eşya Fuarı - Şubat 2007

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/342122/Orlando_Gift_Show_Şubat_2007.html

Tarih: Şubat 03 – 05, 2007

Yer: Orange Eyaleti Kongre Merkezi, Orlando, Florida

Endüstri Odağı: Giyim, Kıymetli Taşlar, Mücevher ve Madenler, Hediyeelik Eşyalar, Oyunlar, Hobiler ve Oyuncaklar

Destination Showcase

<http://www.destinationshowcase.com>

Tarih: Şubat 2007

Yer: Washington, DC

Endüstri Odağı: Seyahat ve Turizm

Eastern Iowa Ev Ve Peyzaj Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/291654/EASTERN_IOWA_HOME_AND_LANDSCAPING_SHOW.html

Tarih: Şubat 08 – 11, 2007

Yer: Sullivan Brothers Kongre Merkezi, Waterloo, Iowa

Endüstri Odağı: Ev Mefruşatı ve İç Dizayn, Yapı ve İnşaat, Banyo ve Mutfak Ürünleri

Scottsdale Ev & Bahçe Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/200296/Scottsdale_Home_Garden_Show.html

Tarih: Şubat 09 – 11, 2007

Yer: WestWorld, Scottsdale, Arizona

Endüstri Odağı: Ev Mefruşatı ve İç Dizayn, Peyzaj / Bahçe / Çim Alanı, Ev / Mutfak / Banyo

World Ag Expo

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/2051/World_Ag_Expo.html

Tarih: Şubat 13 - 15, 2007

Yer: Uluslararası Tarım Merkezi, Inc., Tulare, California

Endüstri Odağı: Kimyasal / Proses Teknolojisi, Su, Tarım ve Çiftçilik

Baskılı Spor Giysileri Fuarı Orlando

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/281510/Imprinted_Sportswear_Show_Orlando.html

Tarih: Şubat 16 – 18, 2007

Yer: Orange Eyaleti Kongre Merkezi, Orlando, Florida

Endüstri Odağı: Giyim, İmalat

San Francisco Uluslararası Hediyeelik Eşya Fuarı- Şubat 2007

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/11516/San_Francisco_ULUSLARARASI_Gift_Fair_Şubat_2007.html

Tarih: Şubat 17 – 20, 2007

Yer: Moscone Merkezi, San Francisco, California

Endüstri Odağı: Kıymetli Taşlar, Mücevher ve Madenler, Hediyeelik Eşyalar, Oyunlar, Hobiler ve Oyuncaklar

Ev & Bahçe Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/291590/Home_Garden_Show.html

Tarih: Şubat 22 – 25, 2007

Yer: Millcreek Mall, Erie, Pennsylvania

Endüstri Odağı: Ev Mefruşatı ve İç Dizayn, Peyzaj / Bahçe / Çim Alanı, Banyo ve Mutfak Ürünleri

Chicago Güney Banliyöleri Bahar Ev Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/343367/Chicago_South_Suburbs_Spring_Home_Show.html

Tarih: Şubat 23 – 25, 2007

Yer: Oak Lawn Pavilion, Oak Lawn, Illinois

Endüstri Odağı: Ev Mefruşatı ve İç Dizayn, Yapı ve İnşaat, Peyzaj / Bahçe / Çim Alanı, Ev & Bahçe



TMS Yıllık Toplantı & Sergi

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/343340/TMS_Annual_Meeting_Exhibition.html

Tarih: Şubat 25 - Mar 01, 2007

Yer: Walt Disney Dünyası Dolphin, Orlando, Florida

Endüstri Odağı: İmalat, Endüstriyel, Mühendislik

Otomotiv Parçaları Birlikleri

(web sayfası yok)

Tarih: Şubat 27 – Mart 4, 2007

Yer: Radisson Oteli, Miami, Florida

Endüstri Odağı: Otomotiv Parçaları

Yıllık Connecticut Bahar Ev Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/340574/Annual_Connecticut_Spring_Home_Show.html

Tarih: Mart 02 – 04, 2007

Yer: Connecticut Expo Merkezi, Hartford, Connecticut

Endüstri Odağı: Banyo ve Mutfak Ürünleri, Seramik ve Cam Sanayii, Ev / Mutfak / Banyo, Ev & Bahçe

Spor & Seyahat Expo-Erie

<http://www.biztradeshow.com/trade-events/sport-travel-erie.html>

Tarih: Mart4. 2007

Yer: Birinci Aile Spor Parkı, Erie, Pennsylvania

Endüstri Odağı: Seyahat ve Turizm

Wilshire Meta-Veri Konferansı & DAMA Uluslararası Sempozyumu

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/278164/Wilshire_Meta_Data_Conference_DAMA_Uluslararası_Sempozyumu.html

Tarih: Mart 4, 2007

Yer: Boston, Massachusetts

Endüstri Odağı: Yazılım

Uluslararası Restoran & Yemek Hizmeti Fuarı-New York

<http://www.biztradeshow.com/trade-events/ULUSLARARASI-restaurant->

[foodservice-show-new-york.html](http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/343340/TMS_Annual_Meeting_Exhibition.html)

Tarih: Mart 5–7, 2007

Yer: Jacob K Javits Kongre Merkezi, New York

Endüstri Odağı: Yemek hizmeti

Baskılı Spor Giysileri Fuarı Atlantic City

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/215723/Imprinted_Sportswear_Show_Atlantic_City.html

Tarih: Mart 09 – 11, 2007

Yer: Atlantic City Kongre Merkezi, Atlantic City, New Jersey

Endüstri Odağı: İmalat, Giyim

Uluslararası Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı

www.housewares.org

Tarih: Mart 11 – 13, 2007

Yer: McCormick Place, Chicago, Illinois

Endüstri Odağı: Mobilya ve Mutfak eşyaları

Midwest Poultry Federation Convention

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/348904/Midwest_Poultry_Federation_Convention.html

Tarih: Mart 13 – 15, 2007

Yer: St. Paul RiverCentre, Minneapolis, Minnesota

Endüstri Odağı: Tarım ve Çiftçilik

Güneydoğu Connecticut Ev Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/340598/Southeastern_Connecticut_Home_Show.html

Tarih: Mart 16 – 18, 2007

Yer: Connecticut College Bölgesi & Atletik Merkezi, New London, Connecticut

Endüstri Odağı: Seramik ve Cam Sanayii, Donanım / Boya, Yapı ve İnşaat, Ev & Bahçe

Gelecekteki Forum: Yeni Teknoloji - Kablosuz & VoIP

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/336654/Future_Forum_Technology_



on_the_Edge_Wireless_VoIP.html

Tarih: Mart 19, 2007

Yer: New York, New York

Endüstri Odağı: Yazılım

3. Dolaplar ve Ev Organizasyonu Konferansı & Expo (tm)

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/358553/3rd_Closets_Home_Organization_Conference_Expo_tm_.html

Tarih: Mart 21 – 23, 2007

Yer: Renaissance Schaumburg Otel & Kongre Merkezi, Schaumburg, Illinois

Endüstri Odağı: Ev Mefruşatı ve İç Dizayn, Ev Organizasyonu

Uluslararası Kiremit ve Taş Sergisi

(web sayfası yok)

Tarih: Mart 23–25, 2007

Yer: Miami Beach Kongre Merkezi, Miami, Florida

Endüstri Odağı: Kiremit ve Taş

ISQED 2007

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/280443/ISQED_2007.html

Tarih: Mart 26, 2007

Yer: San Jose California

Endüstri Odağı: Yazılım

TransWorld's Mücevher, Moda ve Aksesuarlar Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/342011/TransWorld_s_Mücevher_Fashion_Accessories_Show.html

Tarih: Mart 30, 2007

Yer: Donald E Stephens Kongre Merkezi, Rosemont, Illinois

Endüstri Odağı: Diğerleri, Kıymetli Taşlar, Mücevher ve Madenler, Giyim

Las Vegas Uluslararası Otel & Restoran Show

http://www.biztradeshow.com/trade-events/Otel-restauran-las-vegas.html

Tarih: Nisan 4–5, 2007

Yer: Mandalay Bay Kongre Merkezi, Las Vegas, Nevada

Endüstri Odağı: Misafirperverlik, Seyahat & Turizm

Satın Alma & Satma eContent

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/358322/Buying_Selling_eContent.html

