

İHTİYAÇ ANALİZİ RAPORU VE YOL HARİTASI

(EK VII)

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 ve liderliklerinin nedenlerinin irdelenmesi.
- Belli başlı ülkelerin ihracat verisinin incelenmesi.
- Sektörde yer alan uluslararası oyuncuların değerlendirilmesi.

Küresel Talep

- Ürün gurubunu en fazla tüketen ülkelerin analizi.
- Ürün gurubunun küresel talebindeki değişimin incelenmesi.
- Mevcut müşteri gurubunun tercih ettiği ürün/hizmetlerin değerlendirilmesi.

Ulusal Arz

- Ülkedeki arzın durumu ve gelişiminin değerlendirilmesi.
- Ülkede sektörde bulunan ana oyuncuların belirlenmesi ve değerlendirilmesi.
- Ülkede ürün gurubunun 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

- **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.

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 gurubunun analizi.
 - Hedef müşteri gurubunun 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 kalitesinin değerlendirilmesi.
 - Üretimde terminin değerlendirilmesi.
 - Üretimde esneklik ve tasarımın değerlendirilmesi.
 - Üretim maliyetlerinin değerlendirilmesi.
- Firma pazarlama süreçlerinin ve yetkinliklerinin değerlendirilmesi.
 - Pazarlamada iletişimin değerlendirilmesi.
 - Dağıtım kanalı tercihi ve yapısının değerlendirilmesi.
 - Promosyon ve tanıtım çalışmalarının değerlendirilmesi.

BÖLÜM II- BEKLENEN ÇIKTI: FİRMA TANI ANALİZİ

BÖLÜM III- PROJE GURUBU ANALİZİ

Proje gurubunun 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 gurubunun tanımı,
 - Aktivitenin beklenen çıktısının belirlenmesi.

BÖLÜM III- BEKLENEN ÇIKTI: PROJE GURUBU KONSOLİDE GÖRÜNÜMÜ

BÖLÜM IV- HEDEF PAZAR ANALİZİ

Proje gurubu için potansiyel hedef pazarların değerlendirilmesi.

Ürün Gurubu Trend Analizi

- Proje gurubunda yer alan firmaların 6'lı GTİP seviyesinde ürünlerinin tespit edilerek son 5 senelik trendin değerlendirilmesi.
- Proje gurubu dinamikleri ve ürün grupları göz önünde bulundurularak 5 potansiyel pazarın belirlenmesi.

Rakip Ülke Analizi

- Belirlenen 5 potansiyel ülke 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 lojistik maliyetlerin analizi.
- Ürün için tarife ve tarife dışı engellerin analizi.
- Ürün için gereken standartlar, sertifikalar, testlerin analizi.

Hedef Pazar Matrisinin Hazırlanması

- Belirlenen 5 potansiyel ülke için rakip ve temel değerlendirme parametrelerinin analizi sonucunda hedef pazar matrisinin hazırlanıp, değerlendirilmesi.

Doğrulama Çalışmayı ve Önceliklendirme

- Hazırlanan hedef pazar matrisinin proje gurubuna 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 gurubunun hedeflerinin tanımlanması.

Teknik Destek Programları

- Proje gurubunun yetkinliklerinin geliştirilmesine yönelik eğitim ve danışmanlık programlarının 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