# İHTİYAÇ ANALİZİ RAPORU VE YOL HARİTASI (EK C)

*BÖLÜM I- SEKTÖR ANALİZİ*

Sektör ve bağlantılı alt sektörlerin tanımı ve analizi.

Küresel Arz

* Dünyadaki arzın güncel seviyesi ve gelişiminin değerlendirilmesi.
* Üretici ülkeler ve gelişiminin incelenmesi.
* Sektörde lider ülkelerin/bölgelerin analizi.
* Belli başlı ülkelerin ihracat verisinin incelenmesi.
* Sektörde yer alan uluslararası oyuncuların değerlendirilmesi.

Küresel Talep

* Ürün grubunu en fazla tüketen ülkelerin analizi.
* Ürün grubunun küresel talebindeki değişimin incelenmesi.
* Mevcut müşteri grubunun tercih ettiği ürün/hizmetlerin değerlendirilmesi.

Ulusal Arz

* Ülkedeki arzın durumu ve gelişiminin değerlendirilmesi.
* Ülkede sektörde bulunan ana oyuncuların belirlenmesi ve değerlendirilmesi.
* Ülkede ürün grubunun üretildiği bölgelerin ve yoğunlaşmaların incelenmesi.
* Projenin yürütüldüğü bölge ve ülkede benzer sektörel yoğunlaşmaların bulunduğu bölgeler ile kıyaslamasının yapılması.

Sektör Dinamikleri

* Sektörde yer alan firmaların maliyet yapısı ve karlılık oranının değerlendirilmesi.
* Sektörün yakın zamanda bölgede yaşadığı gelişim.

Sektördeki Trend ve Eğilimler

* Talep eğilimlerinin değerlendirilmesi.
* Arz eğilimlerinin değerlendirilmesi.
* Küresel eğilimler ve yasal düzenlemelere ilişkin gelişmelerin değerlendirilmesi.

# BÖLÜM I- BEKLENEN ÇIKTI: ELMAS ANALİZİ/GZFT ANALİZİ

* **Faktör–Girdi Şartları Analizi**
* **Firma Stratejileri ve Rekabet Analizi**
* **Talep Koşulları Analizi**
* **İlgili ve Destek Sektörler Analizi**

*BÖLÜM II- FİRMA ANALİZİ*

Firmaların mevcut durumu ve yetkinliklerinin analizi.

Dijitalleşme Analizi

Değer Zinciri Analizi

Her bir proje katılımcısı her bir firma için sayısallaştırılmış;

* Şirket altyapısı analizi.
* İnsan kaynakları yönetimi analizi.
* Teknoloji geliştirme analizi.
* Tedarik analizi.
* Giriş lojistiği analizi.
* Üretim süreçleri analizi.
* Çıkış lojistiği analizi.
* Pazarlama ve satış analizi.
* Satış sonrası hizmetler analizi.

Rekabet Analizi

Her bir proje katılımcısı her bir firma için sayısallaştırılmış;

* Pazara giriş engeli analizi.
* Tedarikçilerin pazarlık gücü analizi.
* Müşterilerin pazarlık gücü analizi.
* İkame ürünler analizi.
* Mevcut pazarda rekabetin durumu analizi.

Firma Analizi

* Firma iş tanımı ve stratejisinin analizi.
  + Hedef müşteri grubunun analizi.
  + Hedef müşteri grubunun ihtiyaçlarının değerlendirilmesi.
  + Ürün konumlandırma kararının analizi.
  + Rakip bilgisi ve yapısının analizi.
* Firma yönetim süreçlerinin ve yetkinliklerinin değerlendirilmesi.
  + Planlama, uygulama ve kontrol süreçlerinin analizi.
  + İnsan kaynağı, fiziksel altyapı, bilgi/know how, insan kaynağı ve finansal kaynakların analizi.
* Firma üretim süreçlerinin ve yetkinliklerinin değerlendirilmesi.
  + Üretim kalitesi, verimlilik, maliyet ve esnekliğin değerlendirilmesi.
* Firma pazarlama süreçlerinin ve yetkinliklerinin değerlendirilmesi.
  + Dağıtım kanalı tercihi ve yapısının değerlendirilmesi.
  + Promosyon ve tanıtım çalışmalarının değerlendirilmesi.
  + Fiyatlandırma politikası

# BÖLÜM II- BEKLENEN ÇIKTI: FİRMA TANI ANALİZİ

*BÖLÜM III- PROJE GRUBU ANALİZİ*

Proje grubunun mevcut durumu ve yetkinliklerinin konsolide analizi.

Değer Zinciri Analizi

* Sayısallaştırılmış firma bazlı değer zincirinin konsolide değerlendirilmesi ve yorumlanması.

Rekabet Analizi

* Sayısallaştırılmış firma bazlı rekabet analizinin konsolide değerlendirilmesi ve yorumlanması.

