

YENİ NESİL TİCARİ İSTİHBARAT TEKNİKLERİ

YAMAN KOÇ
ARALIK 2016

AMAÇ

**EN KISA SÜREDE
EN KOLAY
SÜRDÜRÜLEBİLİR KARLILIĞIN
SAĞLANDIĞI
PAZARLARA GİRİŞİN SAĞLANMASI**

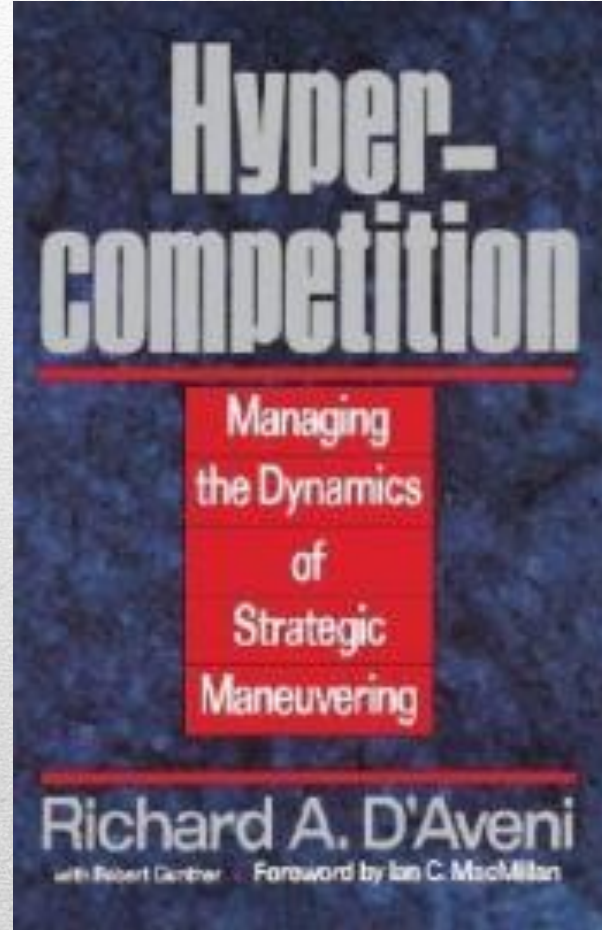
İSTİHBARAT



STRATEJİ

İLETİŞİM

HİPER REKABET 1994



HİPER REKABET 1994

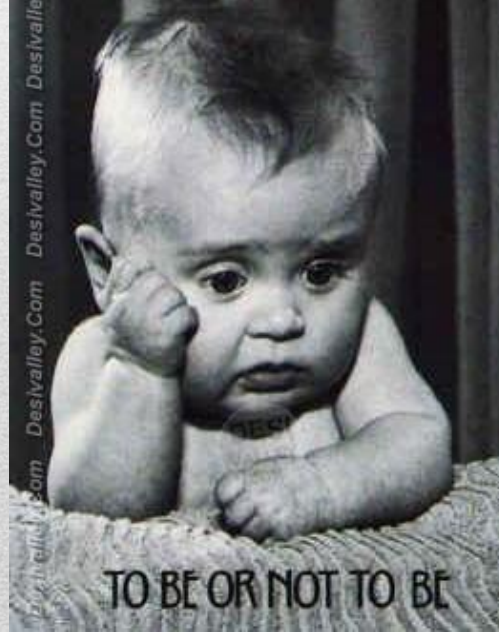
- ✓ PAZARLAR DARALDI
- ✓ REKABET KÜRESEL DÜZEYE ÇIKTI
- ✓ YEREL KALARAK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK MÜMKÜN DEĞİL
- ✓ KARLAR DÜŞTÜ VE DÜŞMEYE DEVAM EDİYOR
- ✓ FİNANSAL GÜÇ STRATEJİK ÜSTÜNLÜK YARATMIYOR
- ✓ TEKNOLOJİ VE ÜRETİM DOĞUYA KAYDI
- ✓ TİCARET SAVAŞA DÖNÜŞTÜ

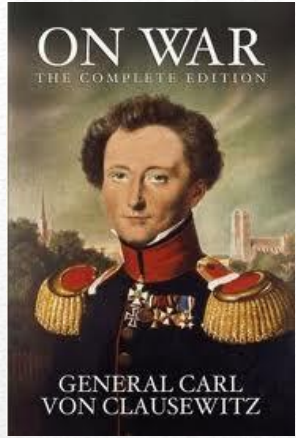
ASKERİ TERMİNOLOJİ VE TEKNİKLER TİCARETTE KULLANILMAYA BAŞLANDI

STRATEJİ-TAKTİK
İSTİHBARAT
PLANLAMA
ÖZEL KUVVETLER
HASSAS HEDEF TESPİTİ

YK

HİPER REKABET ORTAMINDA TİCARİ İSTİHBARAT BİR : “OLMAK YA DA OLMAMAK MESELESİDİR”



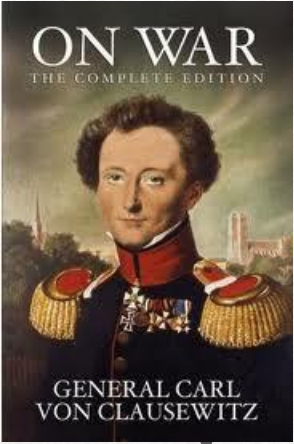


TİCARETTE REKABET

Rekabetle baş edebilmek artık bir “olmak ya da olmamak” meselesi haline geldi.

Clausewitz;

“..savaşı sanatlardan birine benzettense, ticarete benzetmek belki daha yerinde olur; çünkü **ticaret veya ticarette rekabet de insan çıkar ve faaliyetlerinin bir çatışmasıdır.** Clausewitz C.V.;



ULUSLARARASI TİCARETTE STRATEJİK DÜŞÜNCENİN ÖNEMİ

- İnsan savaşta nelerle karşılaşılıyorsa savaş için onları öğrenmelidir. ...Her şey çok basittir, fakat en basit şey zordur... Savaş için gerekli bilginin sadeliği uzun süre kabul edilmediğinden, ...bu tezlerle hayatın gerçekliği arasındaki çelişki bir türlü çözülemedi.



**KENDİNİ BİL
RAKİBİNİ BİL
ALANI BİL**

BÜTÜN SAVAŞLARDAN MUZAFFER ÇIKARSIN

ESAS OLAN SAVAŞMADAN KAZANMAKTIR

Sun tzu

STRATEJİK DÜŞÜNCENİN ÖNEMİ

«Stratejinin bu yeni dönemdeki görevi de değişmiştir. **tek amaca odaklanmış “statik strateji”** çok hızlı **değişen, dinamik ve tehditlerin** ve rakiplerin stratejilerinin hızlı ve etkili olarak oluştuğu ve değiştiği bir ortamda **“dinamik bir stratejiye”** dönüşmelidir.»

BÜTÜN DÜNYA REKABET İSTİHBARAT SİSTEMLERİ ÜZERİNDE ÇALIŞIYOR

*** DEVELOPMENT OF A COMPETITIVE BUSINESS INTELLIGENCE SYSTEM**

A. Vasilopoulos St. John's University vasilopa@stjohns.edu

*** HOW TO IMPLEMENT COMPETITIVE INTELLIGENCE IN SMES?**

Pascal Frion Cerege Laboratory, University of Poitiers Acrie
Network, Acrie Nantes, France

HER YIL ONLARCA MAKALE YAYINLANIYOR

VERİYİ KONUŞTURMA SANATI



İSTİHBARAT

STRATEJİ

İLETİŞİM

VERİNİN KONUŞMASINA İZİN VER

Walmart; eski işlemlerin devasa veri tabanının inceledi, Her bir müşterinin hangi kalemi satın aldığı ve toplam maliyet sepette başka neler olduğu, günün saati ve hava durumu vb...

Bir örnek;

Bir kasırga öncesinde sadece el feneri satışlarının değil aynı zamanda şekerli bir Amerikan_kahvaltılık gevreğinin de arttığını fark etti. Ve kasırga malzemeleri satılan bölgeye bu gevreklerden koyarak satışları patlattı.

