



**OAiB**  
ORTA ANADOLU  
İHRACATÇI BİRLİKLERİ

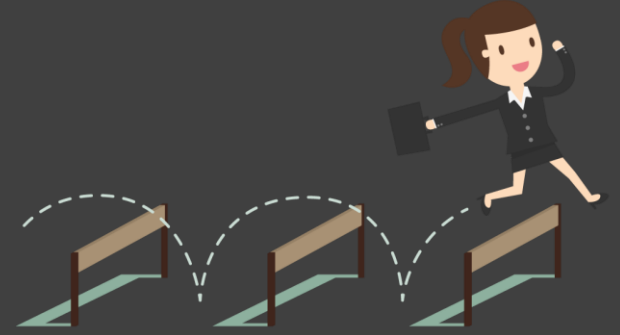
# İHRACATTA HEDEF PAZARLARIN TESPİTİ VE ULUSLARARASI PAZARLAMA

# HİPER REKABET 1994

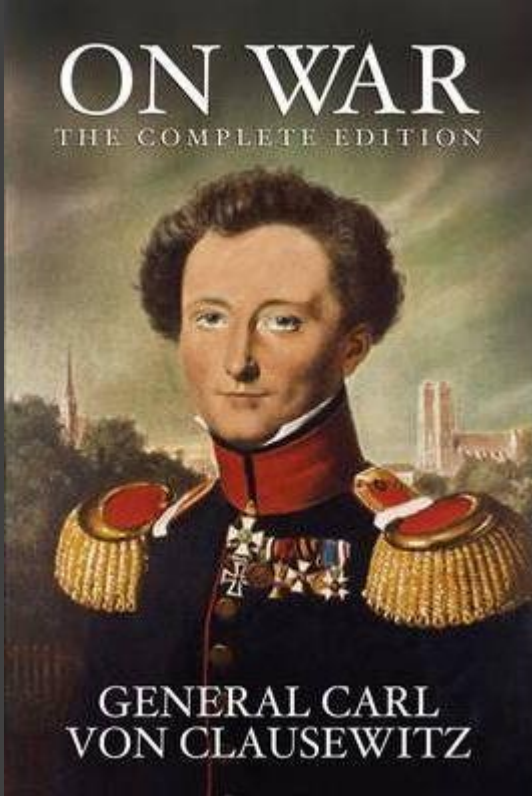
- PAZARLAR DARALDI KOVİT 19 İLE BU ÇOK YÜKSEK BİR İVME KAZANDI
- REKABET KÜRESEL DÜZEYE ÇIKTI
- YEREL KALARAK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK MÜMKÜN DEĞİL
- KARLAR DÜŞTÜ VE DÜŞMEYE DEVAM EDİYOR
- FİNANSAL GÜÇ STRATEJİK ÜSTÜNLÜK YARATMIYOR
- TEKNOLOJİ VE ÜRETİM DOĞUYA KAYIYOR
- TİCARET SAVAŞA DÖNÜŞTÜ
- TİCARİ BİLGİDE DEVRİM YAŞANDI
- REKABET İSTİHBARATI KAVRAMI DOĞDU
- BÜYÜK VERİ ÇAĞI BAŞLADI

# FİRMALAR İHRACATTA NERELEERDE TAKILIYORLAR ?

- HEDEF PAZAR TESPİTİ YAPAMAMAK
- SADECE FUARLARA KATILARAK SONUÇ ALMAYA ÇALIŞMAK
- İLETİŞİMİN DİĞER ARAÇLARINI KULLANMAMAK
- MEVCUT PAZARLARDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK SAĞLAYAMAMAK
- HEDEF MÜŞTERİ BİLGİLERİNE ULAŞAMAMAK
- MÜŞTERİLERİN FİNANSAL BİLGİ/ İSTİHBARAT EKSİKLİĞİ
- STRATEJİ VE PLANLAMANIN OLMAYIŞI
- İHRACAT PAZARLAMASININ BİLEN ELEMAN EKSİKLİĞİ
- DEVLET YARDIMLARININ BİLİNMEYİŞİ/KULLANILMAYIŞI
- YANLIŞ B2B YAKLAŞIMLARI
- FİRMANIN KENDİNİ BİLMİYİŞİ
- RAKİPLERİN BİLİNMEMESİ
- SADECE TÜRK RAKİPLERİN MÜŞTERİLERİNE YÖNELİNMESİ



# TİCARETTE REKABET

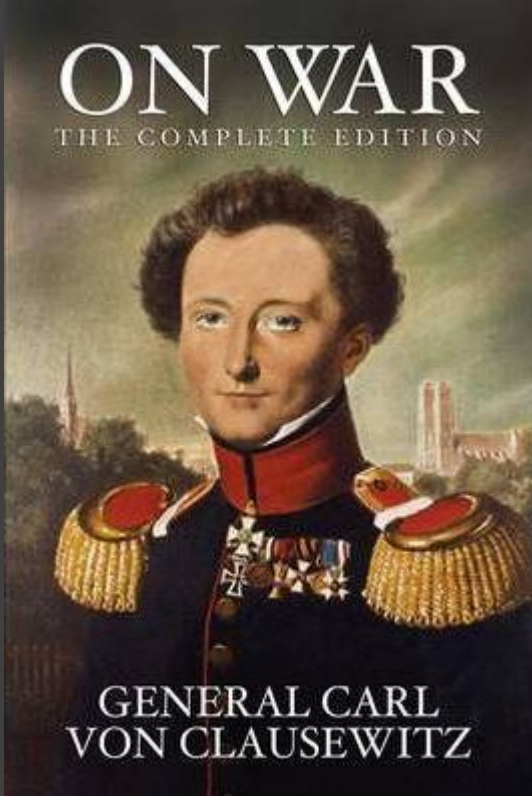


Rekabetle baş edebilmek artık bir “olmak ya da olmamak” meselesi haline geldi.

Clausewitz;

“..savaşı sanatlardan birine veya bilime benzetmektense, ticarete benzetmek belki daha yerinde olur; çünkü ticaret veya ticarete 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.



SUN TZU

---

THE  
ART  
OF  
WAR

---

KENDİNİ BİL

---

RAKİBİNİ BİL

---

ALANI BİL

---

BÜTÜN SAVAŞLARDAN  
MUZAFFER ÇIKARSIN

---

ESAS OLAN SAVAŞMADAN  
KAZANMAKTIR

---

# ÇAĞIMIZ «BIG DATA»YANI«BÜYÜK VERİ» ÇAĞIDIR



# VERİYİ KONUŞTURMA SANATI

İSTİHBARAT



STRATEJİ

İLETİŞİM



# VERİ-BİLGİ-İSTİHBARAT

- VERİ (DATA): BAĞLANTISIZ BİLGİ PARÇASI
- BİLGİ (INFORMATION): VERİLERLE YAPILAN MODELLEME
- İSTİHBARAT (INTELLIGENCE): OPERASYONEL AMAÇLI SÜZÜLMÜŞ BİLGİ
- KNOWLEDGE : İŞ YAPMA BİLGİSİ

# VERİNİN KONUŞMASINA İZİN VER

MESELE ASLINDA BÜYÜK VERİYİ OLUŞTURUP “VERİNİN KONUŞMASINA İZİN VERMEKTİR.” BU İSE KAPSAMLI ÇALIŞMAYI ZORUNLU HALE GETİRİR. BU PERSPEKTİF DIŞ TİCARET İSTİHBARAT YAKLAŞIMINDA FİİLİ OLARAK YAPILANLARI DAHA İYİ ANLAMAMIZI VE DAHA İYİ YAPABİLMENİN YOLLARINI GÖRMEMİZİ SAĞLAR.

