

İHRACAT PAZAR ARAŞTIRMASI

Fedai UZUN

fedaiuzun@cankaya.edu.tr

DEMİR VEYA ÇELİKTE, BAŞKA YERDE SINIFLANDIRILMAMIŞ YAPILARIN YAPILARI VE PARÇALARI İHRACAT PAZAR ARAŞTIRMASI

GTİP: 730890980018

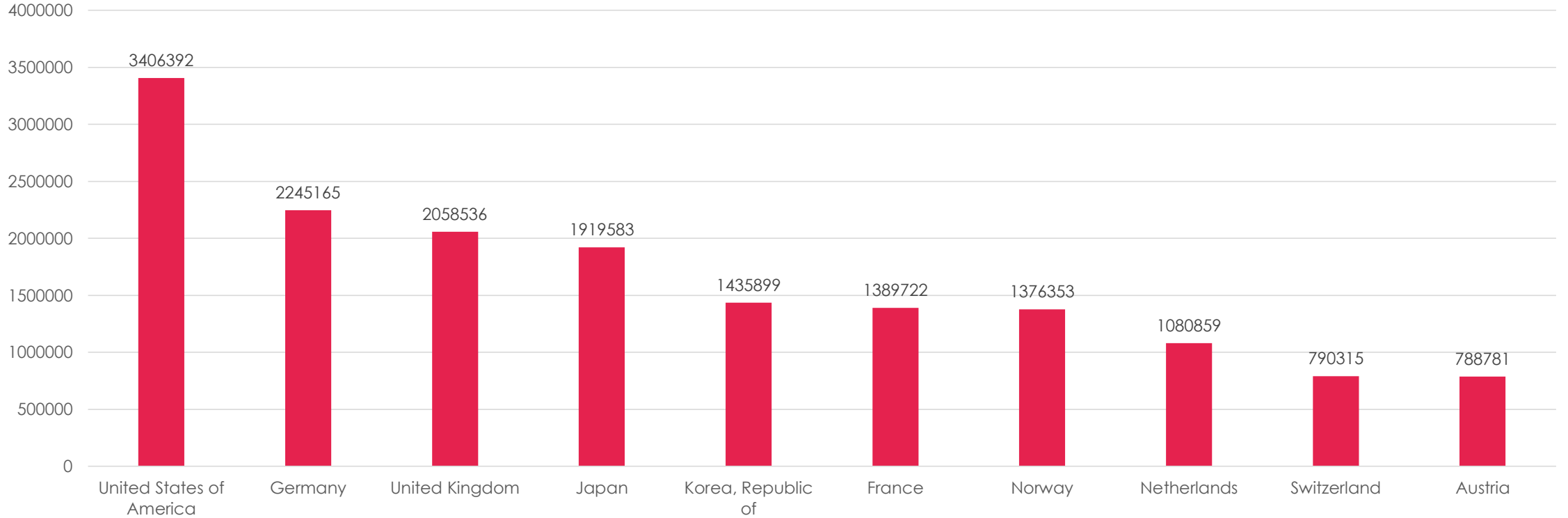


DEMİR VEYA ÇELİKTEN, BAŞKA YERDE SINIFLANDIRILMAMIŞ YAPILARIN YAPILARI VE PARÇALARI İHRACAT PAZAR ARAŞTIRMASI

- Gümrük mevzuatındaki resmi ismi ve GTİP no.su;
- Dikkat! Bu GTİP no, gümrük müşaviri ile çalışırken ve başta gümrük çıkış beyannamesi olmak üzere resmi belgeler doldurulurken büyük önem taşıyacaktır;
- **GTİP:** 730890980018
- **TÜRKÇE:** Demir veya çelikten, başka yerde sınıflandırılmamış yapıların yapıları ve parçaları (köprüler ve köprü bölümleri, kuleler ve kafes direkler, kapılar ve pencereler ve bunların çerçeveleri, kapılar için eşikler, iskele, kepenk, destekleme veya çukur dikme için benzer ekipmanlar hariç)
- **İNGİLİZCE:** Structures and parts of structures, of iron or steel, n.e.s. (excluding bridges and bridge-sections, towers and lattice masts, doors and windows and their frames, thresholds for doors, props and similar equipment for scaffolding, shuttering, propping or pit-propping)
- Bahse konu ürünün geçen yıl (2019) Dünya genelinde **34,7 milyar \$'lık** bir ticareti söz konusu olmuştur.

