



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI

İHRACAT DESTEK OFİSLERİ EĞİTİM PROGRAMI YERİNDE PAZAR ARAŞTIRMALARI (YPA)

Dış Temsilcilikler ve Uluslararası Etkinlikler Genel Müdürlüğü
Dış Pazar Analizleri ve Proje Geliştirme Dairesi

Tuğrul SOMUNCUOĞLU

16 Mart 2021

Sunum Planı

Pazar Araştırması

- Yerinde Pazar Araştırmaları (YPA)
- Pazar Bilgisi Kaynakları

Örnek YPA Çalışması

- Meksika Kozmetik Sektörü

Pazar Araştırması

Dış Pazar Analizleri ve Proje Geliştirme Dairesi

- (Yerinde) Pazar Araştırmaları (YPA) yapmak
- Araştırma bulgularını raporlaştırmak
- YPA raporlarını sektör ile paylaşmak
- Bulgular doğrultusunda sektör özel projeler geliştirmek

Amaç:

- Yeni ihraç pazarları edinmek ve mevcut pazarlardaki payımızı artırmak suretiyle ihracatın artırılması
- Yerli firmalarımız için dış pazarlara ilişkin pazara giriş rehberleri hazırlamak

Pazar Araştırması

□ **Yerinde Pazar Araştırması (YPA)**, ilgili pazarın yapısı, öne çıkan ürün grupları, ilgili ülkenin ülkemiz ve dünya ile olan ticareti, tarife ve tarife dışı düzenlemeleri, ilgili pazarın güncel eğilimleri vb. hususlarda firmalarımıza bilgi vererek pazara girişi kolaylaştırmayı amaçlayan çalışmalarır. YPA'lar 2019 yılı Eylül ayından itibaren Dış Pazar Analizleri ve Proje Geliştirme Dairesi tarafından gerçekleştirilmektedir.

Pazar Araştırması

YPA Programının belirlenmesi

- Bakanlığımız İhracat Ana Planı - hedef ülke ve sektörler
- RCA, RXA ve ES endeksleri, dış ticaret rakamları ve ön kaynak taramaları çerçevesinde öne çıkan ülke – sektör eşleşmeleri
- Bakanlığımız ilgili birimleri ve Dış Temsilciliklerimizin görüşü
- TİM, DEİK ve TOBB gibi sektör temsilcilerinin görüşleri

Pazar Araştırması

YPA'nın yöntemi

- Uluslararası veri tabanları ve ülkelerin ilgili sektör kuruluşlarının web siteleri vb. kaynak taraması yapılması
- İlgili pazarda ilgili sektör için önemli kamu kurumları, sektör çatı kuruluşları ve sektör temsilcilerinin belirlenmesi ve toplantılar yapılması
- İlgili pazarda ilgili sektöre yönelik önemli bir ticari etkinlikle eş zamanlı olarak ve iş adamları ile mülakatlar gerçekleştirilmesi
- Pazar araştırmasının her aşamasında Dış Temsilciliğimiz ile yakın işbirliği
- İhracatçılarımız ile görüşmeler

Pazar Bilgisi Kaynakları

Pazar Araştırmasının ana unsurları

- Araştırma konusu ülkenin sosyo-ekonomik durumu
- Araştırma konusu ürüne ilişkin pazar bilgisi (üretim tüketim, dış ticaret, ürün grubu, fiyat, gelecek dönem beklentileri vb.)
- Tüketici tercihleri, rakip analizi, güncel eğilimler
- Dağıtım kanalları, nakliye, ödeme şekilleri
- Tarife ve tarife dışı düzenlemeler
- Pazara girişte öne çıkan diğer unsurlar

Pazar Bilgisi Kaynakları

Bilgi Kaynakları

- İlgili ülkenin o sektöre ilişkin yerel kaynakları
- Uluslararası veri tabanları
- ITC Trademap, Statista, Dünya Bankası, Euromonitor International, UNCTAD, UN Comtrade, EMIS vb.



ÖRNEK YPA

MEKSİKA KOZMETİK SEKTÖRÜ YERİNDE PAZAR ARAŞTIRMASI





İÇERİK

- Meksika'ya İlişkin Genel Bilgiler
- Neden Meksika
- YPA'nın Yöntemi
- Meksika Kozmetik Pazarı
- Pazara Giriş
- Pazara Dair Tespit ve Sonuçlar