Tarih: Nisan 9, 2007

Yer: Scottsdale, Arizona

Endüstri Odağı: Yazılım

Infotec 2007

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/204234/infotec_2007.html

Tarih: Nisan 16, 2007

Yer: Omaha, Nebraska

Endüstri Odağı: Yazılım

Best of the Valley Quilt Show

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/356734/Best_of_the_Valley_Quilt_Show.html

Tarih: Nisan 20 - 22, 2007

Yer: Uluslararası Tarım Merkezi, Inc., Tulare, California

Endüstri Odağı: Giyim, Tekstil / Dokuma / Deri / Dokuma Olmayanlar, Sanat, Antika& Zanaat

IDEA07 – Uluslararası Mühendislikten Geçmiş Dokuma

Konferansı & Expo

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/348903/IDEA07_ULUSLARARASI_Engineered_Fabrics_Conference_Expo.html

Tarih: Nisan 24, 2007 - Nisan 26, 2007

Yer: Miami Beach Kongre Merkezi, Miami Beach, Florida

Endüstri Odağı: Tekstil / Dokuma / Deri / Dokuma Olmayanlar, Giyim

All Things Organic

www.organicexpo.com

Tarih: Mayıs 6 – 8, 2007

Yer: McCormick Place, Chicago, Illinois

Endüstri Odağı: Tarım işletmesi



Fancy Yemek Fuarı

<http://www.specialtyfood.com/dofancyFoodShow/LocationsAndTarih>

Tarih: Mayıs 6, 2007-Mayıs 8, 2007

Yer: McCormick Place, Chicago, Illinois

Endüstri Odağı: Yiyecek Ürünleri / Tarım işletmesi

Material World

www.urban-expo.com

Tarih: Mayıs 8 – 10, 2007

Yer: Miami Beach Kongre Merkezi, Miami Beach, Florida

Endüstri Odağı: Tekstil / Dikili Ürünler Endüstrisi

CMM Uluslararası

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/352119/CMM_ULUSLARARASI.html

Tarih: Haziran 04 – 07, 2007

Yer: Donald E Stephens Kongre Merkezi, Rosemont, Illinois

Endüstri Odağı: Basım, Grafik, & Yayın, Tesis Mühendisliği / Geliştirme / Op, Paketleme, Nakliye, Hava Kargosu, İmalat

OASIS Hediyeelik Eşya Fuarı

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/202782/OASIS_Gift_Show.html

Tarih: Temmuz 26 – 28, 2007

Yer: Cardinals Stadyumu, Glendale, Arizona

Endüstri Odağı: Kıymetli Taşlar, Mücevher ve Madenler, Hediyeelik Eşyalar, Oyunlar, Hobiler ve Oyuncaklar, Etnik

The 2008 Uluslararası İnşaatçılar Fuarı

www.buildersshow.com

Tarih: Şubat 7–10, 2008

Yer: Georgia Dünya Kongre Merkezi, Atlanta, Georgia

Endüstri Odağı: Yapı Malzemeleri / İnşaat

CONEXPO-CON/AGG 2008

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/344448/CONEXPO_CON_AGG_



[2008.html](#)

Tarih: Mart 11 – 15, 2008

Yer: Las Vegas Kongre Merkezi, Las Vegas, Nevada

Endüstri Odağı: Yapı ve İnşaat

Techtextil North America

http://tradeshow.alibaba.com/trade_shows/342204/Techtextil_North_America.html

Tarih: Nisan 01, 2008 – Nisan 03, 2008

Yer: Cobb Galleria Merkezi, Atlanta, Georgia

Endüstri Odağı: Tekstil / Dokuma / Deri / Dokuma Olmayanlar



H.

ABD'DEKİ TÜRK – AMERİKAN ORGANİZASYONLARI

Türk– Amerikan Dernekleri Assamblesi (ATAA)
1526 18th Street N.W.
Washington, D.C. 20036
TeleTel: 202–483–9090
Web sitesi: www.ataa.org

ATAA Bileşen organizasyonları:

ARIZONA

Arizona Türk Amerikan Derneği -TAAAZ

Başkan: Suat Ozdemir
Adres: P. O. Box 737
Tempe, AZ 85281–0373
TEL: (602) 332–7670
FAKS: (602) 766–4990
EP: info@taaaz.org
Web sitesi: www.taaaz.org

CALIFORNIA

Güney Kaliforniya Türk Amerikan Derneği - ATASC

Başkan: Dennis Aytekin
Adres: 245 W. Broadway, Suite 100
Long Beach, CA 90832–2474
TEL: (562) 252–0234
FAKS: (562) 624–2881
EP: Basikan@excom.atasc.org
Web sitesi: www.atasc.org

Orange Eyaleti Türk Amerikan Derneği - OCTAA

Başkan: Sevdâ Kupoglu Aleckson
Adres: P.O. Box 51627
Irvine, CA 92619
TEL: (949) 608 3402

FAKS: (949) 608 3402

EP: sevdaaleckson@octaa.org

Web sitesi: www.octaa.org

CaliforniCalifornia Türk Amerikan Derneği CaliforniCalifornia –TAA-CA

Başkan: Mutlu Ozer
Adres: 2053 Grand Road, PMB 123
Los Altos, CA 94024
TEL: (415) 646–0946

EP: taac@taaca.org

Web sitesi: www.taaca.org

Los Angeles Türk Amerikan Derneği -LATAA

Başkan: Funda Oguz
Adres: P.O. Box 3053
Beverly Hills, CA 90212–3053
TEL: (562) 624–2885
FAKS: (562) 624–2881

EP: lataa@laturks.org

Türk Amerikan Leydileri Ligi -TALL

Başkan: TALL Temsilcisi
Adres: P.O. Box 50215
Irvine, CA 92619
EP: tall.bod@atasc.org

COLORADO

Colorado Türk Amerikan Kültür Cemiyeti -TACSCO

Başkan: Erdal Ozkan
Adres: 5260 Windflower Way
Highlands Ranch, CO 80130
FAKS: (303) 273–3189
EP: eozykan@mines.edu
Web sitesi: www.colorado.turkleri.com

CONNECTICUT

Güney New England Türk Amerikan Kültür Derneği –TACA-SNE

Başkan: Leyla Eroglu



Adres: 69 Olney Rd.
Wheterfields, CT 6109
TEL: (860) 571-8423

EP: info@snetaca.org

Web sitesi: www.snetaca.org

Türk Amerikan Fizikçileri Derneği -TAPA

Başkan: Serdar Karakurun
Adres: 645 Beaver Dam Road
Stratford, CT 6614
TEL: (516) 938-0204

EP: ymnaci@aol.com

ITU Mezunlari Uluslararası Kurulusu

Başkan: Dr. Kayaalp Buyukataman
Adres: 235 East River Dr. Suite 1502
E.Hartford, CT 6108
TEL: (781) 519-0273

EP: Baskan@turkishforum.com

Web sitesi: www.turkishnews.com | www.itumuk.com

Türk Amerikan Tıp Derneği –TAMA

Başkan: Murat Gunel
Adres: Yale University Medical School, 333 Cedar Street, TMP 4
New Haven, CT 06510
TEL: (230) 737-2096
E-posta: murat.gunel@yale.edu

FLORIDA

Florida Türk Amerikan Derneği- FTAA

Başkan: Sermin Unal
Adres: P.O. Box 14753
Fort Lauderdale, FL 33302
TEL: (561) 386-8942
EP: birayyersu@aol.com
Web sitesi: www.ftaa.com

Florida Türk Amerikan Kültür Derneği -TACAF

Başkan: Aydın Sunol

Adres: P.O. Box 3303
Brandon, FL 33509-3303
TEL: (727) 799-2501

EP: tacaf@tacaf.org

Web sitesi: www.tacaf.org

Kuzey Florida Türk Amerikan Kültür Derneği – NFTACA

Başkan: Cigdem Crawford
Adres: 2630 Hidden Village Dr.
Jacksonville, FL 32216
TEL: (904) 724-9203, ext.3911
FAKS: (904) 721-6794
E-posta: nftaca@hotmail.com