# VERİNİN KONUŞMASINA İZİN VER

WALMART; ESKİ İŞLEMLERİN DEVASA VERİ TABANININ İNCELEDİ, HER BİR MÜŞTERİNİN HANGİ KALEMİ SATIN ALDIĞI VE TOPLAM MALİYET SEPETTE BAŞKA NELER OLDUĞU, GÜNÜN SAATİ VE HAVA DURUMU VB...

BİR ÖRNEK;

BİR KASIRGA ÖNCESİNDE SADECE EL FENERİ SATIŞLARININ DEĞİL AYNI ZAMANDA ŞEKERLİ BİR AMERİKAN KAHVALTILIK GEVREĞİNİN DE ARTTIĞINI FARK ETTİ. VE KASIRGA MALZEMELERİ SATILAN BÖLGEYE BU GEVREKLERDEN KOYARAK SATIŞLARI PATLATTI.

# TİCARİ BİLGİDEKİ DEĞİŞİM

- DÜNYA ÇAPINDA TİCARİ AKIŞLARA, TEK BİR ÜRÜN BAZINDA, GÜNCEL VE İSTATİSTİKSEL OLARAK ERİŞİM
- BAZI ÜLKELERİN GÜMRÜK KAYITLARININ AÇILMASI.
- FİRMALARLA İLGİLİ FİNANSAL BİLGİLERE VE BATAN FİRMALARIN BİLGİLERİNE ERİŞİM
- TİCARİ BİLGİ KAYNAKLARINA ERİŞİMİN KOLAYLAŞMASI VE BİLGİ İNDEKSLERİNİN GÜÇLENMESİ.
- İNTERNETİN TİCARİ BİLGİ AÇISINDAN TİCARİ BİLGİ ARAMASI YAPILABİLECEK BİR ALAN OLARAK GELİŞMESİ.
- BİLGİNİN “HASSASLIK” VE “KESİNLİĞİ”NİN ARTMASI
- NİTELİKLİ PAZAR ARAŞTIRMALARININ SAYISI VE NİTELİĞİNDEKİ ARTIŞ
- ALERT SİSTEMLERİ VE YENİ NESİL REHBERLERİN DOĞUŞU
- TEKNİK İSTİHBARAT

GÜMLÜKLE  
DEKİ DEĞİŞİM

POLİTİK  
ETKİLER

TARİFE DIŞI  
ENGELLER

HEDEF ÜLKEDEKİ  
İÇ PİYASA  
DEĞİŞİKLİKLERİ

HEDEF ÜLKEDEKİ  
SEKTÖREL  
DEĞİŞİKLİKLER

HEDEF ÜLKEDE  
YABANCI  
YATIRIMLAR

REKABET  
GÜCÜMÜZ

FİRMAYA AİT  
PAZAR TERCİHLERİ

HEDEF ÜLKE  
PAZARI

İTHALAT PAZARI  
DEĞİŞİMİ

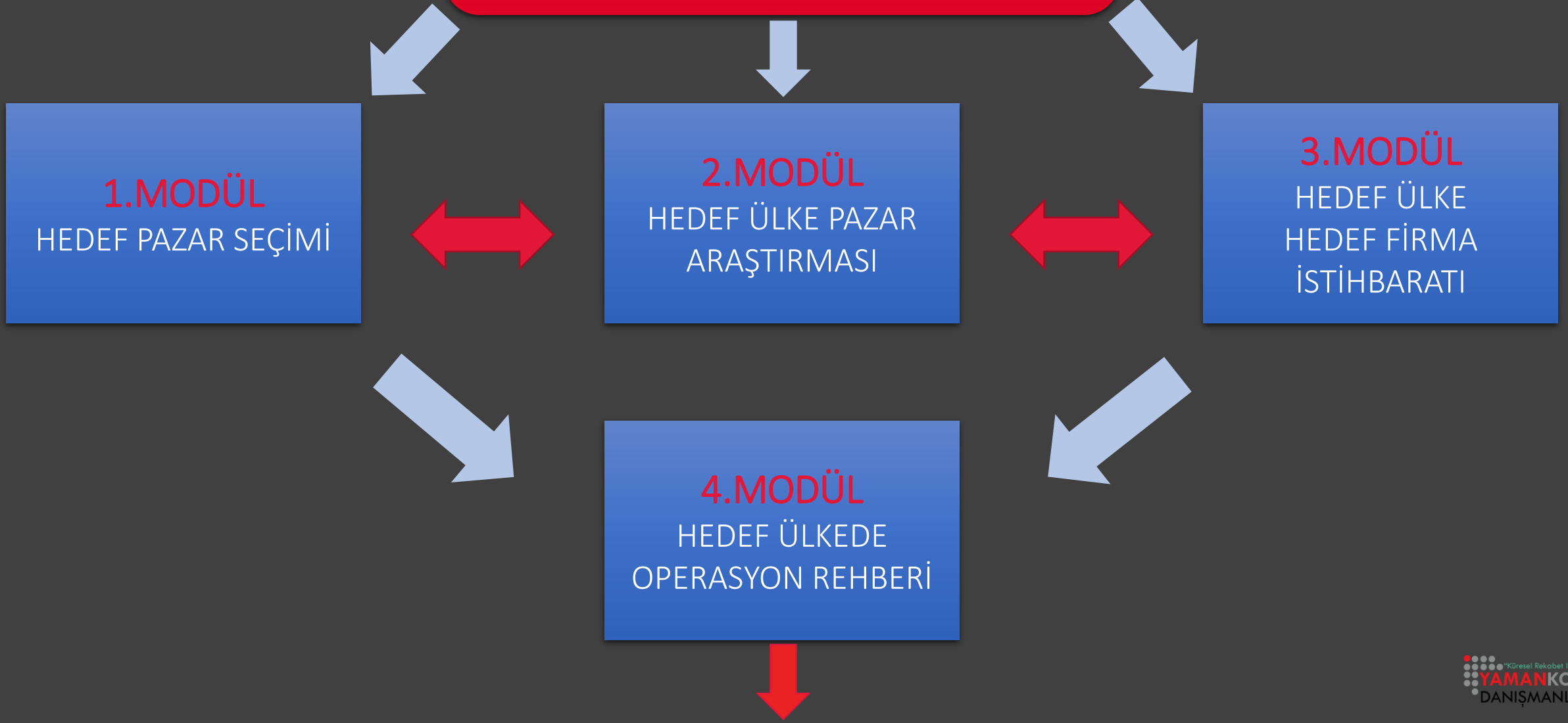
KUR  
DEĞİŞİMİ

RAKİPLERİN  
REKABET GÜCÜ

LOJİSTİK  
DEĞİŞİMLERİ

\*Dış ticarete sürtünme yaratan unsurlar ve hedef Pazar seçiminde TEMEL GÜÇLER

# NOKTA ATIŞI İHRACAT



# AŐAMALAR

SÜREÇ 4 BÖLÜMDEN OLUŐMAKTADIR

- HEDEF PAZARLARIN TESPİTİ
- HEDEF PAZARIN ANALİZİ
- HEDEF MÜŞTERİLERİN VE RAKİPLERİN TESPİTİ, RANDEVULARIN ALINMASI, SEYAHAT PLANIN YAPILMASI.
- OPERASYON PLANI