I. DEĞER BAZINDA (ABD \$ OLARAK) EN ÇOK İTHALAT YAPAN 10 ÜLKE

DEĞER BAZINDA EN ÇOK İTHALAT YAPAN 10 ÜLKE



I. DEĞER BAZINDA (ABD \$ OLARAK) EN ÇOK İTHALAT YAPAN 10 ÜLKE

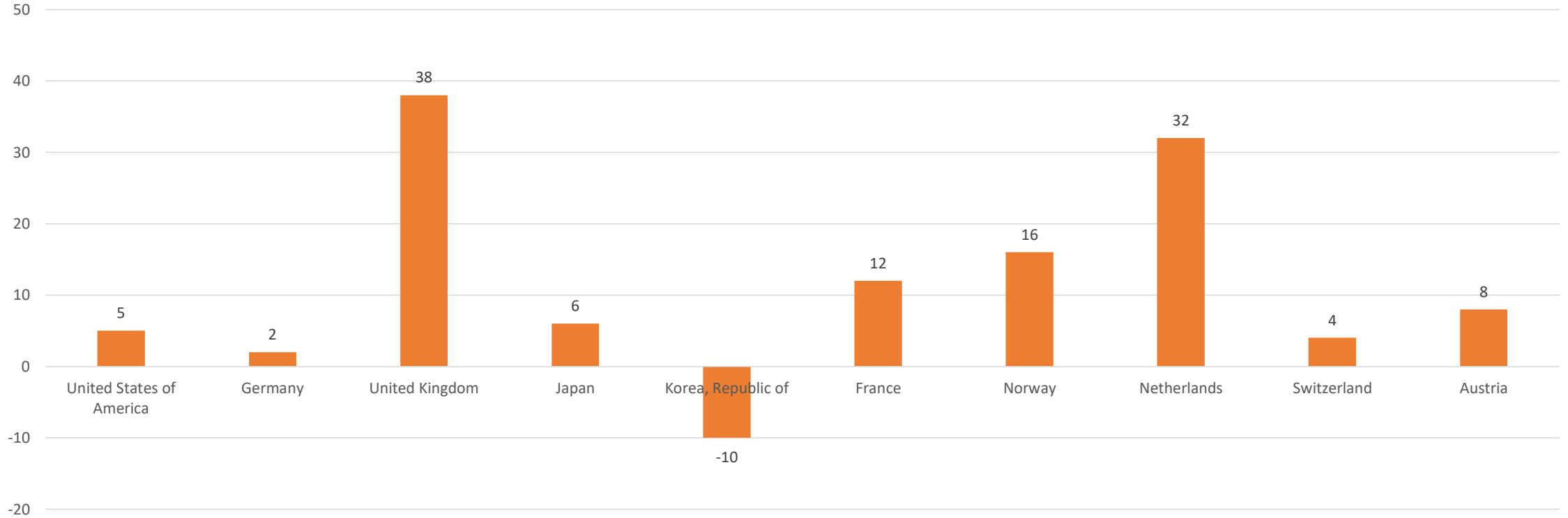
- Yukarıda yer alan Tablo – 1 ‘de görüldüğü üzere, 2019 yılı içerisinde;
- Amerika Birleşik Devletleri 3,4 milyar \$
- Almanya 2,3 milyar \$
- İngiltere 2,1 milyar \$
- Japonya 1,9 milyar \$ ve
- Güney Kore 1,4 milyar \$

düzeyinde ürün ithalatı yapmış bulunmaktadır.

- ✓ **Bu bölümün temel amacı;** ihracata açılmak istenen üründe, öncelikle Dünya genelindeki toplam ticareti saptayıp, değer bazında (ABD Doları olarak) en büyük ithalatçı 10 ülkeyi tespit etmektir.
- ✓ **Ancak bu tespit,** ihracata açılmak isteyen firmanın ihracat stratejisini kurmayacaktır. Bu stratejiyi kurmaya yardımcı olacaktır. Zira değer bazında en büyük ithalatçıları tespit etmek, diğer kriterler de kullanıldığı zaman anlamlı hale gelir ve ancak o zaman bir ihracat stratejisinin kurgulanabilmesi mümkün olur.