FORUM

COMMITTED TO
IMPROVING THE STATE
OF THE WORLD

Insight Report

The Global Competitiveness Report 2014–2015

Ülke rekabetçilik gücü ve strateji

1st pillar: Institutions

1.01	Property rights	4.6	47
1.02	Intellectual property protection	3.7	72
1.03	Diversion of public funds	3.2	74
1.04	Public trust in politicians	3.1	62
1.05	Irregular payments and bribes	4.3	54
1.06	Judicial independence	3.1	101
1.07	Favoritism in decisions of government officials	3.2	59
1.08	Wastefulness of government spending	3.7	37
1.09	Burden of government regulation	3.5	71
1.10	Efficiency of legal framework in settling disputes	3.8	56
1.11	Efficiency of legal framework in challenging regs.	3.5	52
1.12	Transparency of government policymaking	4.4	42
1.13	Business costs of terrorism	4.0	123
1.14	Business costs of crime and violence	4.5	67
1.15	Organized crime	4.4	90
1.16	Reliability of police services	3.6	103
1.17	Ethical behavior of firms	4.0	68
1.18	Strength of auditing and reporting standards	4.8	66
1.19	Efficacy of corporate boards	4.4	79
1.20	Protection of minority shareholders' interests	4.3	57
1.21	Strength of investor protection, 0–10 (best)*	6.3	34

2nd pillar: Infrastructure

2.01	Quality of overall infrastructure	5.1	33
2.02	Quality of roads	4.9	40
2.03	Quality of railroad infrastructure	3.1	49
2.04	Quality of port infrastructure	4.4	57
2.05	Quality of air transport infrastructure	5.4	34
2.06	Available airline seat km/week, millions*	2,503.6	17
2.07	Quality of electricity supply	4.8	72
2.08	Mobile telephone subscriptions/100 pop.*	93.0	105
2.09	Fixed telephone lines/100 pop.*	18.1	65

3rd pillar: Macroeconomic environment

3.01	Government budget balance, % GDP*	-1.5	43
3.02	Gross national savings, % GDP*	13.7	117
3.03	Inflation, annual % change*	7.5	122
3.04	General gov		

6th pillar: Goods market efficiency (cont'd.)

6.06	No. procedures to start a business*	6	57
6.07	No. days to start a business*	6.0	21
6.08	Agricultural policy costs	3.7	77
6.09	Prevalence of trade barriers	4.3	77
6.10	Trade tariffs, % duty*	5.1	69
6.11	Prevalence of foreign ownership	4.1	102
6.12	Business impact of rules on FDI	4.4	71
6.13	Burden of customs procedures	3.8	83
6.14	Imports as a percentage of GDP*	33.1	106
6.15	Degree of customer orientation	5.1	32
6.16	Buyer sophistication	3.5	67

7th pillar: Labor market efficiency

7.01	Cooperation in labor-employer relations	4.0	96
7.02	Flexibility of wage determination	5.3	49
7.03	Hiring and firing practices	3.9	67
7.04	Redundancy costs, weeks of salary*	29.8	128
7.05	Effect of taxation on incentives to work	3.3	98
7.06	Pay and productivity	3.8	81
7.07	Reliance on professional management	4.3	63
7.08	Country capacity to retain talent	3.2	86
7.09	Country capacity to attract talent	2.9	100
7.10	Women in labor force, ratio to men*	0.43	130

8th pillar: Financial market development

8.01	Availability of financial services	5.2	35
8.02	Affordability of financial services	4.9	37
8.03	Financing through local equity market	3.9	45
8.04	Ease of access to loans	2.9	64
8.05	Venture capital availability	2.5	90
8.06	Soundness of banks	5.7	38
8.07	Regulation of securities exchanges	4.6	48
8.08	Legal rights index, 0–10 (best)*	4	96

9th pillar: Technological readiness

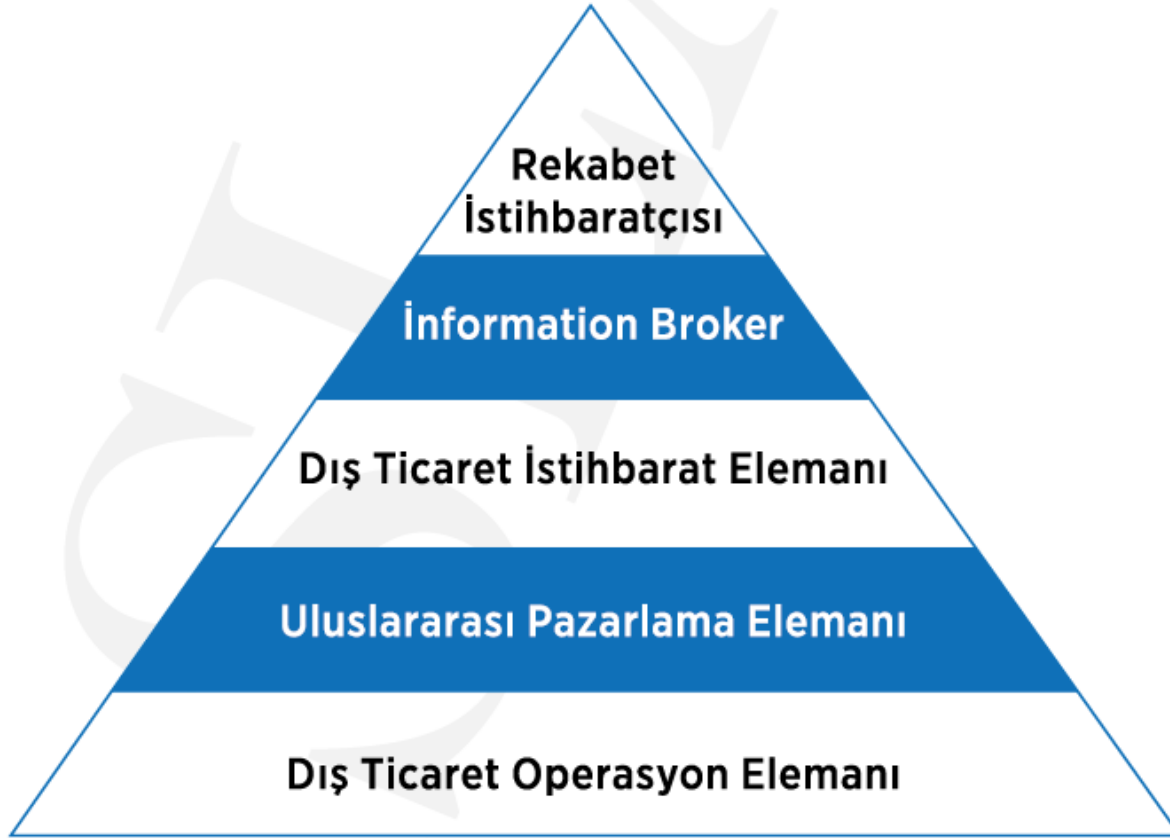
9.01	Availability of latest technologies	5.3	45
9.02	Firm-level technology absorption	5.2	37

2003 – 2006 YILLARINDA ÇİN'DE 15.000 REKABET İSTİHBARAT ELEMANI EĞİTİLDİ

- «The SCIC Web site tells us that CI in China has been growing since 2003, and that more than 15,000 senior managers and CI practitioners have been trained. «
-