## AMAÇ:

ULUSLARARASI PAZARLAMA, TİCARİ BİLGİ VE İSTİHBARAT SİSTEMİNİN KURULMASI, İŞLETİLMESİ, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNİN SAĞLANMASI VE GELİŞTİRİLMESİ YOLU İLE DÜNYA ÇAPINDAKİ GELİŞMELER TEMELİNDE STRATEJİK VE TAKTİK KARARLARIN ALINABİLMESİ, HEDEF PAZARLARIN BELİRLENMESİ, MEVCUT PAZARLARDAKİ PERFORMANSIN ÖLÇÜLEBİLMESİ VE DIŞ TİCARETTE BİLGİ TEMELLİ SÜRDÜRÜLEBİLİR KARLILIĞA ULAŞMAK HEDEFLENMEKTEDİR.



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 MUM ATEŞİYLE  
2 METALİ KAYNAK YAPABİLMEKTİR



# STRATEJİNİN TANIMI

ENDS  
AMAÇLAR

*suitability*  
*uygunluk*

WAYS  
YÖNTEMLER

*acceptability*  
*Kabul edilebilirlik*

*feasibility*  
*fizibilite*

MEANS  
KAYNAKLAR

- FİZİBİL OLMASI: KAYNAKLAR VE YOLLAR İLİŞKİSİ, GREATER MEANS LESSER WAYS
- KABUL EDİLEBİLİRLİK: AMAÇLAR VE KAYNAKLAR İLİŞKİSİ, DAHA BÜYÜK AMA. VE DAHA AZ KAYNAK
- UYGUNLUK: YOLLAR VE AMAÇLAR İLİŞKİSİ İLE AÇIKLANABİLİR

# STRATEJİNİN PRENSİPLERİ

- HEDEF VE HEDEFTE ISRAR
- KOALİSYON
- AĞIRLIK MERKEZİ OLUŞTURMAK
- MANEVRA İLE İNİSİYATİVİ ELDE TUTMAK
- GÜÇ TASARRUFU SAĞLAMAK
- PLANLAMADA SADELİK

# Örneğin bir düzine şekerleme kutusu için:

		<i>Endeks</i>	<i>\$</i>
CIF FİYAT		100	29,00
GÜMRÜK VERGİSİ	%20	+20	+5,80
VARIŞ FİYATI		120	34,80
İTHALATÇININ KAR PAYI	%35	+42	+12,18
TOPTANCIYA ULAŞAN FİYAT		162	46,98
TOPTANCININ KAR PAYI	%25	+40	+11,75
PERAKENDECİYE ULAŞAN FİYAT		202	58,73
PERAKENDECİNİN KAR PAYI	%50	+101	+29,36
TÜKETİCİYE ULAŞAN FİYAT		303	88,09