GEORGIA

Georgia Türk Amerikan Kültür Derneği –TACA-GA

Başkan: Mazlum Kosma
Adres: P.O. Box 190013
Atlanta, GA 31119
TEL: (404) 206-9674
EP: info@tacaga.org

Web sitesi: www.tacaga.org

Augusta & Aiken Türk Amerikan Cemiyeti

Başkan: Ahmet Suer
Adres: 455 Chambridge Way
Martinez, GA 30907
TEL: (706) 885-8873
FAKS: (803) 952-6753
EP: klmaf@hotmail.com

HAWAII

Hawaii Türk Amerikan Dostluk Derneği

Başkan: Engin Turkalp
Adres: 1330 Ala Moana Blvd., #1506
Honolulu, HI 96814
TEL: (808) 593-0500



FAKS: (808) 596-9546
EP: turkalpe@hawaii.rr.com

ILLINOIS

Chicago Türk Amerikan Kültürel İttifakı– TACA, Chicago

Başkan: Hatice Dinc
Adres: P.O. Box 5533
Chicago, IL 60680
TEL: (312) 933-4635
FAKS: (773) 725-3685
EP: info@tacaonline.org
Web sitesi: www.tacaonline.org

INDIANA

Indiana Amerikan Türk Derneği –ATA-IN

Başkan: Ahmet Ferit Fer
Adres: P.O. Box 44213
Indianapolis, IN 46244
TEL: (317) 293-7518
EP: ata-in@ata-in.org
Web sitesi: www.ata-in.org

LOUISIANA

Louisiana Türk Amerikan Derneği -TAAL

Başkan: Arzu Greer
Adres:
P.O. Box 55112
Metairie, LA 70055-5112
TEL: (504) 669-5461
EP: taalmail@aol.com

MASSACHUSETTS

New England Türk Amerikan Kültür Cemiyeti - TACS-NE

Başkan: Erkut Gomulu

Adres: P.O. Box 230162
Boston, MA 02123-0162
EP: tacs@tacsne.org
Web sitesi: www.tacsne.org

MARYLAND

Maryland Amerikan Türk Derneği -MATA

Başkan: Ozcan Mustafa
Adres: P.O. Box 762
Columbia, MD 21045
TEL: (301) 604-3212
EP: info@atamd.org
Web sitesi: www.atamd.org

Türk Çocukları Evlatlık Bakımı -TCFC

Başkan: Gokhan Mutlu
Adres: 730 Ticonderoga AYer
SavEPa Park, MD 21146
TEL: (410) 647-1315
FAKS: (410) 647-0109
EP: tcfc76@aol.com
Web sitesi: www.turkishchildren.org

Washington Türk Kadınları Derneği -WTWA

Başkan: Emel Dizdar
Adres: 12502 Degas Court, N.
Potomac, MD 20878
TEL: (301) 208-8284
EP: dizdaremel@hotmail.com

MONTANA

Montana Türk Amerikan Kültür Derneği -TACA_MT

Başkan: Necla Sarikaya
Adres: 15 S 15t. Unit B
Bozeman, MT 59730
TEL: (406) 579-0339



EP: neclas@hotmail.com

MICHIGAN

Michigan Türk Amerikan Kültür Derneği

Başkan: Mehtap Aksoy

Adres: P.O. Box 3445

Farmington Hills, MI 48333

TEL: (248) 763-9544

FAKS: (248) 626-8279

EP: email@tacam.org

Web sitesi: www.tacam.org

Türk Amerikan Nöropsikiyatrik Derneği -TANPA

Başkan: Yok

Adres: 8335 Brittany Hill Court

Grand Blanc, MI 48439

TEL: (810) 694-1808

FAKS: (810) 694-6100

MINNESOTA

Minesota Türk Amerikan Derneği -TAAM

Başkan: Serpil Metin

Adres: P.O. Box 240394

Apple Valley, MN 55124

TEL: (952) 294-8259

EP: serpil9metin@yahoo.com

Web sitesi: www.taam.org

MISSOURI

St. Louis Türk Amerikan Kültürel İttifakı -TACA, St.Louis

Başkan: Metin Oz

Adres: P.O. Box 698

Ballwin, MO 63011

EP: Baskan@tacastl.org, secretary@tacastl.org, vicepresident@tacastl.org

Web sitesi: www.tacastl.org

Büyük Kansas Şehri Türk Amerikan Derneği-TAA, Kansas City

Başkan: Nihat C. Oguz

Adres: P.O. Box 7126

Kansas City, MO 64113

TEL: (913) 432-9570

EP: taakc@earthlink.net

Web sitesi: www.taakc.org

KUZEY CAROLINA

Kuzey Carolina Amerikan Türk Derneği -ATA-NC

Başkan: Sevi Gunal

Adres: P.O. Box 31761

Raleigh, NC 27622-1761

TEL: (919) 465-2515

EP: Baskan@ata-nc.org

Web sitesi: www.ata-nc.org

NEW JERSEY

Amerikan Türk İslam ve Kültür Merkezi

Başkan: Nureddin Demircan

Adres: 888 Main Street

Peterson, NJ 07503

TEL: (973) 345-3940

EP: payperview28@hotmail.com

Anadolu Klübü

Başkan: Tayfun Selen

Adres: 152 North Passaic AYer

Chatham, NJ 07928

TEL: (973) 222-0484

FAKS: (973) 701-6886

EP: info@anadolulclub.org

Web sitesi: www.anadolulclub.org

Amerika Azerbaycan Cemiyeti

Başkan: Tomris Azeri

Adres: P.O. Box 69

Lodi, NJ 07644



TEL: (973) 471-5500

FAKS: (973) 471-5038

EP: tomris@att.net

Web sitesi: usa.azeris.org

Amerikalı Türkler Balkan Dayanışması

Başkan: Suzan Demircan

Adres: 888 Main Street

Peterson, NJ 07503

TEL: (973) 345-3940

EP: sdemircan@verizon.net

Türk Ocagi

Başkan: Ferit Demirbulakli

Adres: 760 Pennsylvania AYer

Lyndhurst, NJ 07071

TEL: (201) 935-0225

EP: turkocagi1981@yahoo.com

Türkmenistan Amerikan Derneği

Başkan: Numan Okuyan

Adres: 266 Vail Rd.

Parsippany, NJ 07054

TEL: (212) 737-9703

FAKS: (212) 737-9688

EP: okuyan5@aol.com

Gen Türkler Kültürel Yardım Cemiyeti

Başkan: Abdurrahman Bezirkan

TEL: (201) 787-9038

EP: abezirkan@youngturks.org

Web sitesi: www.youngturks.org

ABD İstanbul Üniversitesi Mezunlar Derneği –IUMEZUSA

Başkan: Ali Cinar

Adres: P.O. Box 282 Belleville, NJ 07109

TEL: (203) 722-4339

EP: contact@iumezusa.org

Web sitesi: www.iumezusa.org

NEW YORK

Amerikan Kırımlı Türkler Derneği

Başkan: Rusen Tabaru

Adres: 4509 Newutrecth Ave.

Brooklyn, NY 11219

TEL: (718) 851-6621

FAKS: (718) 435-1237

EP: kirimtatar@aol.com

Kıbrıslı Türkler Yardım Cemiyeti

Başkan: Ali Sencer

Adres: 843 Morris Park AYer

Bronx, NY 10462

TEL: (718) 892-7640

FAKS: (718) 359-4670

EP: yorobil@aol.com

Rochester Türk Cemiyeti -TSOR

Başkan: Ali Karahan

Adres: 2841 Culver Road

Rochester, NY 14622

TEL: (585) 266-1980

FAKS: (585) 783-5892

EP: tsor@tsor.org

Web sitesi: www.tsor.org

Amerikada Türk Kadınlar Ligi

Başkan: Aysu Bil

Adres: 821 UN Plaza

New York, NY 10017

TEL: (212) 682-8525

FAKS: (212) 682-8525

EP: info@atkb.org

Türk Amerikan Mimarlar, Mühendisler ve Bilim adamları Cemiyeti, MIM

Başkan: Mustafa Ercilasun

Adres: 821 UN Plaza

New York, NY 10017

TEL: (201) 567-8299



EP: info@m-i-m.org

Web sitesi: www.m-i-m.org

Long Island Türk Amerikan Kültür Derneği -TACA-LI

Başkan: Necati Ozdemir

Adres: 222 Pearl St.