Dış ticaret meslek piramidi

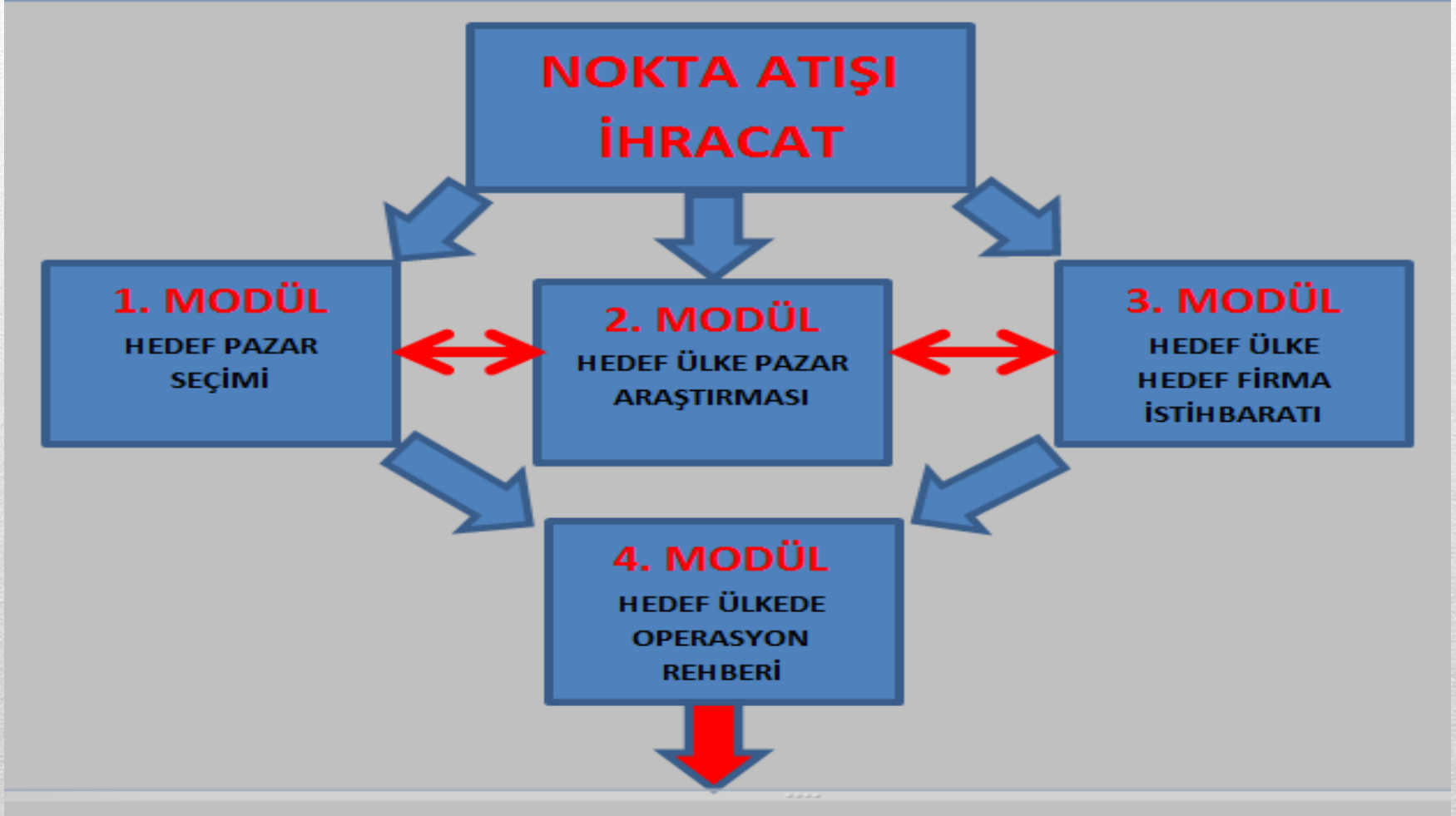
Dış ticarete meslek piramidi



Ticari bilgideki deęişim

1. Dünya çapında **ticari akışlara**, **tek bir ürün bazında**, **güncel ve istatistiksel olarak erişim**
 2. Bazı ülkelerin Gümrük kayıtlarının açılması.
 3. Firmalarla ilgili **finansal bilgilere** ve **batan firmaların** bilgilerine erişim
 4. Ticari bilgi kaynaklarına erişimin kolaylaşması ve bilgi indekslerinin güçlenmesi.
 5. İnternetin ticari bilgi açısından ticari bilgi araması yapılabilecek bir alan olarak gelişmesi.
 5. Bilginin “hassaslık” ve “kesinliği”nin artması
 6. Nitelikli Pazar araştırmalarının sayısı ve niteliğindeki artış
-

NOKTA ATIŞI İHRACAT MODELİ



- AMAÇ:
- uluslararası pazarlama, **ticari bilgi ve istihbarat sisteminin kurulması, işletilmesi, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve geliştirilmesi** yolu ile dünya çapındaki gelişmeler temelinde stratejik ve taktik kararların alınabilmesi, **hedef pazarların belirlenmesi, mevcut pazarlardaki performansın ölçülebilmesi** ve dış ticarete sürdürülebilir karlılığa ulaşmak hedeflenmektedir.

İSTİHBARAT



STRATEJİ

İLETİŞİM

HİPER REKABETİ AŞMAK SÜRDÜRÜLEBİLİR KARLILIK

- TİCARİ BİLGİ - İSTİHBARAT VE İSTİHBARATA
KARŞI KOYMA SİSTEMİ
- STRATEJİ VE İSTİHBARATIN BİRLİKTE
KULLANIMI
- PAZAR VE RAKİP ANALİZİ İLE SÜRDÜRÜLEBİLİR
KARLILIĞIN YARATILMASI

STRATEJİ GÜÇ KULLANMANININ SANATI



VE

ÖĞRETİSİDİR

STRATEJİ MUMLA ATEŞİYLE 2 METALİ KAYNAK YAPABİLMEKTİR



MUMLA KAYNAK YAPMAK



STRATEJİNİN PRENSİPLERİ

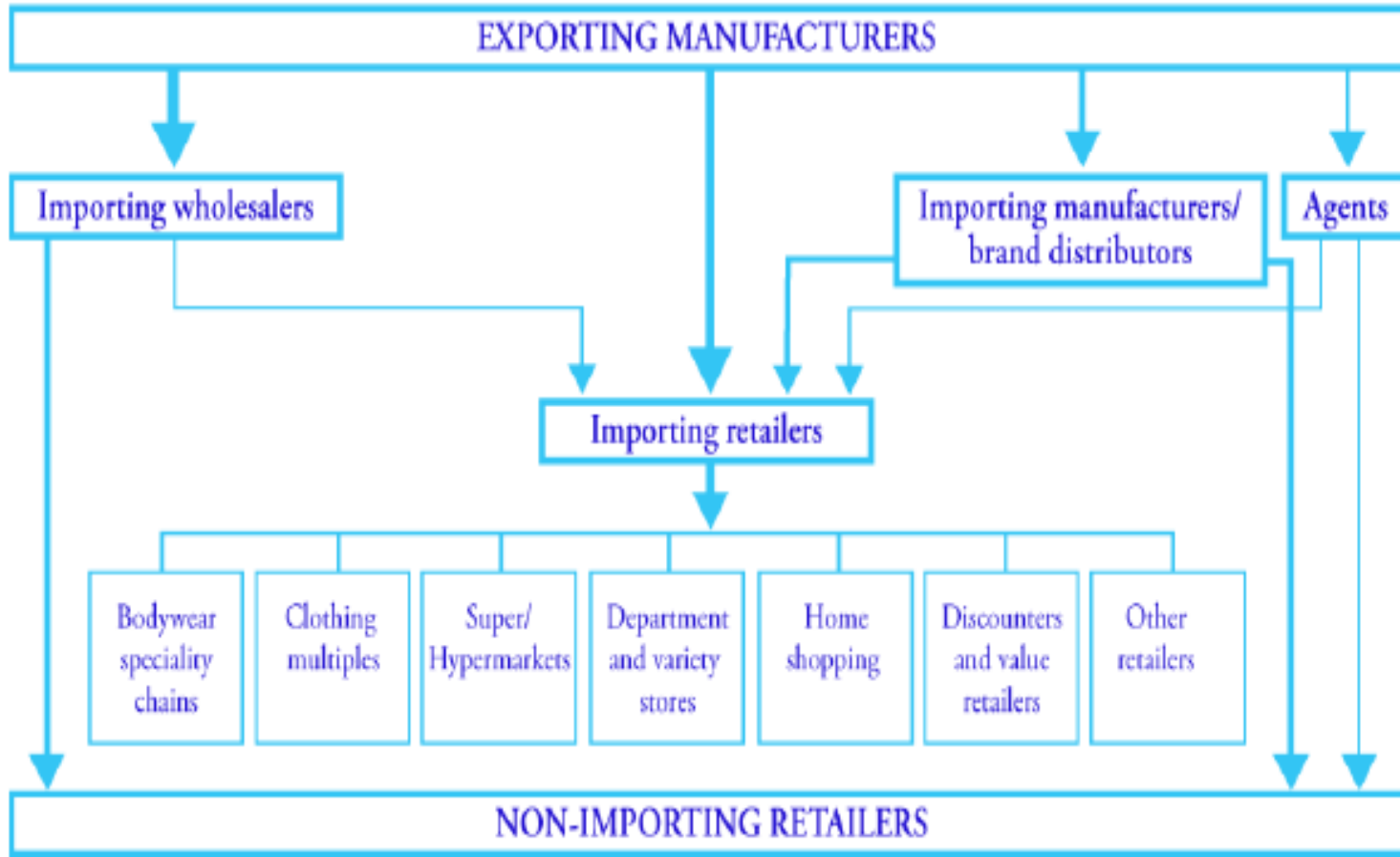
- **HEDEF VE HEDEFE İSRAR**
 - **AĞIRLIK MERKEZİ
OLUŞTURMAK**
 - **MANEVRA İLE İNİSİYATİVİ
ELDE TUTMAK**
 - **GÜÇ TASARRUFU
SAĞLAMAK**
 - **PLANLAMADA SADELİK**
-

HEDEF MÜSTERİ GRUPLARI

- a. İthalatçı (importer)
- b. Acente (agent)
- c. Bayi (distributor)
- d. Toptancı (ithalatçıya dönüşebilir) (wholesaler)
- e. Perakendeci (ithalatçıya dönüşebilir) (Retailer)
- f. İmalatçı (fason imalat) (sub contract)
- g. Satın alma kooperatifleri (buying cooperatives)
- h. Devlet ve kamu ihaleleri (tenders)
- i. Lisans anlaşmaları (licence agreement)
- j. Ortak yatırım (Joint venture)

DAĞITIM AĞINA GÖRE HEDEF MÜŞTERİ

Figure 1 Trade and distribution channels for knitted and woven clothing in the EU