# 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: İtalyan firmalardan ithalat yapan Rus ithalatçılar tablosu



İSTİHBARAT



STRATEJİ

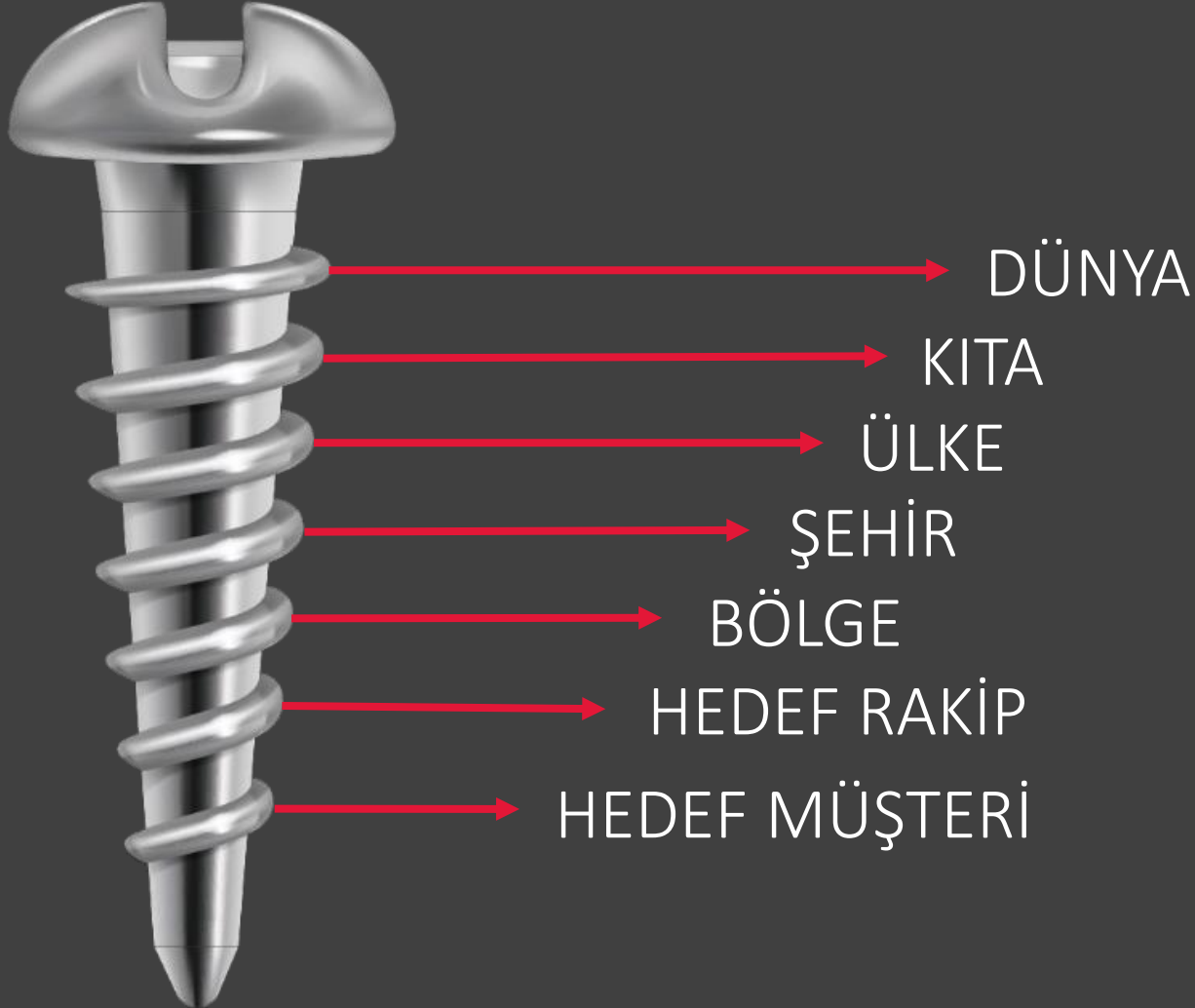
İLETİŞİM

# TİCARİ İSTİHBARAT

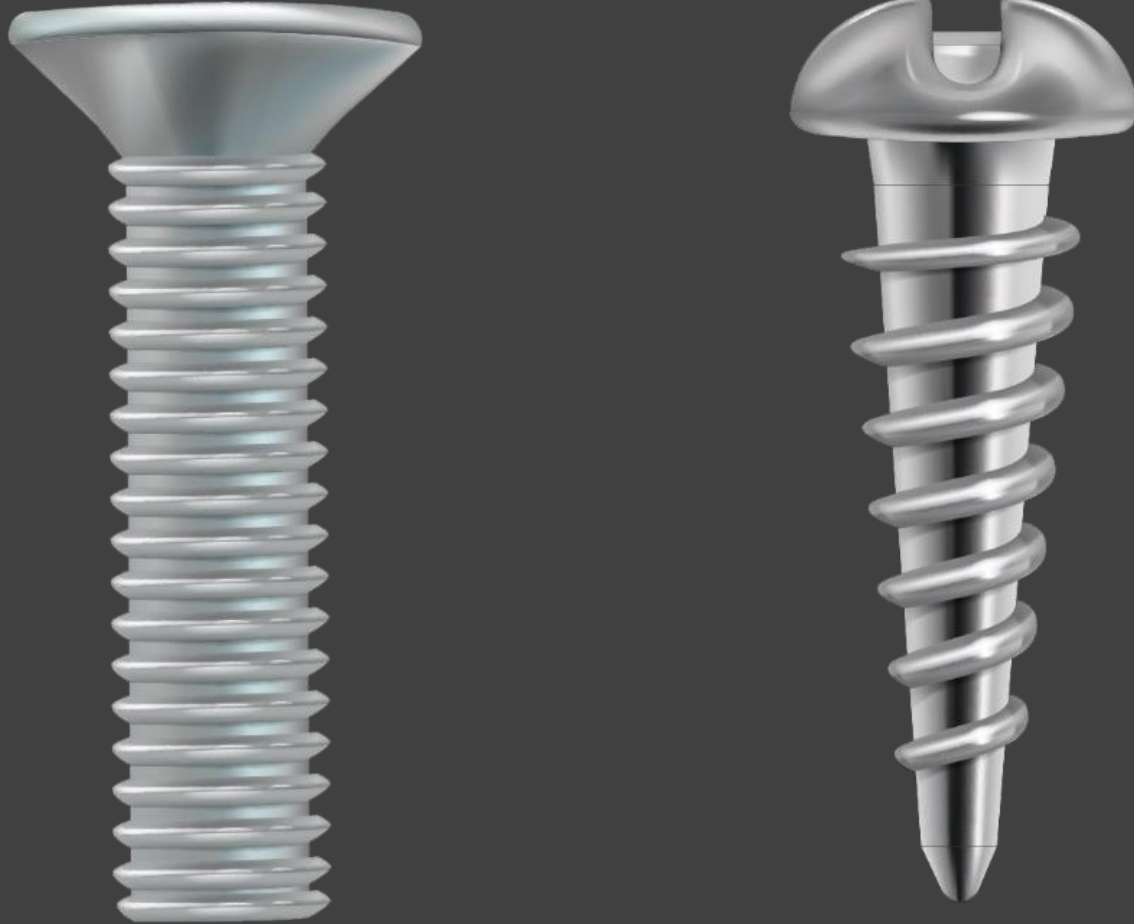


Orkestra şefliği notaları ve müziği, ticari istihbarat ise veriyi ve bilgiyi yorumlama sanatıdır.

# «HEVİM» HELEZONİK VİDA İSTİHBARAT MODELİ

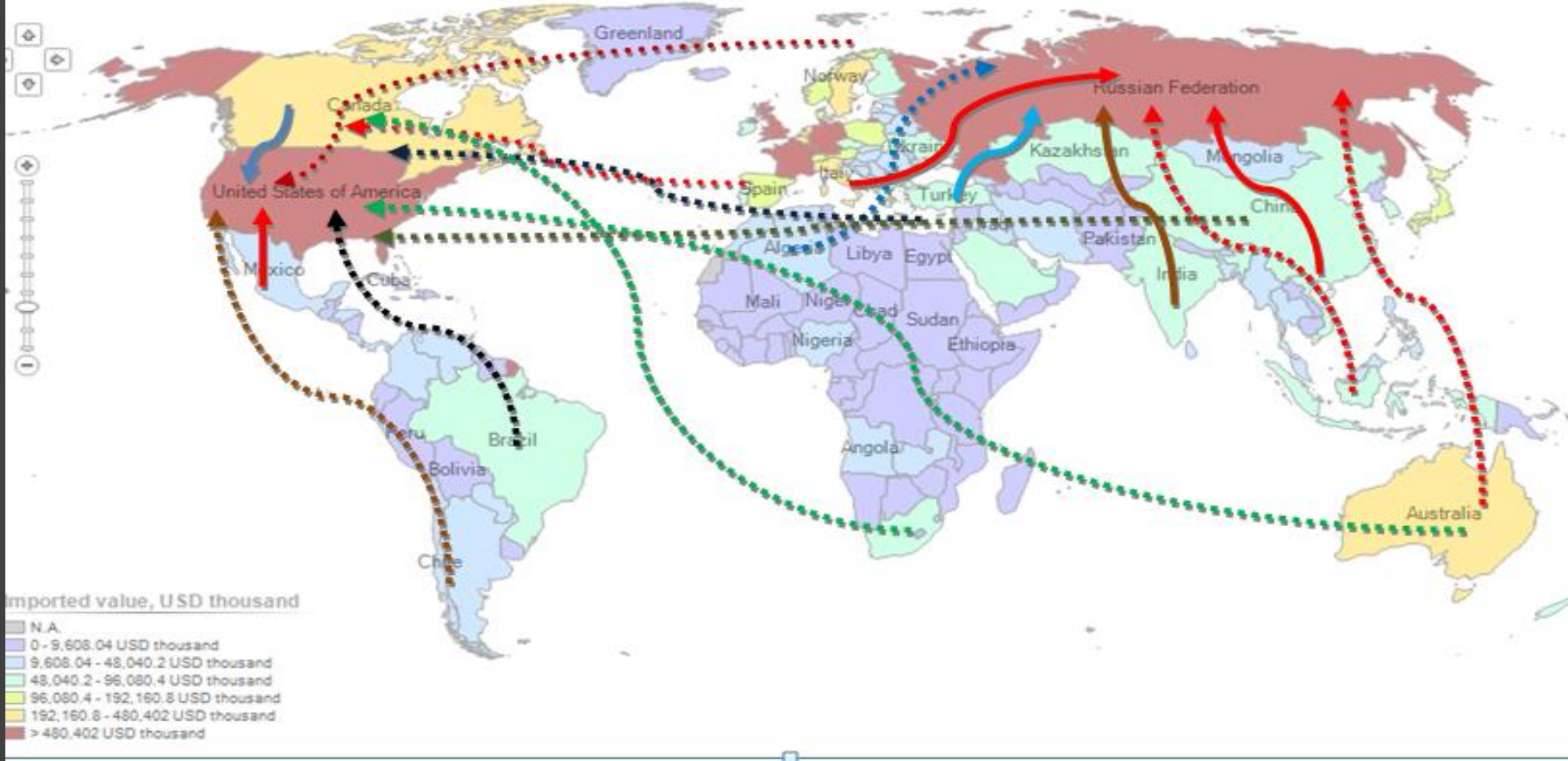


# KÜT VE HELEZONİK VİDA



# TÜM ÜRÜN AKIŞLARI TEK BİR ÜRÜN AKIŞI

Product : 851660 Ovens;cookers,cookg plates,boilg rings,grillers & roasters,elec,nes



REKABETİN AŞILMASI

HİPER REKABETİN İLACI  
TİCARİ İSTİHBARATTIR.