Lawrence, NY 11559

EP: necati_ozdemir@tacali.org

Web sitesi: www.tacali.org

OHIO

Merkezi Ohio Türk Amerikan Derneği –TAA, Merkezi Ohio

Başkan: Bulent Bekcioglu

Adres: P.O. Box 3566

Dublin, OH 43016

TEL: (614) 717-9838

EP: taacomail@yahoo.com

Web sitesi: www.taaco.org

Kuzeydoğu Ohio Türk Amerikan Derneği -TASNO

Başkan: Serkan Inceoglu

Adres: 12530 Lake Ave.

Lakewood, OH 44102

TEL: (216) 227-1452

EP: tasno@tasno.org

Web sitesi: www.tasno.org

OKLAHOMA

Oklahoma Türk Amerikan Derneği -TAA-OK

Başkan: Irfan Taner

Adres: 10010 E. 16th Street

Tulsa, OK 74128-4813

TEL: (916) 665-6575

EP: aandm@galstar.com

PENNSYLVANIA

Amerika Birleşik Devletleri Türk Amerikan Dostluk Cemiyeti -TAFSUS

Başkan: Nihat Bilgutay

Adres: 6 Geary Lane

Wallingford, PA 19086

TEL: (215) 300-5652

FAKS: (215) 895-1695

EP: tafsus@tafsus.com

Web sitesi: www.tafsus.com

Pittsburgh Türk Amerikan Derneği-PTAA

Başkan: Atilla Soran

Adres: P.O. Box 7545

Pittsburgh, PA 15213

TEL: (412) 383-4941

FAKS: (412) 383-1387

EP: ptaa@ptaa.org

Web sitesi: www.ptaa.org

TEXAS

Houston Amerikan Türk Derneği-ATA, Houston

Başkan: Sukran Kadipasaoglu

Adres: P.O. Box 61002

Houston, TX 77208-1002

TEL: (713) 248-2179

EP: Baskan@atahouston.org

Web sitesi: www.atahouston.org

Kuzey Texas Türk Amerikan Derneği -TURANT

Başkan: Ragip Damar

Adres: P.O. Box 802995

Dallas, TX 75380

EP: turant@turant.org

Web sitesi: www.turant.org

San Antonio Türk Amerikan Derneği-TAA, San Antonio

Başkan: Muge Willson

Adres: P.O. Box 780523

San Antonio, TX 78278



EP: cimenr@juno.com
Web sitesi: www.taa-sa.org

WASHINGTON, DC

Washington Amerikan Türk Derneği, DC- ATA-DC

Başkan: Pelin Aylangan
Adres: 1526 18th St. NW
Washington, DC 20036
EP: info@atadc.org
Web sitesi: www.atadc.org
Washington, DC Türkiye Halk Dansları Kumpanyası – TFDC
E-posta: turkfolkdc@yahoo.com
Web sitesi: www.turkfolkdc.org

VIRGINIA

Melungeon Miras Derneği

Başkan: Wayne Winkler
Adres: P.O. Box 4042
Wise, VA 24293
EP: mhainc2000@yahoo.com
Web sitesi: www.melungeon.org

WASHINGTON

Washington Türk Amerikan Kültür Derneği -TACAWA

Başkan: Gokce D. Sezgin
Adres: P.O. Box 357
Kirkland, WA 98083-0357
TEL: (425) 646-7793
FAKS: (425) 646-7793
EP: board@tacawa.org
Web sitesi: www.tacawa.org

WISCONSIN

Milwaukee Türk Amerikan Derneği -TAAM

Başkan: Korkut Colacoglu
Adres: P.O. Box 1854
Milwaukee, WI 53201
TEL: (414) 342-8800
FAKS: (414) 671-4264
EP: korkut@earthlink.net





I.
TÜRKİYE – ABD İŞ ORTAKLIKLARININ GÜÇLENDİRİLMESİ
PROJESİ:
ABD FİRMALARI GÖZÜYLE ABD PAZARINDA
TÜRK YAZILIM, MOBİLYA, OTOMOTİV PARÇALARI, MERMER-
DOĞAL TAŞ
VE AYDINLATMA ÜRÜNLERİ

Aşağıdaki araştırma, Haziran 2006 tarihinde otomotiv parçaları, yazılım, mermer-doğal taş ve mobilya sektörlerinde gerçekleştirilmiş olan Pazar Algılama anketinin yönetici özetidir. Anketin tamamının TradeRoots web sayfasında bulabilirsiniz. (www.traderoots.org)

Yasal uyarı: Bu raporun tespitlerinin sonuçları, proje danışmanlarının irtibata geçtiği örnek birkaç sanayi aktörünün görüşlerini yansıtırken USAID, CARANA A.Ş. veya danışmanlarının görüşlerini yansıtmaz. Anketin büyüklüğü bilimsel olarak yeterli olmadığı için, sonuçları da anekdot şeklinde düşünülmelidir.

GİRİŞ

USAID Türkiye – ABD İş ortaklığı ittifakı, Türkiye’deki KOBİ’lerin Amerika’da iş ortaklığı kurabilme ve küresel pazarda daha etkin bir şekilde rekabet edebilme yeteneklerinin güçlendirilmesini amaçlamaktadır. Bunu başarmak için, Türkiye’nin sanayi algılayışlarının ve KOBİ’lerin ABD pazarına girebilme ve alıcıların taleplerini karşılama yeteneğinin olduğu kadar Amerikadaki ve uluslararası çaptaki trendleri anlamak önemlidir.

Şubat 2006 tarihinde, proje danışmanları Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından belirlenen otomotiv, yazılım geliştirme, mermer, mobilya ve aydınlatma ürünleri sektörleri/ürün grupları üzerine odaklanmış Hızlı Yatırımcı ve Pazar Algılama Anketi gerçekleştirmiştir. Bu anketler, toplamda 75 görüşme olacak şekilde, her 5 sektör/ürün grupları için yaklaşık olarak 15 lider firma ve ticaret birliği ile görüşmeleri kapsamaktadır. Mümkün olduğu anda, Türkiye’de hali hazırda iş yapan veya Türkiye’ye aşına uluslararası aktörlerle görüşmeler yapıldı. Uygun olduğunda,

görüşmelerden toplanan bilgi ikincil bilgi kaynaklarından toplanan verilerle zenginleştirildi.

Spesifik olarak, anketlerde ürün gruplarının her biri için aşağıdaki hususlar ele alınmıştır:

- Türkiye/Türk KOBİ’lerinin ABD’ye girme veya ABD’deki varlıklarını genişletme çabalarını etkileyebilecek mevcut ABD pazarı eğilimleri nelerdir? (Örneğin; ithalat hacmi, satın alma uygulamaları, satış kanalları, alıcı tercihleri ve sanayi gelişmeleri).
- Genel olarak, satın alma kararlarını yönlendiren sanayi başarı faktörleri nelerdir?
- ABD pazarında Türkiye/Türk KOBİ’leri ile bunların alıcıların ihtiyaçlarını karşılama ve diğer tedarik alanları ile karşılaştırıldığında rekabetçi olma yetenekleri ile ilgili anlayış durumu nedir?
- Pazar eğilimleri ve sanayi algısı ele alındığında Türkiye/Türk KOBİ’lerinin ABD pazarına girme veya ABD pazarındaki varlıklarını genişletme yönündeki gerçekçi fırsatlar nelerdir?

Bu araştırma, sektör/ürün grubu anketlerinin her birine yönelik anahtar bulgular ve sonuçların özetini sağlamaktadır¹. Pazar eğilimleri, sanayi başarı faktörleri, Türkiye/Türk KOBİ’lerinin sanayi algıları ile ABD pazarın girmek veya ABD pazarındaki varlıklarını genişletmek isteyen firmaların yüzleştikleri fırsatlar ve zorlukların değerlendirilmesini içeren tam rapor ve veri tabloları ayrı raporlarda sağlanmaktadır.