Konsolide Firma Analizi

* Firmaların sayısallaştırılmış fonksiyon bazlı analizlerinin konsolide sonuçlarının analizi ve yorumlanması.
  + Firma iş tanımı ve stratejisinin analizi.
  + Firma yönetim süreçlerinin ve yetkinliklerinin değerlendirilmesi.
  + Firma üretim süreçlerinin ve yetkinliklerinin değerlendirilmesi.
  + Firma pazarlama süreçlerinin ve yetkinliklerinin değerlendirilmesi.
* Konsolide sonuçlardan ortak gelişim alanlarının belirlenmesi.
* Ortak gelişim analarına yönelik eğitim ve danışmanlık önerilerinin sunulması.
* Sunulan eğitim ve danışmanlık programlarının;
  + Hangi ihtiyaca yönelik kurgulandığı,
  + Aktivitenin amacı,
  + Hedef katılımcı grubunun tanımı,
  + Aktivitenin beklenen çıktısının belirlenmesi.

# BÖLÜM III- BEKLENEN ÇIKTI: PROJE GRUBU KONSOLİDE GÖRÜNÜMÜ

*BÖLÜM IV- HEDEF PAZAR ANALİZİ*

Proje grubu için potansiyel hedef pazarların değerlendirilmesi. (Yurt dışı pazarlama faaliyetinin düzenlenmesi planlanan her pazar için hedef pazar analizinin yapılması gerekmektedir.)

Ürün Grubu Trend Analizi

* Proje grubunda yer alan firmaların 6’lı GTİP seviyesinde ürünlerinin tespit edilerek son 5 senelik trendin değerlendirilmesi.
* Proje grubu dinamikleri ve ürün grupları göz önünde bulundurularak potansiyel pazarların belirlenmesi.
* Sektörel gelişmelerin ve beklentilerin belirlenmesi

Rakip Ülke Analizi

* Belirlenen potansiyel ülkeler için rakip analizi.

Temel Değerlendirme Parametrelerinin Analizi

* Hedef pazarla ülkemiz ve diğer ülkeler arasındaki ekonomik anlaşmaların değerlendirilmesi.
* Hedef ülkelerin üye olduğu ticari blokların değerlendirilmesi.
* Ürün için potansiyel ülkenin ortalama ithalat fiyatının değerlendirilmesi.
* Ülkeye coğrafi yakınlık ve nakliye/depolama/dağıtım maliyetlerin analizi.
* Ürün için tarife ve tarife dışı engellerin analizi.

Hedef Pazar Matrisinin Hazırlanması

* Belirlenen potansiyel ülke için rakip ve temel değerlendirme parametrelerinin analizi sonucunda hedef pazar matrisinin hazırlanıp, değerlendirilmesi (EK – C/1)

İhtiyaç Analizi Sonuç Çalıştayı ve Önceliklendirme

* Hazırlanan hedef pazar matrisinin proje grubuna sunumu.
* Proje faydalanıcılarının potansiyel pazarları önceliklendirmesinin sağlanması.

# BÖLÜM IV- BEKLENEN ÇIKTI: ÖNCELİKLENDİRİLMİŞ POTANSİYEL PAZARLARIN BELİRLENMESİ.

*BÖLÜM V- YOL HARİTASININ HAZIRLANMASI*

Proje Hedeflerinin Tanımı

* İhtiyaç analizi sonucunda proje grubunun hedeflerinin tanımlanması.

Eğitim ve Danışmanlık Faaliyetlerinin Tanımı

* Proje grubunun yetkinliklerinin geliştirilmesine yönelik eğitim ve danışmanlık programlarının önceliklendirilmesi ve tanımlanması.

Tanıtım Faaliyetlerinin Tanımı

* Proje grubunun ürünlerine ve faaliyetlerine yönelik yapılacak tanıtımların önceliklendirilmesi ve tanımlanması.

İstihdam Faaliyetlerinin Tanımı

* Proje süresince proje faaliyetlerini yürütmekle görevlendirilecek personelin görev tanımı

Sanal Yurt Dışı Pazarlama Faaliyetlerinin Tanımı

* Sanal yurt dışı pazarlama faaliyetlerinin planlanması, önceliklendirilmesi ve tanımlanması.

Yurt Dışı Pazarlama Faaliyetlerinin Tanımı

* Yurt dışı pazarlama faaliyetlerinin planlanması, önceliklendirilmesi ve tanımlanması. Alım Heyeti Programlarının Tanımı
* Alım heyeti programlarının planlanması, önceliklendirilmesi ve tanımlanması.

**BÖLÜM V- BEKLENEN ÇIKTI: SONUÇ ODAKLI, BÜTÜNCÜL İŞ PLANI VE ZAMAN ÇİZELGESİ**