II. DEĞER BAZINDA EN ÇOK İTHALAT YAPAN 10 ÜLKENİN % OLARAK GERİYE DOĞRU 4 YILLIK İTHALAT PERFORMANSLARI

DEĞER BAZINDA EN ÇOK İTHALAT YAPAN 10 ÜLKENİN % OLARAK GERİYE DOĞRU 4 YILLIK İTHALAT PERFORMANSLARI



II. DEĞER BAZINDA EN ÇOK İTHALAT YAPAN 10 ÜLKENİN % OLARAK GERİYE DOĞRU 4 YILLIK İTHALAT PERFORMANSLARI

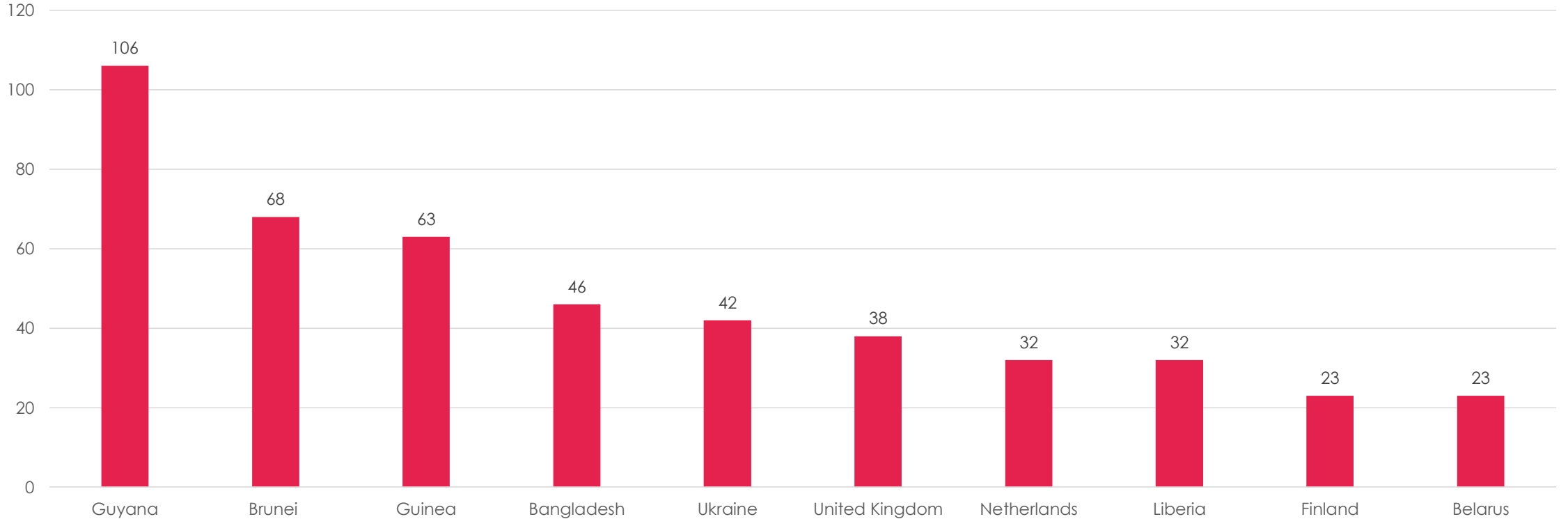
- Bu analiz sonucunda, değer bazındaki 10 ithalatçının yüzde bazında iyi performans sergilemediği görülmektedir.
- **Önemle ifade etmek gerekir ki;** Tablo – 1 ve Tablo – 2 ‘de yer alan bu 10 ülkeden biri olan **Avusturya**’nın ithalat artışı düşük olmasına rağmen ülkemiz ile tesis ettiği bir **Gümrük Birliği** ilişkisi bulunmaktadır ve bu ilişki, gümrük vergilerinin düşük olmasının yanı sıra, ihracat prosedürleri bakımından da büyük avantaj sağlamaktadır.
- Ayrıca, bu ülkenin uzaklık bakımından da Türkiye için avantajları vardır. Bilhassa ülkemizde navlun ücretlerinin görece yüksek olduğu nazara alındığında, bu ülke önem kazanmaktadır.
- Bu bölümün incelenmesinin temel amacı, bir önceki bölümde (I) ele alınan değer bazındaki analizin yanıltıcılığından uzaklaşıp, ihracat stratejisinin daha sağlıklı kurgulanmasını sağlamaktır.

II. DEĞER BAZINDA EN ÇOK İTHALAT YAPAN 10 ÜLKENİN % OLARAK GERİYE DOĞRU 4 YILLIK İTHALAT PERFORMANSLARI

- Tek başına değer bazındaki ithalat pazarları, yanıltıcı olabilir. Çünkü, değer bazında yüksek ithalat yapan bir pazar, geriye doğru 4 yıllık bir analizde ithalatını azaltmış olabilir.
- Nitekim bu örnekte; değer bazında 2,3 Milyar Dolarlık ithalat ile en çok ithalat yapan ülkeler listesinde 2. sırada yer alan **Almanya**, geriye doğru 4 yıllık periyotta ithalatını %2 oranında arttırabilmiştir.
- İşte, ihracat stratejisi kurgulanırken kullanılan iki kriterin birbiri ile olan korelasyonları bu şekilde olacaktır.
- Diğer taraftan, bir de, milli gelirleri düşük olmasına karşın bu çerçevede son dönemde (geriye doğru son 4 yılda, yani bu analiz içinde 2016 – 2019 arasında) ithalatını ciddi biçimde artırmış ‘çevre’ ülkelerin varlığı söz konusudur;