GENEL TEMALAR

Ankete dâhil edilen ürün gruplarının her biri sektöre özgü pazar eğilimleri, güçlükleri ve fırsatlarına sahip olmasına rağmen, görüşme yapılan bireylere ABD pazarındaki Türk sanayisi ile Türk sanayisi algıları konusunda soru yöneltildiğinde bir dizi ortak tema ön plana çıkmıştır:

¹ NOT: Bu anketin sonuçları, örnek birkaç sanayi aktörünün görüşlerini yansıtırken USAID, CARANA A.Ş. veya danışmanlarının görüşlerini yansıtmaz. Anketin büyüklüğü bilimsel olarak yeterli olmadığı için, sonuçları da anekdot şeklinde düşünülmelidir.



• **ABD pazarındaki bilgi boşluklarının azaltılması** – Görüşme yapılan bireylerin çoğunluğu muhtemel bir satın alma bölgesi veya belirli bir ürün kesimi (segmenti) içindeki aktör olarak Türkiye algısından yoksunlardır. Bazı olgularda, katılımcılar kendi satın alma düşüncelerinde Türkiye’nin “görünmez” veya “radar dışı” olduğunu dahi söylediler. Türk imalatçıları veya bütün olarak Türk sanayisinin daha saldırgan olmasının gerektiğini kaydettiler ve Türkiye’nin “anlatacak bir hikâyesinin bulunduğunu” gösterdiler. Bu süreç ABD’de yapılacak işbirlikçi, uyumlu promosyon kampanyaları yoluyla veya her yıl ABD’de yapılan anahtar sanayiye özgü forumlara iştirak etmek suretiyle başarılabılır.

• **Rekabetçi olunan alanların tanımlanması ve geliştirilmesi** – Referans alınan sektörlerin her birinde özellikle sektörlerin her birindeki “emtia” – tipi (veya standart) ürünler olmak üzere, Türkiye Asya, Merkez ve Doğu Avrupa ve Latin Amerika’daki alternatif kaynakların güçlü rekabeti ile yüzleşmektedir. Bu nedenle Türk sanayisinin imalatçıların yeteneklerinin ve ulusal şartların karşılaştırmalı şekilde avantaj sağladığı özel ürün alanlarını tanımlayacak adımları atması önemlidir². Bir kez “rekabetçi olunan alan” tanımlandığında, sanayi ve hükümetin Türkiye’nin iç güçlerini arttıracak, rekabetçi özelliğinin önündeki kısıtlamaları ortadan kaldıracak ve bahsedilen “alan” içerisinde uluslararası profilini yüceltecek yolların haritasını çizecek bir sektör stratejisinin beraberce geliştirmesi ve uygulamaya konulması önemlidir.

• **Kalite, maliyetler ve teslimatın geliştirilmesi için sürekli güncelleme yapmak** – ABD pazarının talepleri ve alternatif satın alma konumları arasındaki küresel rekabet seviyesi ele alındığında, Türk firmaları ele alınan bir ürün kesimi (segmenti) / içerisinde bir pozisyon kazanma ve bu pozisyonu idame ettirmek için mücadele etmelidir. Bu süreç maliyetleri düşürmek, ürün kalitesini arttırmak,

tasarım veya kullanımda yenilikler yaratmak, ürünler için değer geliştirmek veya ürünlere değer katmak ile lojistik ve teslimatı arttırmaya yönelik sürekli yatırım yapmayı kapsar. Bu şekilde davranan Türk firmaları belirli bir ürün kesimine (segmenti) / ilişkin özel sanayi başarı faktörlerinden haberdar olmalıdır ve ABD alıcılarının satın alma düşünceleri üzerinde en büyük etkiye sahip olan hususlar üzerine odaklanmalıdır.

• **ABD pazarının Türk firmaları için her zaman en elverişli pazar olmadığını anlamak** – Bazı olgularda görüşme yapılan bireyler Avrupa’nın Türk firmaları için çok daha doğal bir eşleşme olduğuna işaret ettiler. ABD ve Türkiye arasındaki üretim platformu, teknik özellikler ve standartlar ile pazar tercihi farklılıkları Avrupa ile Türkiye arasında bulunmaz. ABD’yi hedef almayı isteyen firmalar ABD pazarının özel taleplerini ve özelliklerini karşılamak için ürünlerini veya hizmetlerini yeniden tasarlamak ve/veya üretimlerini yeniden donatmak için yatırım yapmak zorunda kalabilirler. Bu nedenle, hem Avrupa hem de ABD pazarlarını hedef alan firmalar ölçek ekonomilerinden kar sağlamayı güç bulabilirler ve bu durum daha sonra maliyet rekabetini etkiler. Bazı olgularda, nakliye ve lojistik zorlukları ve Türkiye’nin ABD pazarına olan uzaklığı firmaların genel maliyet yapısı uygun olsa dahi emtianın son maliyetini etkiler. Görüşme yapılan bireylerden bazıları Türk firmalarının Türkiye’nin yetenekleri ile ABD pazarı taleplerinin en yakın olduğu durumlarda, ABD pazarlarını hedef alırken Avrupa, Orta Asya ve Orta Doğu pazarlarındaki varlıklarını genişletmek üzerine odaklanmaları gerektiğini ileri sürmüşlerdir.

• **KOBİ’ler daha büyük Türk firmalarıyla ortaklık yapma üzerine odaklanmalıdır** – Bir diziolguda, görüşme yapılan bireylere Türk KOBİ’lerinin veya bu hususla ilgili olarak herhangi bir ülkenin KOBİ’lerinin çetin ABD pazarında tek başına etkili şekilde rekabet edip edemeyeceği sorusunu yönelttiler. Bu bireyler KOBİ’lerin aşağıdaki unsurlarla ilgili yaşayacakları zorlukları ifade ettiler;

² Anketler, seçili ürün grupları içinde Türkiye’nin yetenekleri ve rekabet gücü hakkında değerlendirme içermediği için, ne görüşme yapılan bireyler ne de proje danışmanları gerçekçi fırsatların yer alabileceği spesifik tavsiyelerde bulunacak durumda değillerdir.



- 1) Üretim ve büyük sipariş envanteri maliyetini yönetmek;
- 2) Büyük siparişleri uygun kalitede ve zamanında güvenilir şekilde teslim etmek;
- 3) Sıklıkla karmaşık ve bölünmüş pazarlarla bağlantılar kurmak.

Bu nedenle, KOBİ'ler diğer Türk firmalarıyla (örneğin, büyük demir firmaları) işbirlikçi ilişkiler veya ortaklıklar geliştirmeyi düşünmelidir ve daha yüksek kapasite ve pazar varlığıyla birlikte değer zinciriyle bütün hale gelmelidir.

OTOMOTİV PARÇALARI

Otomotiv parçaları anketi araç üreticilerinin montaj hatlarında kullandıkları OEM parçaları / sistemleri, araç üreticileri tarafından bakım ve tamir faaliyetleri için satılan OES (Orijinal Parça Servisi) parçalar ve satış sonrası otomotiv parçaları pazarı üzerine odaklandı. ABD, Avrupa ve Türkiye'deki 17 sanayi aktörüyle birlikte görüşme yapıldı.