# İNGİLİZ KURU GIDA İTHALATÇISI/TOPTANCISI



# REKABET İSTİHBARATI



ÇÖPTEKİ  
İHRACATÇI FİRMANIN  
AMBALAJI

RAKİBİMİZ  
FİRMA  
KOLOMBİYALI

Web sitesi: Çöpten İstihbarat Yapılması



# AGROFRUT KONŞİMENTOSU

Exporter Company	Contact	State	City	Address
AGROFRUIT S.A.	AROUJO MERTINEZ	BOLIVAR	CARTAGENA CO	VIA MAMONAL KM3 SECTOR ALBORNOZ #25-196

Telephone	Fax	E-mail	Harmonized Code/Product English	City Departure
6685630	6686589	contabilidad@comex	081310 DRIED APRICOT	BOGOTA

Declarant Company	Importer	Importer Address	Total Net weight (kg)
A GENCIA DE ADUANAS GRANANDINA LTDA NVEL 1	CYPPRO FRUIT LDT.	LONDON	2,876 KG

Total Gross Weight ( kg)	Total Fob	Total CIF Value (US\$)
3.210 KG	10.876	11.576

# İTHALAT REDDİ RAPORU

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
Manufacturer Name	C.I. AGROFRUT S.A.
Manufacturer Address line 1	Carretera 54 #75 AB
Manufacturer Address line 2	Sur- 220Municipio La Estrella
Manufacturer's City	Medellin
Manufacturer Province/State	Co-Ant
FDA District	FLA-DO
Entry/doc/line/sfx	900-0052608-8/2/4
FDA Sample Analysis	No
FDA Record of Private Lab Sample Analysis	Yes

Charge(s)	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](#).

FDA Accessibility | Contact FDA | Careers | FDA Basics | FOIA | No Fear Act | Site Map | Transparency | Website Policy

IMPORT REFUSAL  
REPORT  
"PESTICIDES"

IMPORT REFUSAL  
REPORT



İSTİHBARAT



STRATEJİ

İLETİŞİM

# STRATEJİNİN TANIMI

ENDS  
AMAÇLAR

*suitability*  
*uygunluk*

WAYS  
YÖNTEMLER

*acceptability*  
*Kabul edilebilirlik*

*feasibility*  
*fizibilite*

MEANS  
KAYNAKLAR

- FİZİBİL OLMASI: KAYNAKLAR VE YOLLAR İLİŞKİSİ, GREATER MEANS LESSER WAYS
- KABUL EDİLEBİLİRLİK: AMAÇLAR VE KAYNAKLAR İLİŞKİSİ, DAHA BÜYÜK AMA. VE DAHA AZ KAYNAK
- UYGUNLUK: YOLLAR VE AMAÇLAR İLİŞKİSİ İLE AÇIKLANABİLİR

# İHRACAT PAZARLAMASININ ARAÇLARI

## 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)

## DOĞRUDAN 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 MÜŞTERİ

- A. İTHALATÇI (IMPORTER)
- B. ACENTA (AGENT)
- C. BAYİ (DISTRIBUTOR)
- D. TOPTANCI (İTHALATÇIYA DÖNÜŞEBİLİR) (WHOLESALER)
- E. PERAKENDECİ (İTHALATÇIYA DÖNÜŞEBİLİR) (RETAILER)
- F. İMALATÇI (FASON İMALAT) (SUB CONTRACT)
- G. SATIN ALMA KOOPERATİFLERİ (BUYING COOPERATIVES)
- H. DEVLET VE KAMU İHALELERİ (TENDERS)
- I. LİSANS ANLAŞMALARİ (LICENCE AGREEMENT)
- J. ORTAK YATIRIM (JOINT VENTURE)
- K. OFİS VE MAĞAZA AÇMAK