III. DÜNYADA YÜZDE BAZINDA (SON 4 YIL) İTHALATINI EN ÇOK ARTIRMIŞ 10 ÜLKE

DÜNYADA YÜZDE BAZINDA (SON 4 YIL) İTHALATINI EN ÇOK ARTIRMIŞ 10 ÜLKE

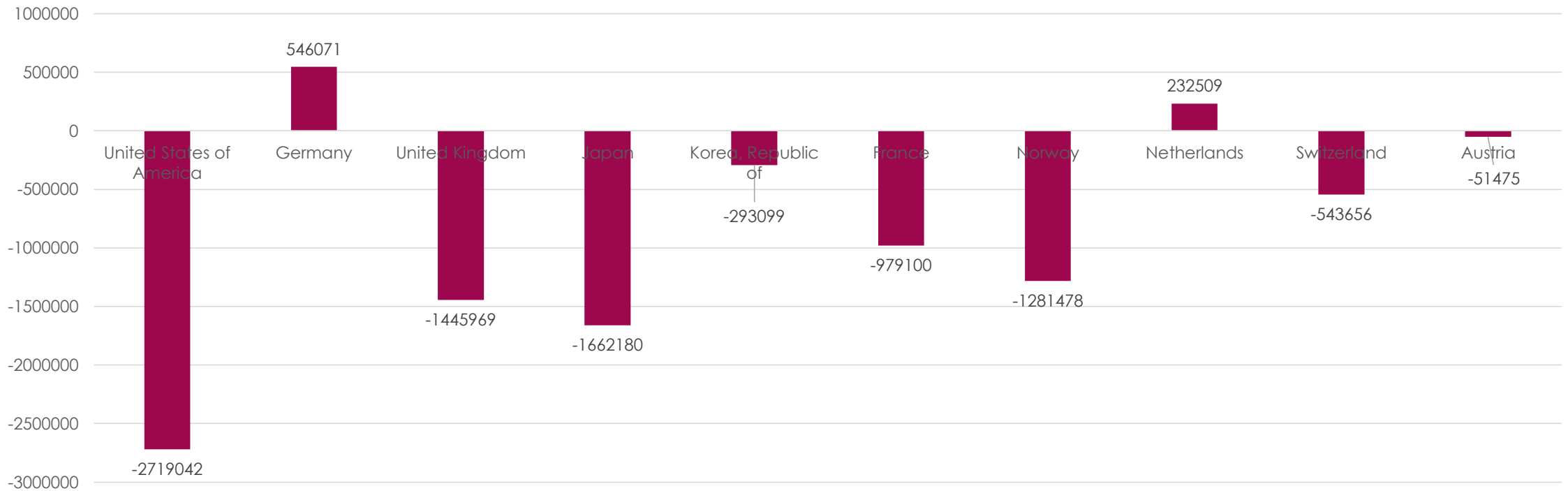


III. DÜNYADA YÜZDE BAZINDA (SON 4 YIL) İTHALATINI EN ÇOK ARTIRMIŞ 10 ÜLKE

- Yukarıdaki tablo çerçevesinde, **‘Çevre’** ülke olarak nitelendirilebilecek ülkelerden 2016 – 2019 yılları arasında;
- Guyana %106 artış ile ilgili üründe en yüksek artış oranını gerçekleştirmiştir. Bu ülkeyi sırasıyla Brunei %68 ve Gine %63 artış oranı ile izlemişlerdir.
- Bu bölümün incelenmesinin temel amacı ise, incelenen üründe küresel olarak en yüksek ithalat performansı gösteren pazarları tespit edip, **diğer kriterler ile çakışıp çakışmadıklarını** test etmektir. **İngiltere %38** ve **Hollanda %32** oranıyla diğer kriterlerle örtüşmektedir.
- Ancak, yukarıdaki diğer çevre ülkeler diğer kriterlerin çoğu ile çakışmadığı ve hatta en büyük 100 ithalatçı arasına bile giremedikleri için hedef ülkeler kategorisinde değerlendirilmeleri zordur.

IV. KENDİ İHTİYACI/TÜKETİMİ İÇİN İTHALAT YAPAN PAZARLAR İLE, TRANSİT TİCARET AMAÇLI İTHALAT YAPAN PAZARLARIN BİRBİRİNDEN AYIRILMASI

KENDİ İHTİYACI/TÜKETİMİ İÇİN İTHALAT YAPAN PAZARLAR İLE, TRANSİT TİCARET AMAÇLI İTHALAT YAPAN PAZARLARIN BİRBİRİNDEN AYIRILMASI

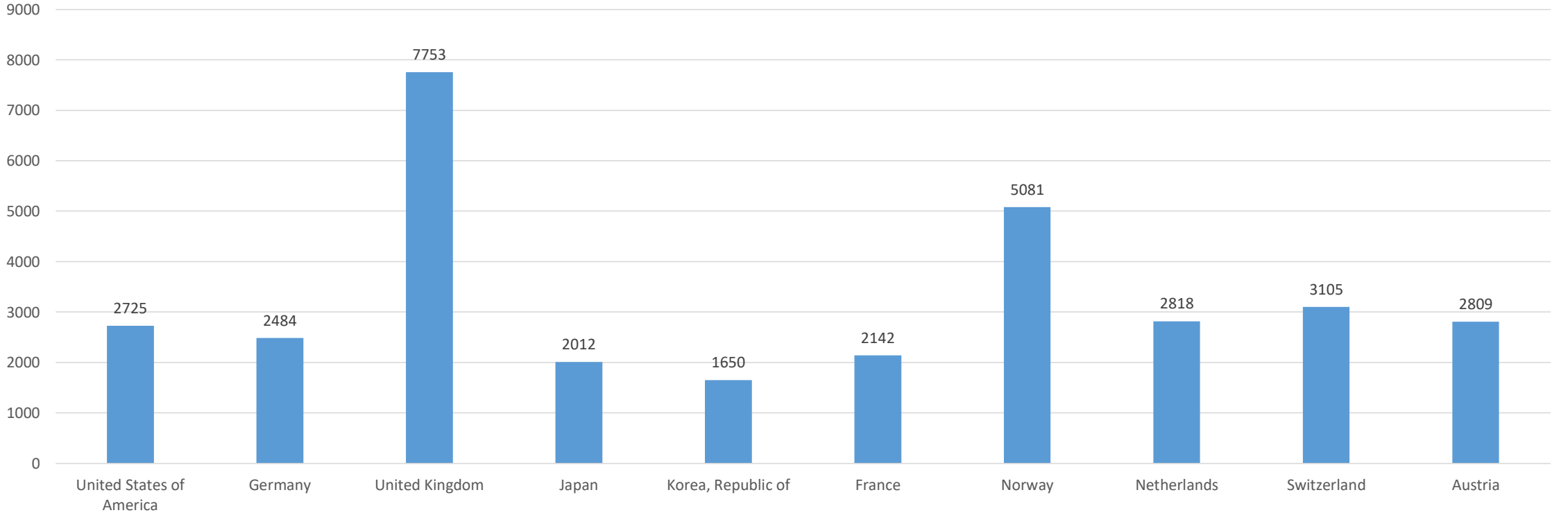


IV. KENDİ İHTİYACI/TÜKETİMİ İÇİN İTHALAT YAPAN PAZARLAR İLE, TRANSİT TİCARET AMAÇLI İTHALAT YAPAN PAZARLARIN BİRBİRİNDEN AYIRILMASI

- Net ithalatçı pazarların tespit edilmesi, şu açıdan önemlidir; üründe bazı ülkeler kendi ihtiyacı için ithalat yapmakta, bazı ülkeler ise ilgili ürünün ticaretini yapmaktadırlar.
- Kendi ihtiyacı için ithalat yapan ülkelerde üretim düşüktür ve talebi karşılamamaktadır.
- Bu ülkeler dışarıya bağımlı ülkeler olup, bu ürünü **sürekli talep etmek durumunda** olan ülkelerdir.
- Bu ülkeler **potansiyel pazarlardır** ve bu pazarlara girmek daha kolaydır.
- Yukarıdaki grafiği incelediğimizde; Yukarıdaki ülkelerden **Almanya ve Hollanda hariç** diğerlerinin kendi ihtiyaçlarına yönelik ithalat yapmaları nedeniyle stratejik hedef pazarlar arasında yer alabileceği söylenebilir.