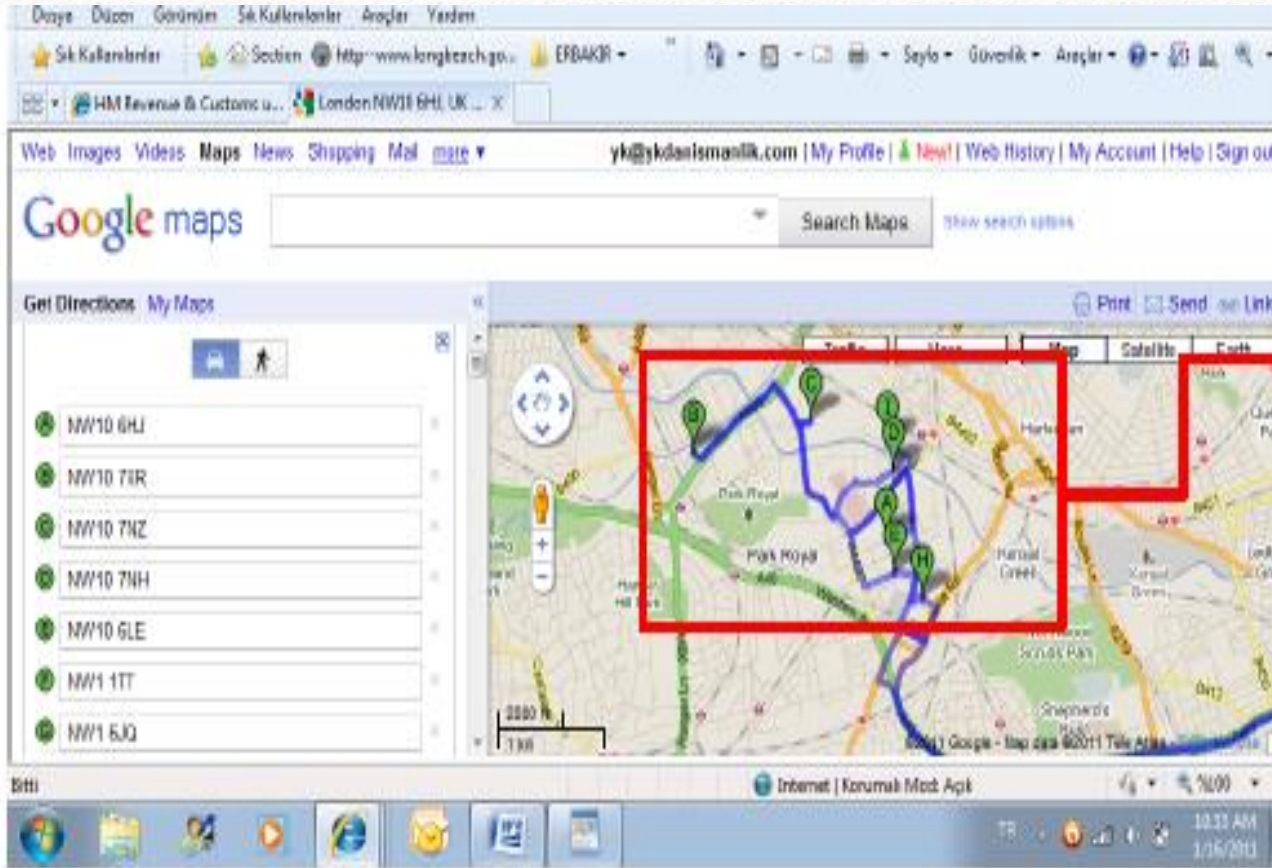


Örneğin bir düzine şekerleme kutusu için:

		Endeks	\$
CIF Fiyat		100	29,00
Gümrük Vergisi	%20	+20	+5,80
<u>Varış Fiyatı</u>		<u>120</u>	<u>34,80</u>
İthalatçının Kar Payı	%35	+42	+12,18
<u>Toptancıya Ulaşan Fiyat</u>		<u>162</u>	<u>46,98</u>
Toptancının Kar Payı	%25	+40	+11,75
<u>Perakendeciye Ulaşan Fiyat</u>		<u>202</u>	<u>58,73</u>
Fiyat			
Perakendecinin Kar Payı	%50	+101	+29,36
<u>Tüketiciye Ulaşan Fiyat</u>		<u>303</u>	<u>88,09</u>