Genel olarak Çin, Hindistan, Meksika, Brezilya ve Batı Avrupa ile karşılaştırıldığında, ABD OEM veya OES alıcılarının gözünde Türkiye kaynak noktası olarak yüksek bir derece elde edemezken, Avrupa'da görüşme yapılan sanayi aktörleri kaynak/üretim sahası olarak Türkiye'yi oldukça yakından tanımaktadırlar. Görüşme yapılan kişiler, Türkiye'deki otomotiv parçası üreten KOBİ'lerin, birkaç nedenden ötürü ABD'deki OEM, OES ve satış sonrası parça tedarik etme yönünde düşük büyüme potansiyeline sahip olduğunu düşünüyor:

- Yerel olarak üretilen (ve satılan) Türkiye'deki araç / model platformları ABD'de satılanlardan farklılık göstermektedir. Sanayi aktörleri Türk parça tedarikçilerinin genel olarak ABD veya Kuzey Amerika'da montajı yapılmayan araçların parçalarının üretimini yaparken Kanada ve Meksika'da bulunan rakipler hali hazırda ABD otomotiv pazarıyla bütünleşmişlerdir. Türkiye'nin mevcut araç platformları ile ABD'deki platformlar arasında hiçbir örtüşme olmamakla birlikte, özellikle KOBİ'ler olmak üzere Türk firmalarının günümüz parça pazarında rekabetçi olmaları için gereken ölçek ekonomilerini (economies of scale) başarmaları güçtür. Sektöre ABD pazarı yönünde yeniden yön

vermek yeni teçhizat ve donanım için yeni ve muhtemelen önemli yatırımların yapılmasını gerektirebilir. Kısacası, Türkiye ABD pazarı için doğal bir eşleşme değildir.

- OEM, OES ve satış sonrası parçaları için ABD pazarı son derece rekabetçidir. Müşteriler (araç üreticileri ve bağımsız satış sonrası dağıtım kanalları) tedarikçilerine oldukça katı şartlar sunmaktadırlar (kalite, fiyat, ürün hacmi, mali şartlar). Genel olarak OEM / OES ve satış sonrası parça tedarikçileri ABD'de rekabet etmek amacıyla etkili tedarik zinciri yönetimine sahip olan büyük, teferruatlı ve sermaye gücü yüksek olan firmalar olmalıdırlar. Görüşme yapılan sanayi aktörleri Türk KOBİ'lerinin (veya herhangi bir ülke KOBİ'lerinin) ABD otomotiv parçası pazarının gereksinimlerini karşılamak için zorunlu olan kaynak yatırımı yapmalarının güç olacağını düşünmektedir.
- Türkiye'nin ülke içi maliyet yapısının otomotiv sanayisi tarafından Meksika'ya benzer olduğu algılanmasına rağmen, ABD'de Türk malı OEM/OES parçalarının son maliyetinin (CIF fiyatı + tüm vergiler) Meksika'daki satın alma maliyetinden yüksek olduğu zannedilmektedir. Bu varsayım kısmen lojistik / nakliye maliyetine de bağlıdır. Örneğin, Türkiye'den yapılan gemi nakliyesinin ABD'ye ulaşması üç haftaya kadar sürebilirken aksine Avrupa pazarlarına ulaşması yedi gün sürmektedir.

Görüşme yapılan bireyler ABD pazarının Türk parça imalatçıları için uygun eşleşme olmadığını düşünmelerine rağmen Türkiye diğer Avrupa ülkeleri kadar iyi veya daha iyi kaliteli üretim şöhretine sahiptir. Ayrıca, verimlilik üzerine ayarlanan saatlik yevmiye oranları Çek Cumhuriyetinin %65'i ve Fransa'nın %15'i değerindedir. Türkiye'nin iş gücünün genellikle iyi eğitilmiş ve üretken olduğu düşünülür.

Görüşme yapılan bireylerden bazıları az sayıda firma için özel fırsatlar bulunabileceği konusunda hem fikir iken genelde KOBİ'ler oldukça talepkar OEM/OES ticaretinde tek başına rekabet edemezler. Bu nedenle, görüşme yapılan bireyler KOBİ'lerin Türkiye'de daha büyük parça



tedarikçileriyle, imalatçılarıyla ve diğer KOBİ'lerle iş birliği yapmalarını veya ortaklık kurmalarını tavsiye ettiler. Özel olarak Türk KOBİ'leri Türkiye'de araç üreten otomotiv üreticilerine parça tedarik etmek suretiyle Türkiye'de üretilen parçaların / sistemlerin yerel içeriğinin artırılması üzerine odaklanmaları gerekir. Bu OEM tedarik zinciri yoluyla Avrupa ve Orta Asya'daki benzer otomotiv modelleri / platformları için de parça sağlayabilirler. Benzer şekilde, Türkiye'deki 1nci sıra ve 2nci sıra tedarikçilere parça sağlayabilirler ve daha sonra bu tedarikçiler parçaları Türkiye, Avrupa ve Orta Asya'daki üreticilere satarlar.

YAZILIM GELİŞTİRME

Anketlerden biri, bir parçayı veya hizmeti kendi evinde yapmaktansa tam parça veya hizmet sağlamak üzere bir firmanın diğer bir ülkedeki dış tedarikçi ile irtibata geçmesini veya diğer bir ülkede yazılım geliştirme faaliyetlerini oluşturduğu vergiden muaf (off shore) yazılım geliştirme hizmetleri tedariki üzerine odaklandı. Bu anket işletme sürecinin alt yükleniciye verilmesi (BPO), veri işlemesi veya çağrı merkezleri gibi bilgi teknolojilerinin (BT) mümkün kıldığı diğer hizmetlerin başka bir şirket üzerinden alınmasını ele almadı. ABD ve Türkiye'den 17 sanayi aktörü ile görüşme yapıldı.

Görüşmelere göre, yazılım geliştirme hizmetlerinin ihracatını geliştirmek için Türkiye'nin kendi yetenekleri ile ilgili bilgiyi yayma konusunda büyük adımlar atması gerekirken aynı zamanda diğer küresel vergiden muaf alanlar karşısında rekabetçi pozisyonunu geliştirecek adımları da atması gerektiği aşikârdır.

Türkiye'de hali hazırda faaliyet gösteren birçok firma Türkiye'deki yazılımcıların kalitesinden oldukça memnun iken (özellikle Ankara ve İstanbul'da) ABD'de görüşme yapılan bilgi teknolojisi ve vergiden muaf yazılım sanayiinde yer alan insanlar bilgi teknolojisi hizmetleri tedarikçisi olarak Türkiye konusunda oldukça az bilgiye sahiptirler. Görüşme yapılan bireyler "Türkiye'nin sanayi içinde görülmez olduğunu" ve Türkiye'nin herhangi bir özel bilgi teknolojisi alanında uluslararası oyuncu olarak hiçbir imaja sahip olmadığını kaydetmişlerdir. Bilgi teknolojisi sahalarında Türkiye'nin yetenekleri ile ilgili bilginin bulunmadığı yorumunu yaptılar.

Türkiye'nin bilgi teknolojisi yetenekleriyle ilgili bilginin eksikliği pazar içindeki rekabetçi pozisyonuna ilişkin olumsuz sanayi algısına da katkıda bulunur. Örneğin, görüşme yapılan bir dizi birey, yayınlanmış bir sanayi sıralaması raporunda (A.T.Kearney) genel maliyet yapısına ilişkin olarak göreceli şekilde iyi olmasına rağmen, Türkiye'yi yüksek maliyetli bir bölge olarak gördüklerini söylediler.

Deniz aşırı bir bölge olarak Türkiye hakkında sınırlı bilgi bulunmasına ilaveten Türk yazılım geliştirme sanayi küresel indekslerde derecelendirildiğinde aşıkâr olduğu üzere belirgin küresel rekabetle yüzleşir. A.T. Kearney'e göre "yıllık küresel hizmetler saha endeksini" oluşturan uluslararası bir danışmanlık firması Türkiye'yi 40 bölge içinde 40. sıraya yerleştirdi. Türkiye'nin bu sıralama içine dâhil olması önemli iken Mısır (12nci), Ürdün (14ncü), Birleşik Arap Emirlikleri (20nci), Gana (22nci) ve Tunus (30ncu) gibi tamamı daha yüksek sıralarda yer alan ülkelerin katı rekabeti ile yüzleşir. Genel maliyet yapısı göreceli şekilde iyi bir konumda yer alırken (4 üzerinden 2.14), Türkiye saha olgunluğunda kötü bir yer edinmiştir (iş çevresi açısından 3 üzerinden 0.92 ve personel beceri / mevcudiyeti açısından 3 üzerinden 0.91).