V. RAKİP VE REKABET ANALİZİ

İTHALAT BİRİM FİYATLARI



V. RAKİP VE REKABET ANALİZİ

- Rakip ve rekabet analizi yine 10 ülke üzerinden yapılmaktadır.
- Bizim analizimizde, hedef ithalat pazarlarının, birbirinden farklı fiyatlardan ithalat yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır.
- Bu fiyatlar raporumuzda; Türkiye'nin ortalama ihracat fiyatları ile karşılaştırılmış olup, ilgili üründe **Güney Kore'nin** ortalama ithal fiyatı Türkiye'nin ortalama ihracat fiyatının **(1691 \$)** altında kaldığı görülmektedir. Bu nedenle **Güney Kore hariç** diğer 9 ülke potansiyel hedef ülkeler arasında yer almaktadırlar.

VI. HEDEF PAZARLARIN TÜRKİYE İLE İKİLİ VE ÇOK TARAFLI İLİŞKİLERİ VE BUNLARIN PAZARA GİRİŞ ANLAMINDA KULLANIM OLANAKLARI

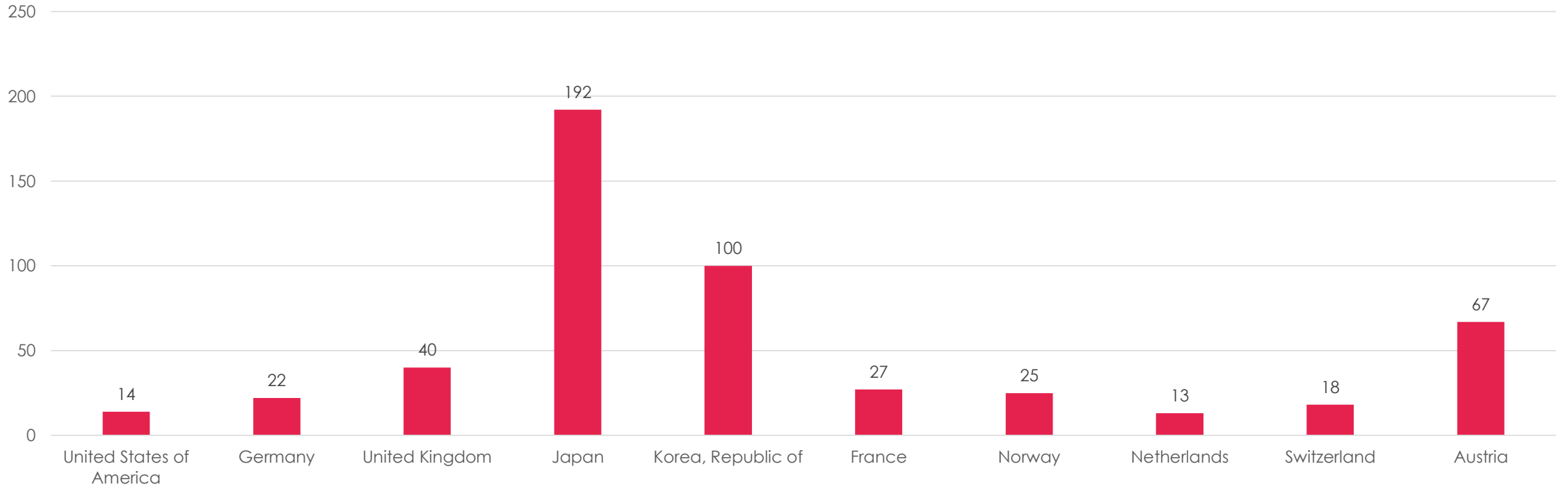
ÜLKELER	STA	GÜMRÜK BİRLİĞİ	TERCİHLİ TİCARET ANLAŞMALARI GSP/GATT
United States of America	-	-	GSP
Germany	-	+	-
United Kingdom	-	+	-
Japan	-	-	GSP
Korea, Republic of	-	-	STA
France	-	+	-
Norway	-	+	EFTA
Netherlands	-	+	-
Switzerland	-	-	EFTA
Austria	-	+	-

VI. HEDEF PAZARLARIN TÜRKİYE İLE İKİLİ VE ÇOK TARAFLI İLİŞKİLERİ VE BUNLARIN PAZARA GİRİŞ ANLAMINDA KULLANIM OLANAKLARI

- Stratejik hedef pazarların tümünün, hedef pazar olarak belirlenme aşamasında ‘aday’ statüsünde olduğu nazara alınırsa, bu aşamaya kadar kullanılan kriterlerden birisinin de, bahse konu pazarların **Türkiye ile ikili ve çok taraflı** anlaşmalarının tespit edilmesi kaçınılmazdır.
- Bu kriter sayesinde, hangi pazarlara ‘düşük gümrük tarifesi ile ihracat yapılabileceği’, hangi pazarlara sıfır gümrük tarifesi ile (ya da gümrük tarifesinden muaf olarak ihracat yapılabileceği) gibi bilgiler, detaylı olarak raporlanacaktır. Örneğin **Almanya, İngiltere, Hollanda ve Avusturya** Türkiye ile Gümrük Birliği anlaşması olduğu için bu ülkelere gümrüksüz ihracat yapma olanağı vardır.