# HEDEF PAZAR TESPİTİ

## HEDEF PAZAR İSTİHBARATI

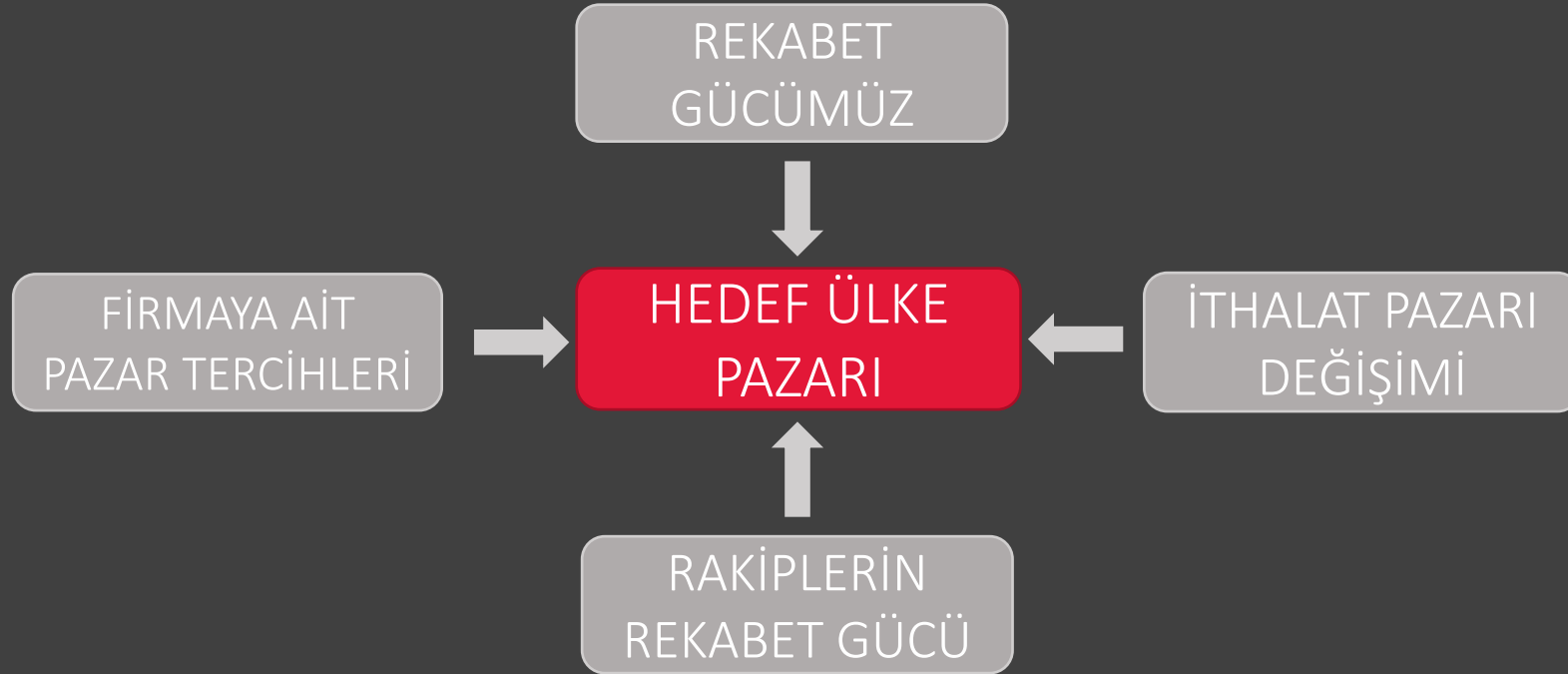
AMAÇ: SÜRDÜRÜLEBİLİR KARLI İHRACAT

- A. BÜYÜYEN PAZARLAR
- B. KARLI PAZARLAR
- C. REKABETÇİ OLABİLECEĞİMİZ PAZARLAR
- D. KOLAY GİRİLEBİLECEK PAZARLAR

# HEDEF PAZAR TESPİTİ

## TEMEL GÜÇLER

### Hedef Pazarı Belirleyen 4 Ana Güç





# HEDEF PAZAR TESPİTİ

## TEMEL GÜÇLER

KENDİ REKABET GÜCÜMÜZ” (Kİ BU ÜLKEMİZİN REKABET GÜCÜYLE DE İLİŞKİ İÇİNDEDİR), “RAKİPLERİN HEDEF PAZARDAKİ REKABET GÜÇLERİ”. “İTHALAT PAZARININ BÜYÜMESİNİN (DEĞİŞMESİNİN) YARATTIĞI ETKİLER”. BUNUN BİZ VE RAKİPLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ. VE BÜTÜN BUNLARI ANALİZ EDEN “FİRMANIN SUBJEKTİF VE ONA ÖZGÜ ANLAYIŞ VE AMAÇ VE YAKLAŞIMLARI” . BUNLAR HEDEF PAZAR SEÇİMİ KONUSUNDAKİ ANA BELİRLEYİCİ GÜÇLER OLARAK TANIMLANDI. BU BASİT ŞEMA HEDEF PAZAR TEORİSİNDEKİ TEMEL YAKLAŞIMIMIZI GÖSTERMEKTEDİR.

# HEDEF PAZAR TESPİTİ

## TEMEL GÜÇLER

- KENDİMİZİ BİLİYORUZ; → Türkiye ihracatı ve değişim, rekabetçi olduğumuz ülkeler
- RAKİPLERİMİZİ BİLİYORUZ; → Dünyada ihracatı büyüyenler
- HEDEF RAKİPLERİMİZİ BİLİYORUZ; → ihracatı düşenler ve rekabet edilebilecekler
- MÜŞTERİLERİMİZİ BİLİYORUZ; → İthalat pazarı büyüyenler ve rekabetçi olduklarımız

# HEDEF PAZAR TESPİTİ UYGULAMASI

- GTİP TESPİTİ
- DÜNYADAKİ BÜYÜYEN PAZARLAR
- RAKİPLER
- BÜYÜME EĞİLİMİ OLAN PAZARLAR

# HEDEF PAZAR MATRİSİ

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA
1		610990 DÜNYA YILLAR İTHALATI							DÜNYA İTHALAT GÖSTERGELERİ													DÜNYA YILLAR İHRACATI					
2	Importers	Imported value in 2014	Imported value in 2015	Imported value in 2016	Imported value in 2017	Imported value in 2018	değişim	oran	Value imported in 2018 (USD thousand)	Trade balance in 2018 (USD thousand)	Quantity imported in 2018	Quantity Unit	Unit value (USD/unit)	Annual growth in value between 2014-2018 (%)	Annual growth in quantity between 2014-2018 (%)	Annual growth in value between 2017-2018 (%)	Share in world imports (%)	Average distance of supplying countries (km)	Concentration of supplying countries (%)	Average tariff (estimated) applied by the country (%)	Ease of doing business ranking	Number of non-tariff requirements applied by the country	Exported value in 2014	Exported value in 2015	Exported value in 2016	Exported value in 2017	Exported value in 2018
102	New Caledonia	1.335	1.182	727	629	815	186	30	814	-814	0	o quanti	0	-1	0	30	0	15.064	0.66	...	0	0	66	41	63	0	0
103	Bhutan	4	17	4	11	71	60	545	71	-71	0	o quanti	0	93	0	539	0	1.759	0.74	29.3	81	0	0	0	3	0	0
104	Micronesia, Federated States of	8	8	23	22	44	22	100	43	-42	0	o quanti	0	56	0	98	0	6.121	0.31	4	160	0	5	0	0	1	1
105	Cook Islands	78	119	78	103	123	20	19	123	-123	0	o quanti	0	8	0	19	0	7.574	0.22	0	0	0	0	3	11	0	0
106	Tonga	225	102	88	78	92	14	18	92	-92	0	o quanti	0	-4	0	18	0	6.904	0.27	15	91	0	3	0	0	0	0
107	Marshall Islands	21	27	2	4	4	0	0	4	-4	0	o quanti	0	-40	0	-5	0	9.861	1	...	150	0	0	1	0	0	0
108	Montserrat	3	4	1			0	#SAYI/0!	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	0	1	5	0	0	0
109	Saint Vincent and the Grenadines	171	295	167	203	7	-196	-97	7	-7	0	Tons	0	-26	0	-82	0	7.052	0.59	18	130	0	4	2	11	0	0
110	Burundi	144	292	2.005	150	81	-69	-46	82	-82	0	o quanti	0	36	0	-22	0	9.364	0.41	23.2	168	0	0	0	1	0	0
111	Burkina Faso	188	241	285	229	224	-5	-2	224	-224	702	Tons	319	3	42	-2	0	7.662	0.28	18.8	151	N/A	2	0	3	0	0
112	Bermuda	1.347	1.366	1.596	2.345	1.951	-394	-17	1.951	-1.951	57	Tons	34.228	14	23	-17	0	2.352	0.9	6.5	0	0	1	0	0	0	0
113	Equatorial Guinea	373	691	872	1.064	365	-699	-66	366	-366	0	o quanti	0	4	21	-65	0	9.482	0.4	29.4	177	0	1	0	0	0	0
114	Italy	458.969	419.181	442.733	459.064	489.000	29.936	7	489.000	-107.340	15.159	Tons	32.258	2	7	7	3.6	2.333	0.12	3.4	51	6	439.696	379.031	400.347	406.504	381.660
115	Angola	10.787	4.224	4.240	4.078	10.277	6.199	152	10.278	-10.274	0	o quanti	0	10	0	-33	0.1	11.459	0.87	10	173	0	0	33	20	3	4
116	Saint Kitts and Nevis	23	27	110	76	253	177	233	254	-253	0	o quanti	0	3	0	2	0	8.834	0.4	22.2	140	0	0	0	0	0	1
117	Faroe Islands	751	672	779	602	773	171	28	773	-772	11	Tons	70.273	-1	-4	28	0	1.615	0.37	...	0	0	0	0	0	0	1
118	Cayman Islands	68	116	339	557	443	-114	-20	442	-441	0	o quanti	0	70	89	-20	0	4.173	0.71	22	0	0	2	2	0	0	1
119	Seychelles	509	890	684	562	120	-442	-79	121	-120	0	o quanti	0	12	0	-28	0	4.750	0.19	0	96	0	0	1	0	0	1
120	Bahamas	3.867	3.296	3.174	1.183	402	-781	-66	403	-399	0	o quanti	0	2	7	-64	0	5.811	0.43	18.7	118	1	31	1	8	2	3
121	Guyana	498	229	312	585	468	-117	-20	468	-467	140	Tons	3.343	8	0	-20	0	12.295	0.5	17.9	134	5	1	2	0	0	1
122	Trinidad and Tobago	2.673	3.084	2.447	2.413	1.352	-1.061	-44	1.353	-1.313	0	o quanti	0	-2	53	-27	0	13.772	0.68	19	105	4	56	53	47	39	40
123	Northern Mariana Islands	1	12	12	51	7	-44	-86	7	-5	0	Tons	0	70	0	-86	0	5.926	0.59	...	0	0	2	0	0	0	2
124	Benin	1.680	1.260	437	257	1.512	1.255	488	1.512	-1.495	0	o quanti	0	-16	30	-38	0	11.528	0.97	18.8	153	0	9	0	15	14	16
125	Liberia				866	1.268	402	46	1.267	-1.265	0	o quanti	0	44	263	-42	0	12.566	0.92	18.8	174	0	0	0	0	0	2
126	Samoa	191	303	209	193	429	236	122	429	-425	0	o quanti	0	12	0	204	0	6.317	0.39	20	90	0	0	1	2	2	4
127	Tanzania, United Republic of	9.634	6.459	6.985	3.721	3.805	84	2	3.805	4.180	2.236	Tons	1.702	-21	0	2	0	8.902	0.74	23.4	144	N/A	6.571	6.591	7.954	7.983	7.985
128	Cameroon	4.271	3.477	2.160	2.045	2.270	225	11	2.271	-2.246	0	o quanti	0	-27	66	-36	0	10.300	0.68	29.4	166	N/A	25	6	1	3	24
129	Christmas Island		4				0	#SAYI/0!	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	#YOK	0	0	0	0	0	3
130	Yemen	44	275	19.367	15.236	13.774	-1.462	-10	13.774	-13.770	0	o quanti	0	-13	47	-7	0.1	7.397	0.95	9.3	187	0	0	0	0	0	4
131	Ireland	64.871	65.776	74.836	71.846	73.661	1.815	3	73.661	-67.876	3.025	Tons	24.351	3	5	3	0.5	4.648	0.16	3.4	23	6	8.420	7.917	12.037	7.140	5.785
132	Solomon Islands	198	190	143	261	116	-145	-56	116	-109	0	o quanti	0	21	178	-30	0	6.554	0.79	9.9	115	0	0	0	0	0	7