AĞIRLIK MERKEZİ PRENSİBİ





BİRBİRLERİNE
YAKLAŞIK 10
DAKİKALIK
MESAFELERDEKİ
12 KURU MEYVE
İTHALATÇISI
HARİTADA
İŞARETLENMİŞ

Web Sitesi 59: Birbirine Çok Yakın 12 İthalatçı

AĞIRLIK MERKEZİ PRENSİBİ

- **HEDEF MÜŞTERİ**
 - İTHALATÇI
 - TOPTANCI
 - **TALİ MÜŞTERİ**
 - PERAKENDECİLER
-

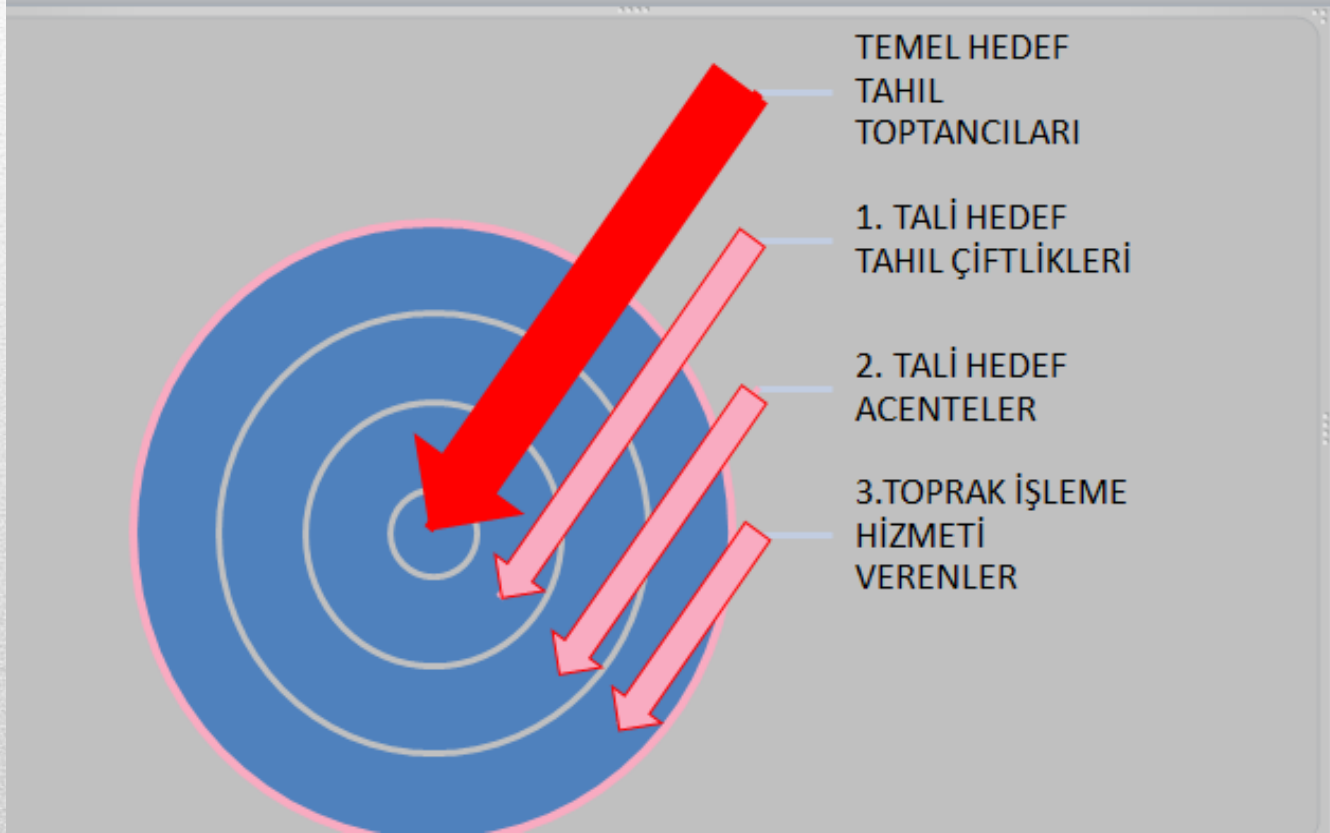
AĞIRLIK MERKEZİ

TOPTANCININ İTHALATÇIYA DÖNÜŞTÜRÜLMESİ

2013 VE 2014 YILI KIYASLANDIĞINDA BİR ÜRÜNDE 145 YENİ
İTHALATÇI DOĞMUŞ

	A	B	C	D	E
1	2014 İTHALATÇILARI VE İTHALAT AĞIRLIKLARI			2013 İTHALATÇILAR VE İTHALAT AĞIRLIKLARI	
2	Consignee		Weight(KG)	Consignee	Weight(KG)
3	A.T. INTERNATIONAL (USELR ATI)		17.864	#YOK	#YOK
4	ABDUL HADI OMAR A. BAFARAT TRAD. ES		6.096	#YOK	#YOK
5	ACCESS BUSINESS GROUP INTERNATIONAL	İMALATÇI	14.150	#YOK	#YOK
6	ADVANTAGE HEALTH MATTERS INC.		20.580	#YOK	#YOK
7	AGT CLIC		17.800	#YOK	#YOK
8	AIRLIFT (U.S.A.) INC.		4.166	#YOK	#YOK
9	ALFRED GALKE GMBH		7.020	#YOK	#YOK
10	ALIMENTS GENESIS (DIVISION OF		20.100	#YOK	#YOK
11	ALQUIMA USA LLC		19.100	#YOK	#YOK
12	ANUTRA LLC		20.082	#YOK	#YOK
13	ARAR TRADING COMPANY L.L.C.		22.044	#YOK	#YOK
14	ARFOOD LLC		20.880	#YOK	#YOK
15	ARROW FOODS		19.152	#YOK	#YOK
16	AVION CUSTOMS BROKERS, INC.		5.390	#YOK	#YOK
17	AXE FRUIT		20.000	#YOK	#YOK
18	AZ CHIA		48.768	#YOK	#YOK
19	BALLARD DESIGNS INC ADDL BILLING		5.944	#YOK	#YOK
20	BDP INTERNATIONAL INC. (LAX)		18.144	#YOK	#YOK

HEDEF MÜŞTERİ AĞIRLIK MERKEZİ



AĞIRLIK MERKEZİ BÜYÜKLÜĞE GÖRE İTHALATÇILAR

	Weight	Package	20' Container	Frequency	Percent
FİRMA İSİMLERİ	2,665,948.00	336,806.00	40.00	133	0.17
FİRMA İSİMLERİ	2,084,830.00	577,638.00	65.00	91	0.13
FİRMA İSİMLERİ	1,151,362.00	171,452.00	0.00	19	0.07
FİRMA İSİMLERİ	1,126,327.00	399,294.00	18.00	58	0.07
FİRMA İSİMLERİ	984,085.00	163,415.00	16.00	40	0.06

Tablo : 570242 rusya ithalatçılar tablosu

AĞIRLIK MERKEZİ

İTALYA'DAN ALAN İTHALATÇILAR

MOSKOVA'DA İTALYAN MENŞELİ ALIM YAPANLAR	İŞLEM SAYISI	BRÜT KG	USD total
firma ismi	18	64.069,00	526.764,00
firma ismi	55	24.886,00	227.131,00
firma ismi	79	43.568,00	169.846,00
firma ismi	71	46.260,00	144.556,00
firma ismi	26	41.888,00	143.281,00
firma ismi	17	9.547,00	97.070,00
firma ismi	76	12.598,00	83.814,00
firma ismi	25	26.715,00	79.756,00
firma ismi	1	9.480,00	49.528,87
firma ismi	26	16.823,00	49.060,00
firma ismi	10	17.819,00	46.306,00
firma ismi	3	7.493,00	41.524,00
firma ismi	1	9.562,80	39.554,82
firma ismi	8	10.111,00	36.913,00
firma ismi	5	9.792,00	31.477,00