MEKSİKA'YA İLİŞKİN GENEL BİLGİLER

Nüfus	126.190.788 (2018) %51,1 kadın 15-24 yaş: %17 25-54 yaş: %41,1 55-64 yaş: %8,3
Yüzölçümü	1.964.375 km ²
Başkent	Meksiko
GSYİH (cari)	1,22 trilyon ABD \$ (2018)
Kişi başına Milli Gelir (cari)	9.698 ABD \$ (2018)
Büyüme Hızı	%1,99 (2018)
Enflasyon Oranı	%4,9 (TÜFE) (2018)
Mal İhracatı (değer)	450,5 milyar ABD \$ (2018)
Mal İhracatı (ülke)	ABD, Kanada, Çin, Almanya, Brezilya
Mal İthalatı (değer)	464,3 milyar ABD \$ (2018)
Mal İthalatı (ülke)	ABD, Çin, Japonya, Almanya, Güney Kore
Önemli Limanlar	Manzanillo, Lazaro Cardenas, Veracruz, Altamira, Coatzacoalcos
Önemli Gümrüklü Havalimanları	Meksiko Şehri Uluslararası Havalimanı (MEX), Guadalajara Uluslararası Havalimanı (GDL), Monterrey Uluslararası Havalimanı (MTY), Queretaro Kıtalararası Havalimanı (QRO), Toluca Uluslararası Havalimanı (TLC)
İş İçin Kullanılan Diller	İspanyolca, İngilizce
Para Birimi ve Kur	Meksika Pesosu - 1 USD = 19,25 MXN (2019)



NEDEN MEKSİKA?

- İhracat Ana Planı – hedef ülke
- 1,2 milyar ABD \$ GSYH ile dünyanın 15., Latin Amerika bölgesinin 2. büyük ekonomisi,
- Latin Amerika'nın en büyük 2., dünyanın en büyük 12. kozmetik ürünleri pazarı,
- 2018 yılında gerçekleştirdiği 3,3 milyar ABD \$ tutarındaki kozmetik ürünleri ithalatı ile dünyanın en büyük 16. kozmetik ithalatçısı
- Artan nüfus, ekonomik büyüme sonucunda değişen tüketici tercihleri, şehirleşmenin artması, daha çok kadının iş gücüne katılması





YÖNTEM

- Araştırma kapsamında «Güzellik ve Kişisel Bakım Ürünleri»ne ait GTİP numaralarında (33.01-33.07 ve 34.01) yer alan ürünler incelenmiştir.

Tablo. Kozmetik Ürünleri Sınıflandırması (GTİP)

GTİP	ÜRÜN GRUBU
33.01	Uçucu yağlar
33.02	Sanayide hammadde olarak kullanılan koku veren maddelerin karışımları
33.03	Parfümler ve tuvalet suları
33.04	Güzellik, makyaj ve cilt bakım müstahzarları
33.05	Saç müstahzarları
33.06	Ağız / diş sağlığını korumaya mahsus müstahzarlar
33.07	Tıraş müstahzarları, vücut deodorantları, tuvalet müstahzarları
34.01	Sabunlar ve yüzey aktif organik maddeler



YÖNTEM

- Araştırma, Meksika'nın en önemli şehri konumunda olan ve ekonomik faaliyetlerin yoğunlaştığı başkent **Meksiko'da** gerçekleştirilmiştir.
- Meksika kozmetik sektörü için önemli kamu kurumları, sektör çatı kuruluşları ve sektör temsilcileri ile toplantılar gerçekleştirilmiş; eş zamanlı olarak "Expo Beauty Show" fuarı ziyaret edilmiş ve birçok firma ile mülakatlar yapılmıştır.
- Gerçekleştirilen toplantı ve mülakatlarda pazarın genel yapısı, kozmetik ürünlerine ilişkin düzenlemeler ve Türk kozmetik firmaları için imkan, fırsat ve zorlukları saptamaya dönük görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