Genel olarak bu anket, Türk yazılım geliştirme sanayinin özel bilgi teknolojisi alanında özellikle Avrupa ülkeleri ile kıyı komşuluğu olan bir tedarikçi olarak fırsatlara sahip olduğu sonucuna vardı. Muhtemel örnekler sanayi ve askeri uygulamalarda gömülü yazılım geliştirilmesi veya telekom, bankacılık, e-egitim ile tüketici ve ev elektronik eşyaları için yazılım geliştirilmesini kapsadı. Görüşme yapılan bireyler, Türkiye'deki yazılım geliştirme sanayisinin ihracatını genişletmek amacıyla ülkenin (ve ülke firmalarının) bilgi teknolojisi yazılım geliştirme hizmetlerine yönelik dış fırsatlar / küresel talep karşısında teknik uzmanlık, dil becerisi, maliyetler vb. anlamında kendi güçlü yanlarının ve zayıflıklarının kapsamlı analizi yoluyla neler teklif edeceklerine ilişkin bir yol haritası oluşturması gerektiğini ileri sürmektedirler. Bir kez potansiyel alanlar belirlendiğinde, Türkiye yatırımların ve yeni işletmelerin ilgisini çekmek amacıyla sektörü destekleyecek bir strateji geliştirmelidir. Bu strateji, büyümeyi engelleyen rekabetçi dar boğazları (örneğin, eğitim, bilgi teknolojisi alt yapısı, politikalar) ele alacaktır ve Türkiye'nin sunduğu imkanları açık ve net bir şekilde ortaya koyacak çok etkin bir bilgilendirmeyi de içerecektir.



Türkiye başarı hikâyeleri geliştirmek ve ülkenin deniz aşırı hizmetlere yönelik yerleşik konumunun profilini çizmek üzere, yazılım geliştiren Türk unsurlarla çalışan firmaların elinde tuttuğu olumlu imajı yükseltmelidir.

Türkiye kendi yazılım geliştirme sanayisini teşvik etme çabaları içinde diğer ülkelerin (Orta Avrupa, Orta Doğu, Asya ve hatta Afrika'da) bilgi teknolojisi sanayisindeki fırsatları takip ettiklerinin farkında olmalılardır. Bu nedenle, Türkiye diğer ülkelerden farklı ve daha iyi yolları sürekli aramalıdır.

MERMER/ DOĞAL TAŞ

Mermer/Doğal taş anketi özellikle traverten ürün kesimi (segmenti) içerisinde olmak üzere bloklar, plakalar ve bitmiş ürünler (kiremit gibi) üzerine odaklandı. Anket için ABD'den 14 sanayi aktörüyle irtibat kuruldu.

Ankete göre Türkiye'nin ABD'de iyi bilinen bir traverten tedarikçisi olduğu aşikârdır (Diğer taş türlerinin aksine). ABD'ye ihraç edilen Türk traverten blokları, plakalar ve kiremitlerinin kalitesinin iyi olduğu, rekabetçi fiyatlarla satıldığı ve genel olarak iyi değerinde bulunduğu düşünülmektedir. Türk travertenini açık krem / kahverengini tercih eden ABD pazarındaki yerini sağlamlaştıran açık renge sahiptir. Traverten pazarında Türkiye'nin İtalya, İsrail veya Meksika gibi diğer kaynaklardan daha iyi fiyatlar sağladığı, ancak Çin'e nazaran daha pahalı olduğu algılanmaktadır. Türkiye'nin kalitesinin İtalya'dan daha düşük olduğu söylenmektedir; ancak Meksika, Peru veya İsrail ile karşılaştırıldığında rekabetçi özelliktedir. İtalya ürün ve hizmet kalitesi anlamında eşleşeceği standart olmasına rağmen raporlarda gösterildiği üzere Türkiye İtalya'dan daha fazla doğal taş bitmiş ürünü ihraç etmektedir (Hacim olarak). Görüşme yapılan birkaç birey Türkiye'nin daha güçlü bir şekilde teşvik edildiği takdirde traverten dışındaki ürünlerin ihracatını genişletebileceğini ifade etti.

Görüşme yapılan bireyler, Türkiye yönünde genel bir olumlu algıya sahip iken bir dizi kaygı da dile getirdiler. Bu kaygılardan çözüm mü taş üreticilerinin elinde olanlarından biri, özellikle ABD dolarının amortismanı anlamında olmak üzere döviz kurunun dalgalanması ve aşırı değerlenmesidir. Görüşme yapılan bireylerden bazıları, kiremitlerin dolgu ve ambalajındaki renk eşleşmesinin değiştirilmesine ihtiyaç duyulduğunu kaydettiler (Örneğin, çeken örtü kullanılması) ve bu durum bazıları

tarafından pek de parlak olmayan bir husus olarak düşünüldü. Görüşme yapılan bireyler, Türk tedarikçilerinin sürekli şekilde alıcıların uyarılarını takip etmeyerek güvenilirlik konusunda kaygılar yarattıklarını kaydettiler. ABD pazarının genellikle 12x12 ve 16x16 kiremitleri tercih ederken, Türk kiremit üreticilerinin 18x18 kiremit satmayı tercih ederek pazar uyumsuzluğu yarattıklarını da dile getirdiler. Bazı küçük üreticilerin yükleme maliyetlerini azaltmak için limana birkaç konteyner nakletmeye yetecek miktarda sipariş alana dek ellerindeki siparişi beklettikleri bilinirken, diğerleri yurt içi nakliye problemlerine bağlı olarak zaman zaman gecikme yaşamaktadır. Son olarak, Türkiye merkezi bilgi kaynağı olarak hizmet edecek, lobi yapacak, problemleri çözecek, traverten dışındaki ürünleri pazarlayacak ve teşvik edecek ulusal taş sanayi topluluğundan yoksundur.

Traverten ürün ve hizmet kalitesindeki sürekli güncellemelerin yapılması ve nakliye maliyetlerinin (örneğin, konsolidasyon yoluyla) ve gecikmelerin (örneğin, lojistik yönetiminin iyileştirilmesi) azaltılmasına yönelik adımların atılmasına ilaveten Türk taş sanayisi krem traverten dışında taş ürünlerinin geliştirilmesi ve pazarlanması yönünde daha agresif adımlar atmalıdır. Örnek olarak görüşme yapılan bireyler gümüş traverten (kalay olarak da bilinir) ve taş plakalar (ters kiremitler) için de bir pazar bulunabileceğini kaydettiler.

MOBİLYA

Ankete dâhil edilen 5 ürün kesiminden (segmentinden) biri mobilya sektörüdür (örneğin, ahşap, döşenmiş). On dört mobilya sanayi aktörüyle görüşme yapıldı. Genel olarak, ABD'de görüşme yapılan bireyler muhtemelen İstikbal hariç Türk mobilya sanayi tedarikçileri, bunların ürünleri ve yeteneklerinden haberdar değillerdi. Görüşme yapılan bireyler Türk mobilya tedarikçilerinin kendilerini ABD'de pazarlamadıklarını ve Türkiye'nin – doğru veya yanlış bir şekilde – küresel mobilya sanayindeki bir oyuncu olarak algılanmadığına işaret ettiler. Bununla birlikte, görüşmeye katılan bireyler Türkiye'nin döşeme, yatak üretimi, yatak kılıfı ile perdelik kumaş konularında bilindiğini de kaydettiler.