Tablo 4 : İtalyan firmalardan ithalat yapan Rus ithalatçılar tablosu

İSTİHBARAT



STRATEJİ

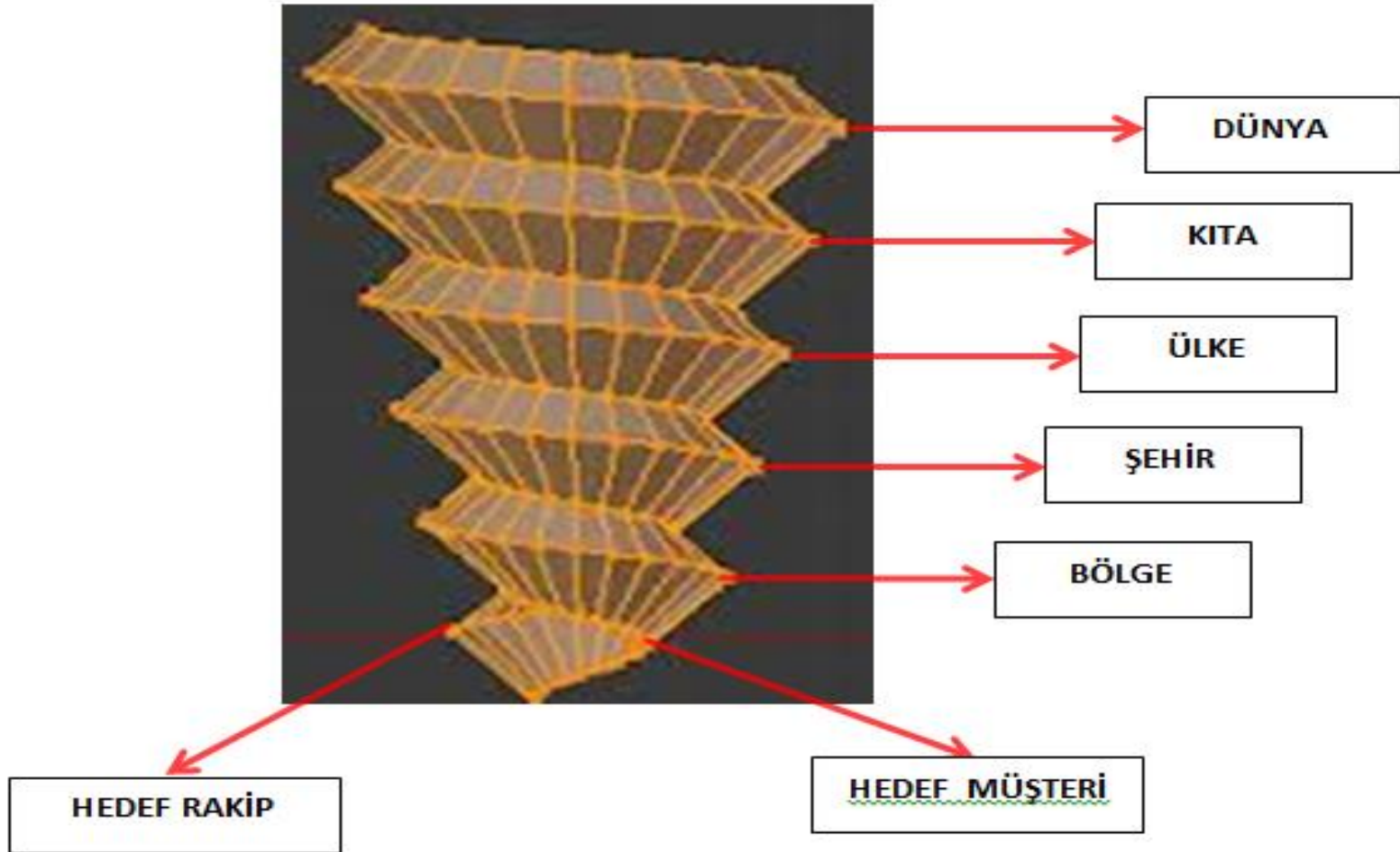
İLETİŞİM

**Orkestra
şefliği notaları
ve müziği,
ticari
istihbarat ise
veriyi ve
bilgiyi
yorumlama
sanatıdır.**

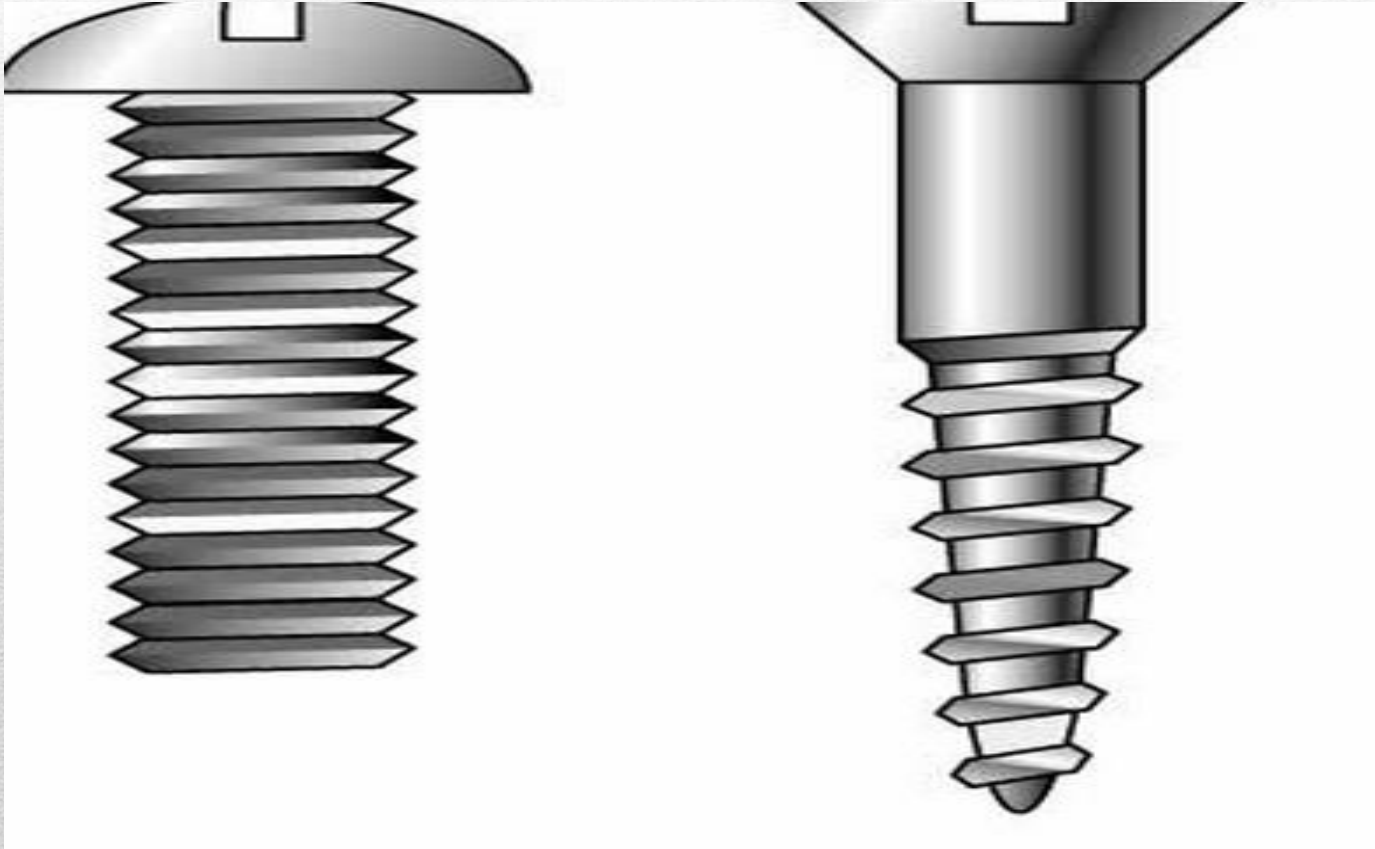


HEVİM

HELEZONİK VİDA İSTİHBARAT MODELİ



Küt ve helozonik vida



REKABETİN AŞILMASI

- **HİPER REKABETİN İLACI
TİCARİ İSTİHBARATTIR.**

HEDEF PAZAR
HEDEF FİRMA
HEDEF İNSAN



ORAN Orta Anadolu
Kalkınma Ajansı
Central Anatolia Development Agency

İNGİLİZ KURU GIDA İTHALATÇISI/TOPTANCISI



© 2010 Google [Report a problem](#)

REKABET İSTİHBARATI



ÇÖPTEKİ
İHRACATÇI
FİRMANININ
AMBALAJI

RAKİBİMİZ
FİRMA
KOLOMBİYALI

Web Sitesi 53: Çöpten İstihbarat Yapılması

AGROFRUT KONŞİMENTOSU

BILL OF LADING OF AGROFRUT SA TO UK IMPORTER

Exporter Company	Contact	State	City	Address
AGROFRUT S.A	ARAUJO MERTINEZ	BOLIMAR	CARTAGENA CO	VIA MAMONAL KM 3 SECTOR ALBORNOZ # 25-196

Telephone	Fax	Email	Harmonized Code/Product English	City Departure
66885630	6688589	contabilidad@comex	081310 dried APRICOT	BOGOTA

Declarant Company	Importer	Importer Address	TOTAL Net Weight (Kg)
AGENCIA DE ADUANAS GRANANDINA LTDA NIVEL 1	CYPPPRO FRUIT LTD.	LONDON	2,876 KG

TOTAL Gross Weight (Kg)	TOTAL FOB	TOTAL CF Value (US\$)
3.210 KG	10.876	11.576

[Home](#) | [Food](#) | [Drugs](#) | [Medical Devices](#) | [Vaccines, Blood & Biologics](#) | [Animal & Veterinary](#) | [Cosmetics](#) | [Radiation-Emitting Products](#) | [Tobacco](#)

Import Refusal Report

[FDA Home](#)

Refusal Details as Recorded in OASIS by FDA for Refusal 900-0052608-8/2/4

Manufacturer FEI	3004263518	IMPORT REFUSAL REPORT						
Manufacturer Name	C.I. AGROFRUT S.A.							
Manufacturer Address line 1	Carretera 54 #75 AB	IMPORT REFUSAL REPORT “PESTICIDES”						
Manufacturer Address line 2	Sur- 220Municipio La Estrella							
Manufacturer's City	Medellin							
Manufacturer Province/State FDA District	Co-Ant FLYDU							
Entry/doc/line/sfx	900-0052608-8/2/4							
FDA Sample Analysis	No							
FDA Record of Private Lab Sample Analysis	Yes							
Charge(s)	<table><thead><tr><th>Violation Code</th><th>Section</th><th>Charge Statement</th></tr></thead><tbody><tr><td>PESTICIDES 402(a)(2)(B), 802(a)(B); ADULTERATION</td><td></td><td>The article is subject to refusal of admission pursuant to section 801(a)(3) in that it appears to be adulterated because it contains a pesticide chemical, which is in violation of section 402(a)(2)(B). Contains:</td></tr></tbody></table>	Violation Code	Section	Charge Statement	PESTICIDES 402(a)(2)(B), 802(a)(B); ADULTERATION		The article is subject to refusal of admission pursuant to section 801(a)(3) in that it appears to be adulterated because it contains a pesticide chemical, which is in violation of section 402(a)(2)(B). Contains:	
Violation Code	Section	Charge Statement						
PESTICIDES 402(a)(2)(B), 802(a)(B); ADULTERATION		The article is subject to refusal of admission pursuant to section 801(a)(3) in that it appears to be adulterated because it contains a pesticide chemical, which is in violation of section 402(a)(2)(B). Contains:						

Page Last Updated: 04/24/2009

Note: If you need help accessing information in different file formats, see [Instructions for Downloading Viewers and Players](#).



[Accessibility](#) | [Contact FDA](#) | [Careers](#) | [FDA Basics](#) | [FOIA](#) | [No Fear Act](#) | [Site Map](#) | [Transparency](#) | [Website Policy](#)

İSTİHBARAT



STRATEJİ

İLETİŞİM

• DOLAYLI ARAÇLAR

- REKLAMLAR, (İNTERNET VE GELENEKSEL),
- WEB SİTESİ , E KATALOG,
- SOSYAL MEDYA- BLOGLAR-FORUMLAR-LINKEDİN
- B2B SİTELERİNE ÜYELİK,
- DERGİLER VE SANAL FUARLAR
- SEKTÖRDE Kİ DERNEKLERE ÜYELİK,
- SEKTÖR TOPLANTILARINA KATILIM
- MAKALELER VE BİLİMSEL TOPLANTILAR
- SEKTÖREL REHBERLERE ÜYELİK.
- FİRMADAN FİRMAYA –BUSİNESS TO BUSİNESS(B2B)

• DİREKT ARAÇLAR

- ELEKTRONİK POSTA,
- GÖRÜNTÜLÜ ELEKTRONİK İLETİŞİM ARAÇLARI (SKYPE VB.),
- TELEFON,
- FAKS,
- KATALOG GÖNDERME,
- FUAR KATILIMI,
- HEDEF ÜLKEDEKİ POTANSİYEL MÜŞTERİLERİN ZİYARET EDİLMESİ,
- HEDEF ÜLKELERDE OFİS AÇMAK,
- B2B SİTELERİNE ABONELİK VE ALICILARLA AKTİF İLETİŞİM.