# AHE MATRİSİ (Ahmet Hakan Ekici)

Ağırlık Puanı	19,04761905		9,523809524		28,57142857		4,761904762		23,80952381		14,28571429	
Önem Katsayısı	4		2		6		1		5		3	
Önem Sırası	3		5		1		6		2		4	
Değerlendirme Metodu	Dünya Yıllar İthalat Artışına Göre Büyüyen Pazarlar	Puan	Dünya Çeyrek İthalat Artışı Gösteren Pazarlar	Puan	Türkiye'nin Yıllar İhracat Artışına Göre Büyüyen Pazarlar	Puan	Türkiye'nin Çeyrekler İhracat Artışına Göre Büyüyen Pazarlar	Puan	Dünya Yıllar İthalat Artışı ile Türkiye Yıllar İhracat Artışında Büyüme Sağlanan Ülkeler	Puan	Dünya Yıllar İthalatı Azalırken, Türkiye Yıllar İhracatında Büyüme Sağlanan Ülkeler	Puan
50	Japonya	952,38			Fransa	1428,57			Polonya	1190,48	İspanya	714,29
	Polonya	952,38						Fransa	1190,48	libya	714,29	
33,33	Fransa	634,86			İspanya	952,29			İsrail	793,57	Katar	476,14
	İtalya	634,86			İsrail	952,29			Hong Kong Çin	793,57	Karadağ	476,14
	İsrail	634,86			Mısır	952,29			Danimarka	793,57	Estonya	476,14
	Hong Kong Çin	634,86									Özbekistan	476,14
16,67	Danimarka	317,52			Belarus	476,29			Mısır	396,90	Moldova	238,14
	Belçika	317,52			ukrayna	476,29			Vietnam	396,90	Kenya	238,14
	İsviçre	317,52			Finlandiya	476,29			Hindistan	396,90	Kanada	238,14
					Sırbistan	476,29			Kore	396,90		
					Danimarka	476,29						

# HEDEF PAZAR SONUÇ RAPORU

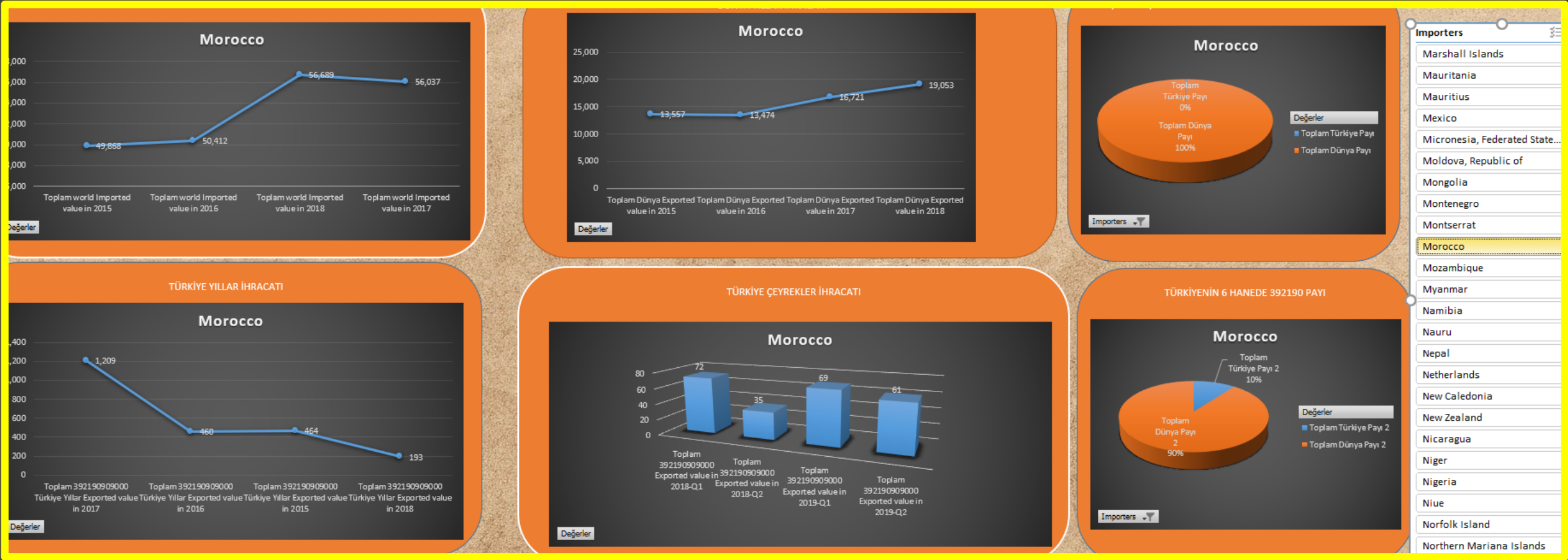
DEĞERLENDİRME METODU - İTHALAT/İHRACAT DURUMU	Önem Sırası
Dünya Yıllar İthalat Artışına Göre Büyüyen Pazarlar	3
Dünya Çeyrek İthalat Artışı Gösteren Pazarlar	5
Türkiyenin Yıllar İhracat Artışına Göre Büyüyen Pazarlar	1
Türkiyenin Çeyrekler İhracat Artışına Göre Büyüyen Pazarlar	6
Dünya Yıllar İthalatı Azalırken, Türkiye Yıllar İhracatında Büyüme Sağlanan Ülkeler	2
Dünya Yıllar İthalat Artışı ile Türkiye Yıllar İhracat Artışında Büyüme Sağlanan Ülkeler	4