VII. DEĞER BAZINDA YÜKSEK İTHALAT YAPAN 10 ÜLKENİN TÜRKİYE İLE TİCARETİNDE SON 4 YILDA ARTIŞ/AZALIŞ YÜZDELERİ VE ANALİZİ

DEĞER BAZINDA YÜKSEK İTHALAT YAPAN 10 ÜLKENİN TÜRKİYE İLE TİCARETİNDE SON 4 YILDA ARTIŞ/AZALIŞ YÜZDELERİ

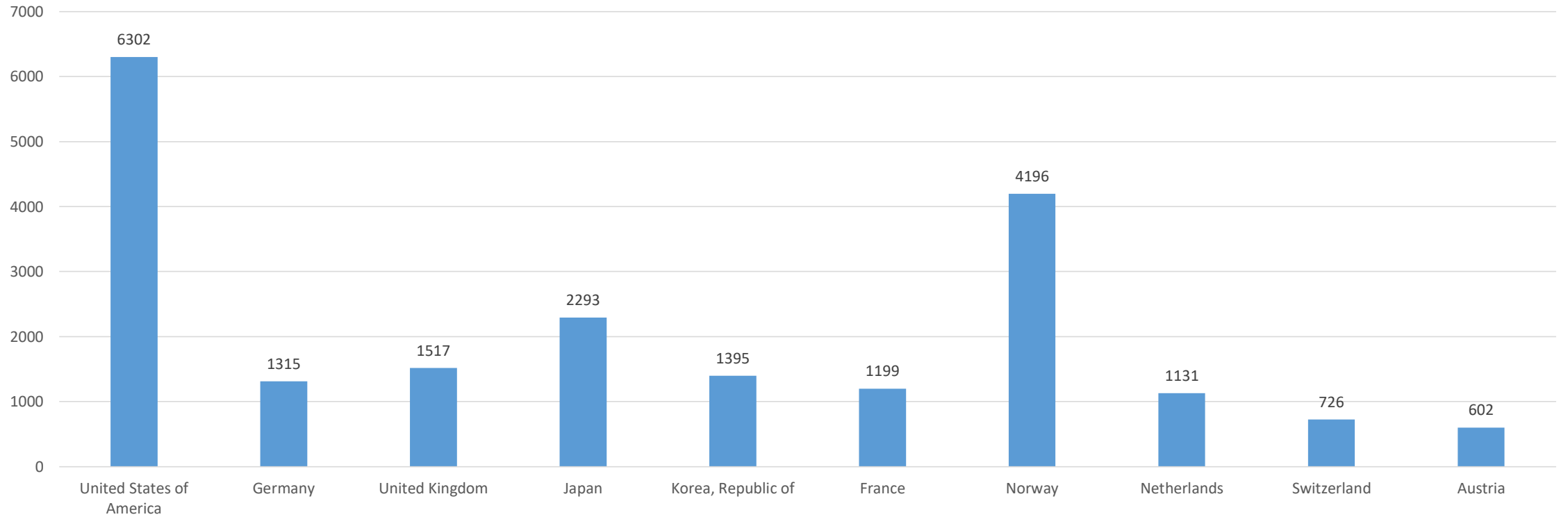


VII. DEĞER BAZINDA YÜKSEK İTHALAT YAPAN 10 ÜLKENİN TÜRKİYE İLE TİCARETİNDE ARTIŞ/AZALIŞ YÜZDELERİ VE ANALİZİ

- Bu bölümde analiz edilmek istenen, 10 ülkenin, bahse konu üründe Türkiye ile geriye doğru 4 yıllık % performanslarını inceleyerek bunu kriter olarak kullanmaktır.
- Türkiye'nin ilgili üründe 2019 yılı dünya ihracatı **795 Milyon Dolardır.**
- Takdir edilir ki, yurt dışındaki bir hedef pazarın **Türkiye ile ticaretinin gidişatı**, bu hedef pazarın sizin için üzerinde çalışılmaya değer olup olmadığını belirlemek bakımından önemli bir kriterdir.
- Türkiye'nin 2019 yılı itibariyle en çok ihracatını arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla **Japonya (%192), Güney Kore (%100) ve Avusturya (%67)**'dir. Bu ülkeler potansiyel hedef pazarlardır.