HEDEF MÜŞTERİLER

- a. İthalatçı (importer)
- b. Acenta (agent)
- c. Bayi (distributor)
- d. Toptancı (ithalatçıya dönüşebilir) (wholesaler)
- e. Perakendeci (ithalatçıya dönüşebilir) (Retailer)
- f. İmalatçı (fason imalat) (sub contract)
- g. Satın alma kooperatifleri (buying cooperatives)
- h. Devlet ve kamu ihaleleri (tenders)
- i. Lisans anlaşmaları (licence agreement)
- j. Ortak yatırım (Joint venture)
- k. Ofis ve mağaza açmak



TİCARİ İSTİHBARATA GİRİŞ

Birincil veri kaynakları

Kişisel gözlemler
Konuşmalar
Mülakatlar ve sunumlar
Endüstri uzmanları
Rakipler
Müşteriler
Tedarikçiler
İşbirliği ortakları
Devlet görevlileri

İkincil veri kaynakları

Gazete ve dergiler
Ticaret ve sanayi yayınları
Endüstriyel Periyodik yayınlar
Senelik ve finansal raporlar
Analizci ve danışman raporları
Sanayi rehberleri
Bayi ve tedarikçi listeleri
Ticari ve sanayi dernekler
İnternet- rakiplerin web siteleri ve diğerleri
Ticaret ve elektronik veri tabanları
Hazır raporlar
Benchmark ve yeniden yapılandırma
(mühendislik) raporları
Televizyon ve radyo Programları
Devlet kaynakları
Teknik ve patent dokümanları
İş ilanları
İnternet sohbet odaları
Fuarlar

Financial strength

This company has the status **active**.

Proper assessment of this company will require consideration of the ultimate holding company: SUKRU TEOMAN ALPAY

modeFinance credit risk analysis

	2009	2008	2006
MORE company ratings			
Ratings	BBB	BB	B
Default probability (%)	0.40	1.2	4
Confidence level (%)	100	100	100

MORE comparison group ratings (Turkey)

Activity sector	Industrial	Industrial	Industrial
Ratings (mean value)	BBB	BB	BBB
Default probability (%)	0.60	0.85	0.40

MORE credit limit

MORE credit limit (USD)	547,428
-------------------------	---------

HEDEF PAZAR TESPİTİ

HEDEF PAZAR İSTİHBARATI

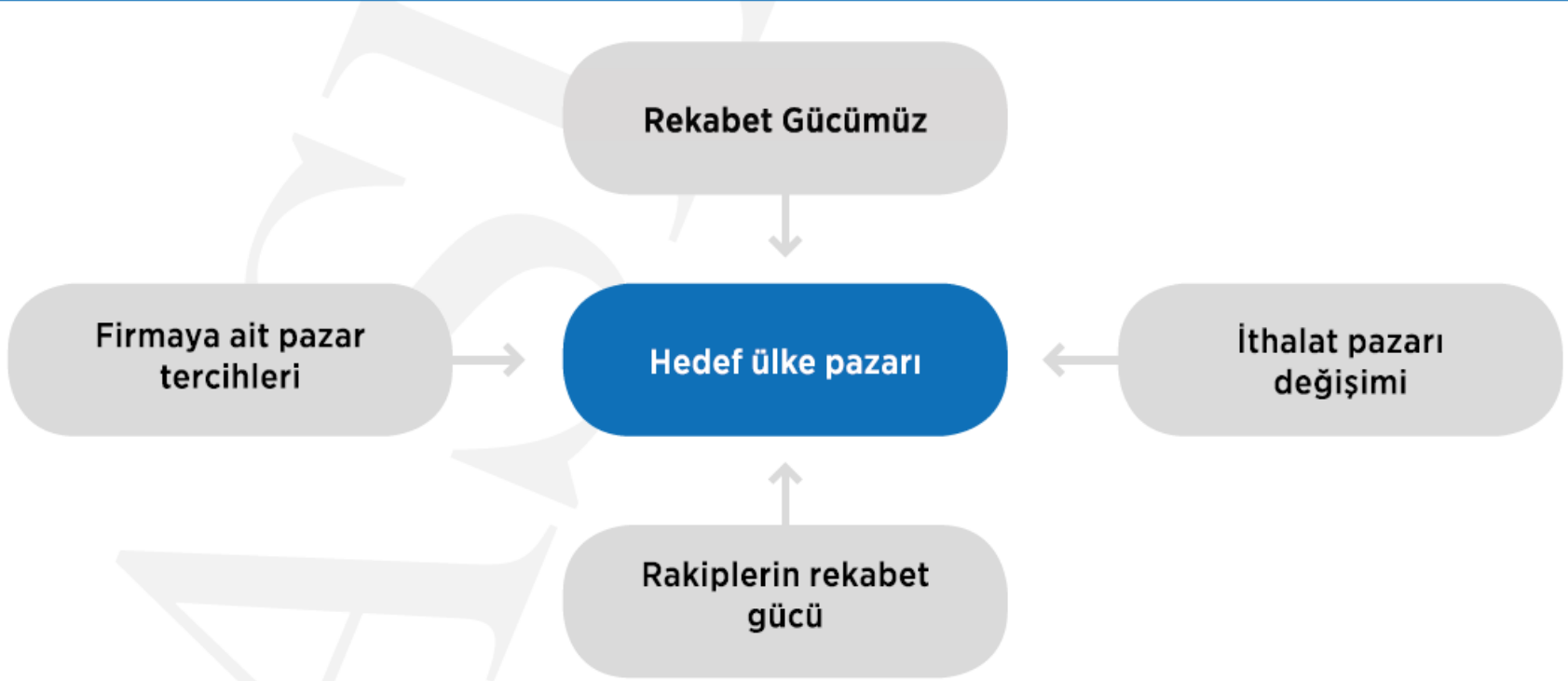
AMAÇ: SÜRDÜRÜLEBİLİR KARLI İHRACAT

- BÜYÜYEN PAZARLAR
 - KARLI PAZARLAR
 - REKABETÇİ OLABİLECEĞİMİZ
PAZARLAR
 - KOLAY GİRİLEBİLECEK PAZARLAR
-

HEDEF PAZAR TESPİTİ

TEMEL GÜÇLER

Hedef Pazarı Belirleyen 4 Ana Güç



HEDEF PAZAR TESPİTİ

TEMEL GÜÇLER

Kendi rekabet gücümüz” (ki bu ülkemizin rekabet gücüyle de ilişki içindedir), **“Rakiplerin hedef pazardaki rekabet güçleri”**. **“İthalat pazarının büyümesinin (değişmesinin) yarattığı etkiler”**. Bunun biz ve rakipler üzerindeki etkileri. Ve bütün bunları analiz eden **“firmanın subjektif ve ona özgü anlayış ve amaç ve yaklaşımları”** . Bunlar hedef Pazar seçimi konusundaki ana belirleyici güçler olarak tanımlandı. **Bu basit şema hedef Pazar teorisindeki temel yaklaşımımızı göstermektedir.**

HEDEF PAZAR TESPİTİ

TEMEL GÜÇLER

- Kendimizi biliyoruz; → Türkiye ihracatı ve değişimi, rekabetçi olduğumuz ülkeler
- Rakiplerimizi biliyoruz; → Dünyada ihracatı büyüyenler
- Hedef rakiplerimizi biliyoruz; → ihracatı düşenler ve rekabet edebileceklerimiz
- Müşterilerimizi biliyoruz; → İthalat pazarı büyüyenler ve rekabetçi olduklarımız

HEDEF PAZAR TESPİTİ UYGULAMASI

- GTİP tespiti
 - Dünyadaki büyüyen pazarlar
 - Rakipler
 - Büyüme eğilimi olan pazarlar
-

GTİP TESPİTİ

• 854449 GERİLİMİ 80 V GEÇMEYENLER

8544.49

- - Diğerleri:
- - - Gerilimi 80 V.u
geçmeyen,
telekominikasyonda
kullanılan türde
olanlar

- - - - Toprak ve su altı kabloları
(herhangi bir madde ile tecrit edildikten

sonra birden fazlasının biraraya
getirilerek adi metallerden boru

veya şeritlerle teçhiz edilmiş
olanları)

- - - - - Telgraf ve telefon hattı için
toprak ve su altı kabloları

DÜNYA İTHALATINDA BÜYÜYENLER GTİP 854449 GERİLİMİ 80 V GEÇMEYENLER

Importers	Imported value in 2013	Imported value in 2014	ARTIŞ	ORAN
Lithuania	149.780	521.909	372.129	248
United States of America	1.902.846	2.071.220	168.374	9
United Kingdom	1.169.741	1.200.870	31.129	3
Japan	407.818	429.122	21.304	5
Bosnia and Herzegovina	22.251	40.357	18.106	81
Portugal	121.459	136.128	14.669	12
Ethiopia	5.941	18.887	12.946	218
Thailand	352.195	363.748	11.553	3
Georgia	25.933	35.108	9.175	35
Czech Republic	483.929	488.608	4.679	1

GTİP 854449 GERİLİMİ 80 V GEÇMEYENLER İ

TÜRKİYE YILLAR İHRACATI

GTİP 854449

TÜRKİYE İHRACATI

Importers	Exported value in 2012	Exported value in 2013	Exported value in 2014	ARTIŞ	ORAN
World	1.445.552	1.594.775	1.599.825	5.050	0
United Kingdom	346.201	396.116	468.680	72.564	18
Iraq	259.721	297.366	225.995	-71.371	-24
Israel	118.535	126.666	126.171	-495	0
Turkmenistan	71.158	84.713	100.197	15.484	18
Free Zones	55.164	65.684	50.692	-14.992	-23
Azerbaijan	35.885	48.506	48.673	167	0
Libya	26.840	42.760	39.829	-2.931	-7
Germany	42.633	38.432	33.734	-4.698	-12
France	38.146	33.599	26.839	-6.760	-20
Belgium	35.127	27.473	24.761	-2.712	-10
Georgia	23.915	16.324	23.976	7.652	47
Russian Federation	20.295	26.334	22.060	-4.274	-16