Görüşme yapılan bireylerden bazıları, Türkiye'nin mobilya ve mobilya parçaları konusunda (örneğin mevcut ahşap türleri, makine ve üretim



yetenekleri, maliyetleri vb genel olarak Türk tedarikçilerinin daha düşük maliyetleri yakalayabilen, özellikle Asya'da konuşlanmış firmalar olmak üzere (örneğin, Çin), alternatif kaynak noktalarının yarattığı güçlü rekabet ele alındığında ABD pazarında rekabet etmeyi güç bulacaklarına inanmaktadırlar. Görüşme yapılan şahıslar maliyet hususlarına ilaveten Türk firmalarının (özellikle de KOBİ'lerin) ABD'deki pazar tercihlerini belirleme ve buna uygun olarak kendi ürünlerini tasarlama ve pazarlama yeteneklerine veya pazar aşinalığına sahip olup olmadıklarını sorguladılar. Görüşme yapılan bireyler herhangi bir ülkenin KOBİ'lerinin pazara cevap verseler dahi ABD'de kendi ürünlerini veya markalarını destekleyecek mali kaynaklara sahip olup olmadıklarından ve kendi pazarlama süreçlerinde başarılı olsalar dahi sıklıkla büyük miktarda verilen siparişleri aynı kalitede ve zamanında ve güvenilir şekilde karşılayacaklarından da emin değillerdir. Görüşme yapılan birkaç birey, firmaların ABD'deki ithalatçılara tam konteyner teslim edecek veya ABD'deki envanterini idame ettirecek mali yetenekleri ellerinde tutarken aynı zamanda teknik ve lojistik talepleri (örneğin, elektronik veri alışverişi, kalite yükümlülükleri vb..) karşılamaları konusunda kaygılıydılar. Bu hususlara bağlı olarak görüşme yapılan bireyler, Türk KOBİ'leri için ABD'de yeni bir hattı taşımak üzere dağıtım kanallarını ikna etmesinin yıldırıcı bir görev olduğunu belirttiler. KOBİ'ler ABD pazarına ulaşmak amacıyla Türkiye'deki daha büyük mobilya firmalarıyla iş birliği yapmak veya ortaklık geliştirme ihtiyacı içinde olmaları en akılcı yol olacaktır.

Bu kaygılara rağmen görüşmelerde cevap veren bireyler belirli ürün veya coğrafi bölgeyi hedef alan gelişmiş KOBİ'ler için özel fırsatların bulunabileceğini ileri sürdüler. Türkiye kumaşları ve mermeriyle bilindiğinden görüşmeye katılan bireyler Türkiye'deki mobilya imalatçıların rekabetçi fiyatlarla mermer masa tablasına sahip kumaş kaplı mobilya ve masalar gibi ilişkili mobilya pazarları yönünde genişlemek için Türkiye'nin elinde tuttuğu güçlerin (tasarım yeteneği, maliyet yapısı) avantajını kullanabileceklerine işaret etti. Dahası, Türkiye kumaş imalatçıları ile kumaş kaplı mobilya üreticilerini birbiriyle ilişkilendirebilirse, en son tasarı eğilimlerini (örneğin, renk, kumaşın dokuması) kullanan "pazara hızla girme" kapasitesi geliştirebilirler.

AYDINLATMA TEÇHİZATI

Aydınlatmayla ilgili anket tavan lambaları, avizeler ve şamdanlar, hareketli yazı masası ve masa lambaları, taban aydınlatması, aplikler, dış aydınlatma, duvar aydınlatması ve ticari aydınlatma lambaları gibi ürünler üzerine odaklanmıştır. Kullanılan malzemeler kristal, cam, su mermeri, plastik, metal (farklı metaller ve alaşımlar) ve benzerini kapsadı. Ampuller anket dışında bırakıldı. ABD ve Türkiye'den 13 sanayi aktörüyle görüşüldü.

Bu projede yer alan diğer ürün gruplarının bazılarında olduğu gibi genel olarak Türk imalatçılar ABD aydınlatma pazarında bilinmemektedir. Görüşme yapılan ABD firmalarının büyük bölümü ticari fuarlarda Türk aydınlatma ürünlerini gördüklerini veya Türk firmalarla karşılaştıklarını hatırlamadılar. Türk aydınlatma sanayisi ile aşına olan ve görüşme yapılan bireyler imalatçıların ABD pazarıyla yeterince uyumlu olmadığını belirttiler. ABD, Türkiye ve Avrupa arasındaki aydınlatma özellikleri (örneğin, voltaj, elektrik fişi, ampul, duy) ve standartlarındaki (örneğin, ANSI) farklılığı kaydettiler. Türk firmaları bu farklılıkların üstesinden gelirken, sadece coğrafi olarak yakın olmakla kalmayıp aynı zamanda ürün teknolojisi ve özellikleri anlamında da yakın olduğu Batı ve Orta Avrupa ile Orta Doğu yönündeki yatırımlarına hız vermenin aksine ABD'ye özgü teknoloji ve kalıplara yatırım yapma ihtiyacında olacaktır.

Ayrıca, bazı aydınlatma firmaları Avrupa'daki teferruatlı (sofistike) pazarlara satış yaparken, ankete cevap veren bireyler birçok Türk aydınlatma üreticisinin araştırma ve geliştirme ile tasarım yeniliği üzerine yeterince vurgu yapmayıp sıklıkla diğer firmaların ürünlerini taklit ettiklerini ima ettiler. Görüşme yapılan bireyler ürün ayrımı (örneğin, moda ürünlerin tasarımı) ve Türkiye'nin maliyet yapısı olmaksızın, Türk firmaların bir dizi üründe alternatif kaynak alanlarıyla (örneğin, Çin) rekabet etmeyi güç bulacaklarını belirttiler. Son olarak, görüşme yapılan bireyler Türk üreticileri ticari anlaşmalar yapabilse dahi ABD pazarı tarafından talep edilen yüksek hacimli üretim ve envanter maliyetlerini karşılama yeteneğine sahip olup olmadıkları konusunda sorular olduğunu belirttiler.



ABD'ye ihracat yapmakla ilgilenen ve yapabilen aydınlatma firmaları en uygun dağıtım kanalını belirlemeyi güç bulacaklardır. ABD aydınlatma pazarı fiyat noktaları, malzemeler, tip, renk, boyut ve aplikasyon anlamında farklı alıcıları (örneğin, genel tüketici, iç mimarlar, mimarlar, elektrik ürünleri dağıtıcıları, ticari yükleniciler) hedefleyen çeşitli farklı satış kanallarıyla (örneğin, satış temsilcisi kuruluşları, lamba ve aydınlatma mağazaları, ev gelişim mağazaları, iskonto mağazaları, ev aksesuarları mağazaları, e-ticaret) birlikte oldukça bölünmüş durumdadır. Bu nedenle, özellikle bir KOBİ olmak üzere ortalama bir firma en uygun satış veya dağıtım kanalını tespit etmeyi oldukça bunalıtıcı bir iş olarak bulabilir.

Bu güçlüklerle rağmen görüşme yapılan bireyler, ABD pazarında bir dizi fırsatın bulunduğuna işaret ettiler. Bu fırsatlar ABD aydınlatma firmalarıyla sözleşme altında üretim yapmak veya bir ABD markası altında ABD perakendecilerine üretim yapmak (Çin'de birçok firmanın yaptığı şekilde) veya ülke içi satış temsilcisi oluşturmak / sözleşmesi yapmak ve ABD'de bir aydınlatma ürün envanterini hazırda tutmak yer alır. Her iki kanal da büyük hacimdeki ürün envanterini ve üretimini finanse etme yeteneğini gerektirecektir. Görüşme yapılan bireyler, Türk üreticilerinin cam ve kristal gibi "aydınlatma parçalarında" bulunan fırsatları keşfetmeleri gerektiğini çünkü Almanya ve İtalya gibi bölgelerde cam kristal üretim maliyetinin yüksek olduğunu ve Çin'den gelen cam kalitesinin düşük olduğunun düşünüldüğüne işaret ettiler. Suriye ve Fas gibi ülkelerle rekabet eden işlenmiş demir lambalar gibi bir olasılık olarak kobalt cam üretiminden de bahsedilmiştir.

Genel bir değerlendirme olarak, bir ülkenin uluslararası arenadaki imajı ve bilinirliği, o ülke ürünlerinin yurt dışı pazarlara giriş şansını da doğrudan etkilemektedir. ABD pazarında, sadece telefon veya yüz yüze görüşme ile belli ürünler alanında yapılan görüşmeler bu gerçeği ortaya koymaktadır. Türkiye-ABD İş Ortaklıklarının Güçlendirilmesi projesi ile başlayan TOBB-US Chamber ilişkisinin bu ihtiyaca cevap verecek yeni ortak çalışma alanlarıyla geliştirilmesi beklenmektedir. İmzalanan işbirliği anlaşması da bu hedefe yöneliktir.