VIII. TEDARİKÇİ ÜLKELERE UZAKLIK

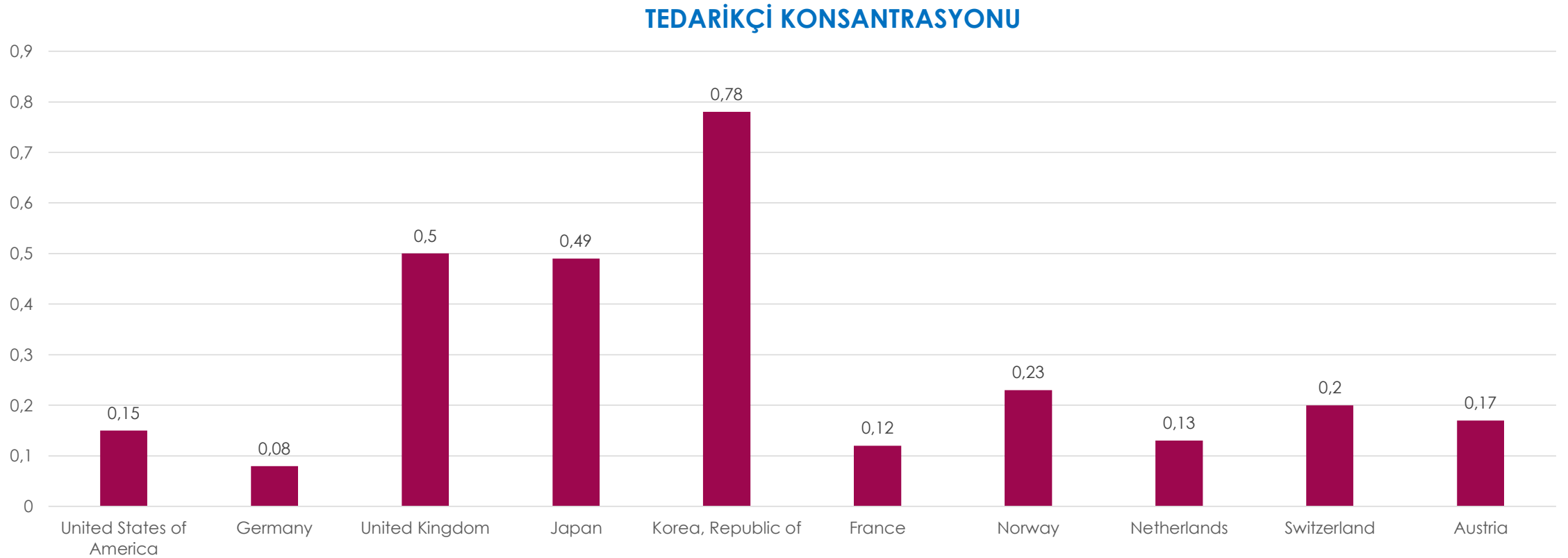
TEDARİKÇİ ÜLKELERE UZAKLIK (KM)



VIII. TEDARİKÇİ ÜLKELERE UZAKLIK

- Bu bölümde, stratejik hedef pazarların tedarikçi ülkelere uzaklıklarını, Türkiye'nin bu ülkelere olan uzaklıkları ile karşılaştırmak suretiyle yeni bir kriter kullanmış oluruz.
- Bu kriterin temel amacı; ihracat fiyatlandırması üzerinde ciddi bir faktör oluşturan **nakliye ve lojistik maliyetleri** çerçevesinde bir analiz yapmanın yanı sıra, stratejik hedef pazarların (yani hedef pazar olarak incelediğimiz ülkelerin) ihracata açılmak istenen ürünü, sadece kendi civarındaki tedarikçilerden mi ithal ettikleri, yoksa daha uzak noktalardan ithalat yapıp yapmadıklarının belirlenebilmesine yöneliktir.
- Örnek verecek olur isek; **Norveç**'in tedarikçi ülkelere olan uzaklığı ortalama **4196 KM**.'dir. Türkiye ile Norveç arası **4103 KM**'dir.
- Bu durumda **Norveç**, sadece kendi civarındaki tedarikçilerden ithalat **yapmamakta** aynı zamanda uzak ülkelere de ithalat yapmaktadır.
- Yani ilgili ülke, Türkiye için stratejik hedef pazar kriterlerine **uyum sağlamaktadır**.
- Bilhassa ülkemizde navlun ücretlerinin görece yüksek olduğu nazara alındığında, bu kriterin kullanımı daha önem kazanmaktadır.

IX. STRATEJİK HEDEF PAZARLARIN TEDARİKÇİ KONSANTRASYONU



IX. STRATEJİK HEDEF PAZARLARIN TEDARİKÇİ KONSANTRASYONU

- Herfindahl Endeksi yardımıyla bulunan konsantrasyon oranı, stratejik hedef pazarların ithalatlarını **az sayıda ülkeden mi yoksa çok sayıda ülkeden mi** yaptıklarını analiz etmekte kullanılır.
- Bu kriter analizinde, stratejik hedef pazar ülkelerin konsantrasyon oranı **1'e yaklaştıkça ithalat pazarlarını homojenize ettikleri** (az sayıda pazardan ithalat yaptıkları), **uzaklaştıkça ise ihracat pazarlarını çeşitlendirdikleri** anlaşılmaktadır. Örneğin, **Almanya** 0,08 oranıyla ilgili üründe ithalatını geniş bir pazardan yaptığı anlaşılmaktadır.
- Bu endeks, çalışmaya **bilimsellik katmakta** ve stratejik hedef pazarların tespitini netleştirmektedir.