GTİP 854449

DÜNYA YILLAR

İTHALATI

DÜNYA YILLAR İTHALATI

Importers	Imported value in 2013	Imported value in 2014	ARTIŞ	ORAN
Lithuania	149.780	521.909	372.129	248
United States of America	1.902.846	2.071.220	168.374	9
United Kingdom	1.169.741	1.200.870	31.129	3
Japan	407.818	429.122	21.304	5
Bosnia and Herzegovina	22.251	40.357	18.106	81
Portugal	121.459	136.128	14.669	12
Ethiopia	5.941	18.887	12.946	218
Thailand	352.195	363.748	11.553	3
Georgia	25.933	35.108	9.175	35
Czech Republic	483.929	488.608	4.679	1
Cabo Verde	3.688	7.237	3.549	96

DÜNYA İHRACATI YILLAR

Exporters	Exported value in 2012	Exported value in 2013	Exported value in 2014	ARTIŞ	ORAN
Lithuania	54.600	103.927	503.895	399.968	385
United States of America	2.925.091	2.985.874	3.070.479	84.605	3
Thailand	239.105	203.275	270.994	67.719	33
Korea, Republic of	835.448	776.296	819.580	43.284	6
Czech Republic	789.677	702.096	722.962	20.866	3
Bosnia and Herzegovina	53.907	43.925	53.428	9.503	22
Lebanon	8.483	7.817	16.580	8.763	112
Switzerland	324.487	354.334	361.393	7.059	2
New Zealand	40.504	37.771	44.166	6.395	17
Turkey	1.445.552	1.594.775	1.599.825	5.050	0
Estonia	66.114	71.474	74.063	2.589	4
Norway	87.026	55.939	58.130	2.191	4

GTİP 854449

DÜNYA TİCARİ DENGESİ



DÜNYA TİCARİ DENGE +

Partners	Balance in value in 2012	Balance in value in 2013	Balance in value in 2014	Exported value in 2014	Imported value in 2014
World	1,677,540	686,156			
Turkey	1,295,642	1,412,521	1,436,723	1,599,825	163,102
United States of America	1,090,321	1,083,028	999,259	3,070,479	2,071,220
Korea, Republic of	588,627	517,226	586,751	819,580	232,829
Portugal	327,900	389,496	350,150	486,278	136,128
Japan	550,588	417,496	286,527	715,649	429,122
Czech Republic	305,653	218,167	234,354	722,962	488,608
Malaysia	109,344	114,389	121,040	208,013	86,973
Switzerland	77,238	94,989	108,888	361,393	252,505
Greece	146,013	63,077	56,667	86,272	29,605
Serbia	48,969	59,910	55,908	90,655	34,747
Bosnia and Herzegovina	29,364	21,674	13,071	53,428	40,357
Lebanon	1,422	-821	10,970	16,580	5,610

DÜNYA TİCARİ DENGE -

<u>Partners</u>	<u>Balance in value</u> in 2012	<u>Balance in value</u> in 2013	<u>Balance in value</u> in 2014	<u>Exported value in</u> 2014	<u>Imported value in</u> 2014
<u>United Kingdom</u>	-600,803	-600,781	-650,113	550,757	<u>1,200.870</u>
<u>Canada</u>	-532,450	-548,726	-515,934	301,992	817,926
<u>Australia</u>	-470,673	-498,355	-472,416	30,042	502,458
<u>Norway</u>	-168,971	-207,081	-195,213	58,130	253,343
<u>Thailand</u>	-126,496	-148,920	-92,754	270,994	363,748
<u>Chile</u>	-95,679	-106,133	-86,712	42,340	129,052
<u>South Africa</u>	-64,183	-60,737	-71,836	52,990	124,826

GTİP 854449

DÜNYA

VE

TÜRKİYE



TÜRKİYE DÜNYA İLİŞKİSİ

Importers	TÜRKİYE İHRACATI 854449				DÜNYA İTHALATI 854449			
	Exported value in 2013	Exported value in 2014	ARTIŞ	ORAN	Imported value in 2013	Imported value in 2014	ARTIŞ	ORAN
United Kingdom	396.116	468.680	72.564	18	1.169.741	1.200.870	31.129	3
Turkmenistan	84.713	100.197	15.484	18	109.491	0	-109.491	-100
Spain	3.376	13.481	10.105	299	193.062	0	-193.062	-100
Syrian Arab Republic	2.537	11.936	9.399	370	4.257	0	-4.257	-100
Iran (Islamic Republic of)	10.422	18.506	8.084	78	44.441	0	-44.441	-100
Ethiopia	3.664	11.569	7.905	216	5.941	18.887	12.946	218
Georgia	16.324	23.976	7.652	47	25.933	35.108	9.175	35
Ireland	14.347	20.381	6.034	42	79.483	80.855	1.372	2
United States of America	3.530	9.169	5.639	160	1.902.846	2.071.220	168.374	9
Algeria	6.360	11.811	5.451	86	138.790	0	-138.790	-100
World	1.594.775	1.599.825	5.050	0	27.091.963	0	-27.091.963	-100
Singapore	3.994	8.486	4.492	112	404.234	0	-404.234	-100
Burkina Faso	597	2.758	2.161	362	19.008	0	-19.008	-100

DÜNYA TÜRKİYE İLİŞKİSİ

Importers	TÜRKİYE İHRACATI 854449				DÜNYA İTHALATI 854449			
	Exported value in 2013	Exported value in 2014	ARTIŞ	ORAN	Imported value in 2013	Imported value in 2014	ARTIŞ	ORAN
Area Nes	18	0	-18	-100	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK
Lithuania	146	132	-14	-10	149.780	521.909	372.129	248
United States of America	3.530	9.169	5.639	160	1.902.846	2.071.220	168.374	9
United Kingdom	396.116	468.680	72.564	18	1.169.741	1.200.870	31.129	3
Japan	74	16	-58	-78	407.818	429.122	21.304	5
Bosnia and Herzegovina	709	1.503	794	112	22.251	40.357	18.106	81
Portugal	5.247	723	-4.524	-86	121.459	136.128	14.669	12
Ethiopia	3.664	11.569	7.905	216	5.941	18.887	12.946	218
Thailand	577	482	-95	-16	352.195	363.748	11.553	3
Georgia	16.324	23.976	7.652	47	25.933	35.108	9.175	35
Czech Republic	1.708	2.512	804	47	483.929	488.608	4.679	1
Uruguay	24	26	2	8	16.236	19.359	3.123	19
New Zealand	57	89	32	56	57.381	60.237	2.856	5

http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm

http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm

Video | Legal notice | Contact | FAQ English (en)



TRADE

European
Commission

Market Access Database

European Commission > Trade > Market Access database

Home

What's new?

Export from EU

Tariffs

Procedures and
Formalities

Statistics

Trade Barriers

SPS: Sanitary and
Phytosanitary Issues

Rules of Origin

Import into the EU

EU Tariffs

Exporting from the EU - what you need to know

The Market Access Database (MADB) gives information to companies exporting from the EU about import conditions in third country markets:

Tariffs

Duties & taxes on imports of products into specific countries

Procedures and Formalities

Procedures & documents required for customs clearance in the partner country

Statistics

Help us counter trade barriers ▾

Importing into the EU?

EU Tariffs

EU import tariffs

Export Helpdesk

Special conditions for developing countries

Latest updates

10-Oca-2014 Brazil
Nomenclature changes.
Changes of tariff rates.
Amendments to the internal
taxation.

10-Oca-2014 Australia
Changes of tariff rates.
Amendments to the internal
taxation.

09-Oca-2014 Peru Changes of
preferential tariff rates.

News

EU-Korea FTA User Guide for
Electromagnetic Compatibility

Tablo 12. AB Market Access veri tabanı

İSTİHBARAT



STRATEJİ

İLETİŞİM

İHRACAT SANATI

- REKABET İSTİHBARATI OLMADAN STRATEJİ OLUŞTURULAMAZ
- STRATEJİ OLMADAN İSTİHBARAT GERÇEKLEŞTİRİLEMEZ
- SONUÇ İLETİŞİM İLE ALINIR
- İHRACAT SANATI BUNLARIN BİLEŞKESİDİR
- TİCARİ BİLGİ VE İSTİHBARAT SÜRDÜRÜLEBİLİR KARLILIĞIN ANAHTARIDIR