## OLASI HEDEF PAZARLAR:



Ülkeler	Ağırlıklı Ortalamalara Göre Hedef Pazar Puanı
Fransa	3.253,90
İsrail	2.380,71
Polonya	2.142,86
İspanya	1.666,57
Danimarka	1.587,38
Hong Kong Çin	1.428,43
Mısır	1.349,19
Japonya	952,38
Libya	714,29

# DASH BOARD UYGULAMASI



# UYGULANAN PROSEDÜRLER

European Commission

## TRADE

### Market Access Database

European Commission > Trade > Market Access database

**Home**

- What's new?
- FTA: Free Trade Agreement
- Export from EU**
- Tariffs and Rules of Origin
- Procedures and Formalities
- Statistics
- Trade Barriers
- SPS: Sanitary and Phytosanitary Issues
- Services for SME
- Import into the EU**
- EU Tariffs
- Other Resources

## 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:

### Brexit

The European Commission has included in its Market Access Database detailed information on rules adopted by UK authorities that would apply on UK imports from the EU in the event of a no-deal Brexit.

How does this help you? / Which information can you get there?

- [Duties & taxes](#) on imports of products into specific countries
- [Procedures & documents](#) required for customs clearance in the partner country
- [Statistics](#) on trade flows in goods between EU and non-EU countries
- [Trade barriers](#) affecting your exports
- [Food safety/animal health/plant health measures](#)
- [Preferential agreements & rules of origin](#)
- [Services for SMEs](#)
- [Country trade information](#)

#### Latest updates

**18-Nis-2019** Bahamas Amendments as regards used goods, contact details and denominations as well as...

**18-Nis-2019** Brunei Focus: the Brunei Darussalam National Single Window (BDNSW), Certificate of Fumigation and...

**18-Nis-2019** United Arab Emirates Focus: veterinary health certificates, Registration for Electronic Customs Procedures,...

Tablo 12. AB Market Access veri tabanı

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



# HAZIR PAZAR ARAŞTIRMALARI

## The 2013-2018 World Outlook for Cooling Towers

\$795.00

7/15/2013 | published by: Icon Group International, Inc.

The 2013-2018 World Outlook for Cooling TowersThis econometric study covers the world outlook for cooling towers across more than 200 countries. For each year reported, estimates are given for the latent demand, or potential industry earnings (P.I.E for the country in question (in millions of U.S. | [read more...](#)

relevance  
**100%**

## The 2013-2018 Outlook for Cooling Towers in Greater China

\$495.00

5/19/2013 | published by: Icon Group International, Inc.

The 2013-2018 Outlook for Cooling Towers in Greater ChinaThis econometric study covers the latent demand outlook for cooling towers across the regions of Greater China, including provinces, autonomous regions (Guangxi, Nei Mongol, Ningxia, Xinjiang, Xizang - Tibet), municipalities (Beijing, | [read more...](#)

relevance  
**95%**

## The 2013 Report on Cooling Towers: World Market Segmentation by City

\$795.00

6/19/2013 | published by: Icon Group International, Inc.

The 2013 Report on Cooling Towers: World Market Segmentation by CityThis report was created for global strategic planners who cannot be content with traditional methods of segmenting world markets. With the advent of a "borderless world", cities become a more important criteria in prioritizing | [read more...](#)

relevance  
**95%**

## CCCT - Athlone Cooling Towers Site Redevelopment - Western Cape - Construction Project Profile

\$75.00

3/4/2013 | published by: World Market Intelligence

SynopsisThe CCCT - Athlone Cooling Towers Site Redevelopment - Western Cape - Construction Project Profile contains information on the scope of the project including project overview and location. The profile also details project ownership and funding, gives a full project description, as well as | [read more...](#)

relevance  
**92%**

## Cooling Towers

\$4,950.00

11/1/2012 | published by: Global Industry Analysts

This report analyzes the worldwide markets for Cooling Towers in US\$ Million by the following End- Use

relevance  
**92%**

# RAKİPLERİN İÇİNDE YER ALDIĞI RAPORLAR

Sort by:

Relevance

Refine your search

## Global and China Machine Tool Industry Report, 2011-2012

\$2,000.00

9/1/2012 | published by: Research in China

...foreign businesses, such as Yamazaki Mazak, **Amada** and Mori Seiki, are accelerating their...finished and put into production in 2012. **Amada**: In December 2011, it set up a general...market strategy. According to the plan, **Amada** is scheduled to build new plant in Qingpu... | [more...](#)

relevance  
28%

## Global Laser Cutting Machine Market 2011-2015

\$1,500.00

5/25/2012 | published by: Infiniti Research Limited

...includes a discussion of the key vendors operating in this market.Key vendors dominating this market space include Trumpf GmbH, **Amada** Machine Tools Co., Ltd., and Bystronic Inc.Key questions answered in this report:What will the market size be in 2015... | [more...](#)

relevance  
27%

[Search inside this report](#)

## Machine Tools

\$4,950.00

9/1/2011 | published by: Global Industry Analysts

...including many key and niche players such as GF AgieCharmilles, Allied Machine & Engineering Corp, **Amada** Group of Companies, **Amada** America Inc., **Amada** Machine Tools America, Inc., **Amada** Co. Ltd, Doosan Infracore Co. Ltd., FANUC Corporation... | [more...](#)

relevance  
25%

## Machine Tools in China

\$5,400.00

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



"Küresel Rekabet İçin..."

**YAMAN KOÇ**

**DANIŞMANLIK**