X) STARTEJİK HEDEF PAZARLARIN, EKONOMİ BAKANLIĞI TARAFINDAN BELİRLENEN ‘HEDEF’ VE ‘ÖNCELİKLİ ÜLKELER’ LİSTESİNDE YER ALIP ALMADIKLARI

• 2020-2021 Dönemi Hedef Ülkeler (15 Ülke):

Brezilya	Hindistan	Kenya
Amerika Birleşik Devletleri	Irak	Meksika
Çin Halk Cumhuriyeti	Güney Afrika Cumhuriyeti	Malezya
Etiyopya	Japonya	Rusya
Güney Kore	Şili	İngiltere

X) STARTEJİK HEDEF PAZARLARIN, EKONOMİ BAKANLIĞI TARAFINDAN BELİRLENEN ‘HEDEF’ VE ‘ÖNCELİKLİ ÜLKELER’ LİSTESİNDE YER ALIP ALMADIKLARI

• 2020-2021 Dönemi Öncelikli Ülkeler (28 Ülke):

Azerbaycan	Almanya	Gana	Kazakistan	Romanya	Ukrayna	
Bangladeş	Endonezya	Filipinler	İtalya	Pakistan	Vietnam	
Birleşik Emirlikleri	Arap	Demokratik Kongo	Gürcistan	Katar	Polonya	Tanzanya
Çekya	Fildişi Sahili	İran	Mısır	Senegal		
Bulgaristan	Fransa	Kanada	Nijerya	Sırbistan		

X) STARTEJİK HEDEF PAZARLARIN, EKONOMİ BAKANLIĞI TARAFINDAN BELİRLENEN 'HEDEF' VE 'ÖNCELİKLİ ÜLKELER' LİSTESİNDE YER ALIP ALMADIKLARI

- Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenen '**hedef**' ve '**öncelikli ülkeler**' listesinde yer alan ülkelere yapılan ihracatlara teşvikler uygulanmaktadır.
- Hedef ve Öncelikli ülkelere ihracat yapacak firmalara **%20** ek destek uygulanmaktadır.
- Örneğin **İngiltere; 2020-2021 Dönemi Hedef ülkeler listesinde yer aldığı için** bu ülkeye ihracat yapan firmalar daha az maliyetli üretim ve ihracat yapacakları için potansiyel hedef Pazar olarak adlandırılabilir.

XI. STRATEJİK HEDEF PAZARLARIN TESPİT EDİLMESİ

ÜLKELER	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	PUAN (%)
United States of America	+	+	-	+	-	-	+	-	+	+	60
Germany	+	+	-	-	+	+	+	-	+	+	70
United Kingdom	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	80
Japan	+	+	-	-	-	-	+	-	+	+	50
Korea, Republic of	+	-	-	-	-	+	+	-	-	+	40
France	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	80
Norway	+	+	-	-	+	+	+	+	+	-	70
Netherland	+	+	+	-	+	+	+	-	+	-	70
Switzerland	+	+	-	+		+	+	-	+	-	60
Austria	+	+	-	+	+	+	+	-	+	-	70

XI. STRATEJİK HEDEF PAZARLARIN TESPİT EDİLMESİ

- **Not:** **Guyana, Brunei, Guine, Bangladesh** III. No'lu kriterde en yüksek ithalat artış yüzdelerine sahip ilk dört ülke olmalarına rağmen sıralamada alt bölümlerde yer almışlardır.
- Ayrıca bu ülkeler **çok düşük düzeyde** ithalat yaptıkları için sıralamada dikkate alınmamışlardır.
- Bu bölümde, geriye doğru kullanılan (ve gerek tabloda gerekse tablonun altındaki 'Tablo Açıklamaları' kısmında) sayılan ve şimdiye kadar incelemesi yapılan kriterler, bir tablo esasına göre düzenlenerek, yüzde puanlar üzerinden puanlama yapılmaktadır.
- Bu puanlama (Tablo'nun en sağındaki sütunda yüzde olarak gösterilen puanlar) çerçevesinde ilgili ülkenin stratejik hedef pazar olup olmadığı belirlenmektedir.
- Yapılan puanlama sonucunda **İNGİLTERE** en büyük stratejik hedef Pazar olarak karşımıza çıkmaktadır.

VIII. STRATEJİK HEDEF PAZARIN (İNGİLTERE) TALEP ETTİĞİ DÖKÜMANLAR

• A-Genel Belgeler

- [Summary Declaration](#)
- [Customs Import Declaration](#)
- [Declaration of Customs Value](#)
- [Commercial Invoice](#)
- [Pro Forma Invoice](#)
- [Packing List](#)
- [Certificate of Non-Preferential Origin](#)
- [Movement Certificate \(A.TR\)](#)
- [Proof of Preferential Origin](#)
- [Air Waybill](#)
- [Bill of Lading](#)
- [Rail Waybill](#)
- [Waybill](#)
- [Certificate of Insurance](#)

B-Spesifik Belgeler

İngiltere Türkiye'den özel belgeler istememektedir.

IX. HEDEF ÜLKEDEN (İNGİLTERE) İTHALATÇI LİSTELERİ

Broxwood Windows & Doors Ltd	7	0-9	United Kingdom	Carnoustie	http://www.broxwoodwindows.com
Gate Auto	13	20-49	United Kingdom	Nelson	http://www.gateauto.uk
P C Henderson Ltd	6	50-99	United Kingdom	Durham	http://www.pchenderson.com
Gate Auto	13	20-49	United Kingdom	Nelson	http://www.gateauto.uk
Elesa (UK) Ltd	44	10-19	United Kingdom	Lincoln	https://www.elesa.com/en/elesab2bstoreuk
George Roberts	9	50-99	United Kingdom	Bootle	http://www.scaffoldingsales.com
Interflex Hose & Bellows Ltd	43	0-9	United Kingdom	Ludlow	http://www.interflex.co.uk
James Walker Townson	5	20-49	United Kingdom	Stockport	http://www.jameswalker.biz
Stodec Products Ltd	10	0-9	United Kingdom	Milton Keynes	http://www.stodec.com

*Teşekkür
Ederiz..*