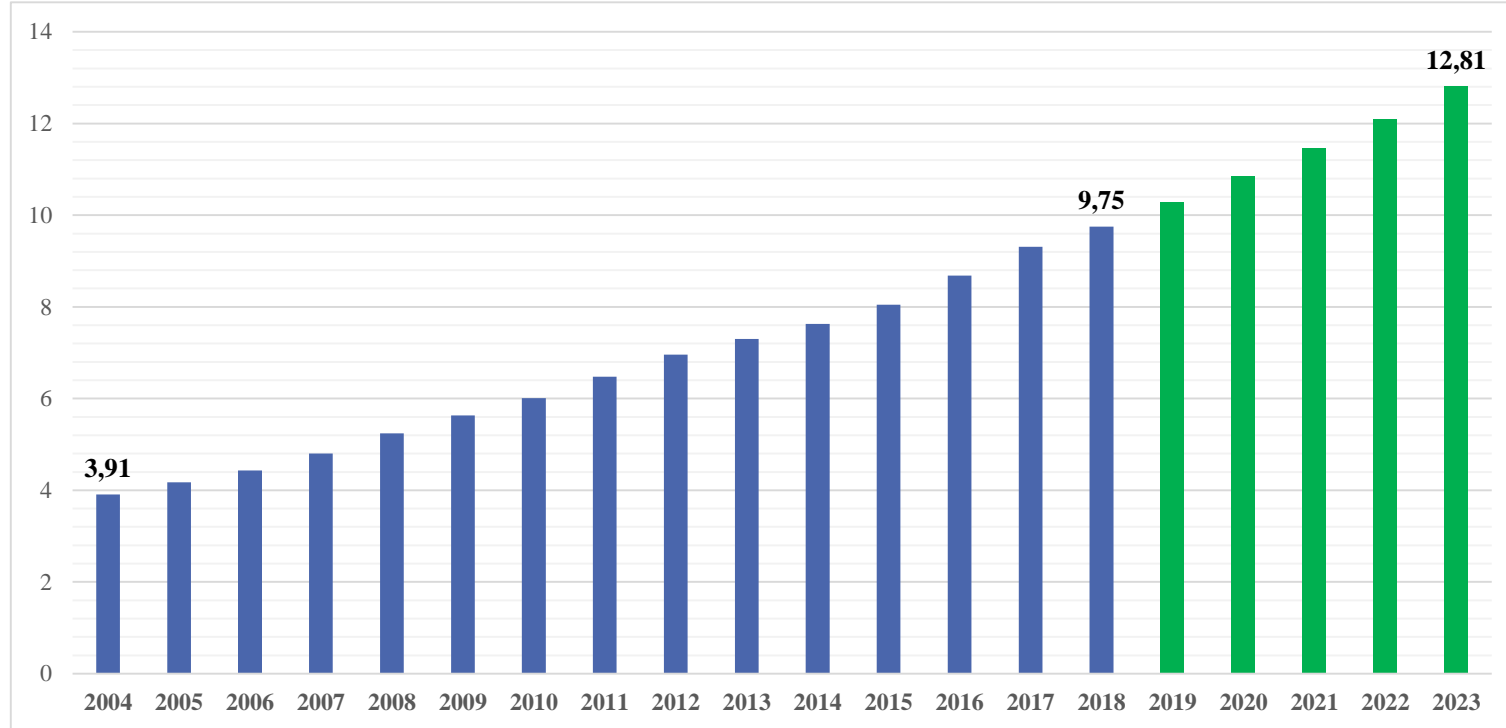


MEKSİKA KOZMETİK PAZARI

Kozmetik Ürünleri Pazarı

- ❑ Latin Amerika Bölgesinin en büyük 2. ve dünyanın en büyük 12. kozmetik ürünleri pazarı
- ❑ Son 15 yıllık dönemde yıllık ortalama %6,7'lik büyüme
- ❑ 2019-2023 dönemi için yıllık ortalama %5,6 büyüme beklentisi

Tablo. Meksika Kozmetik Ürünleri Pazarı (milyar ABD \$)

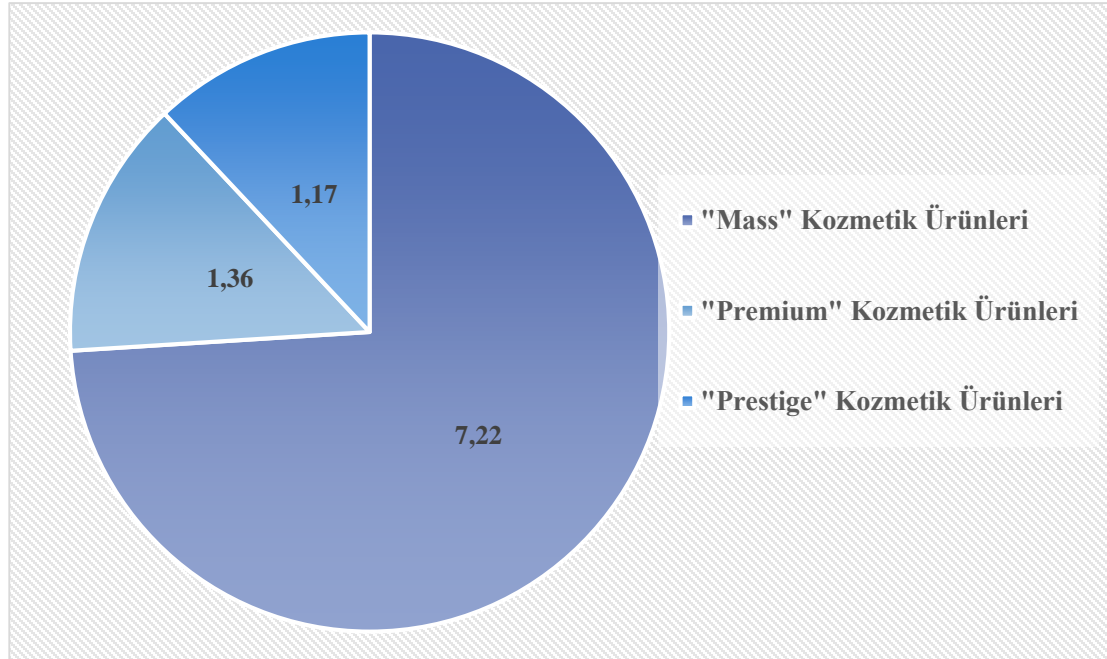


MEKSİKA KOZMETİK PAZARI

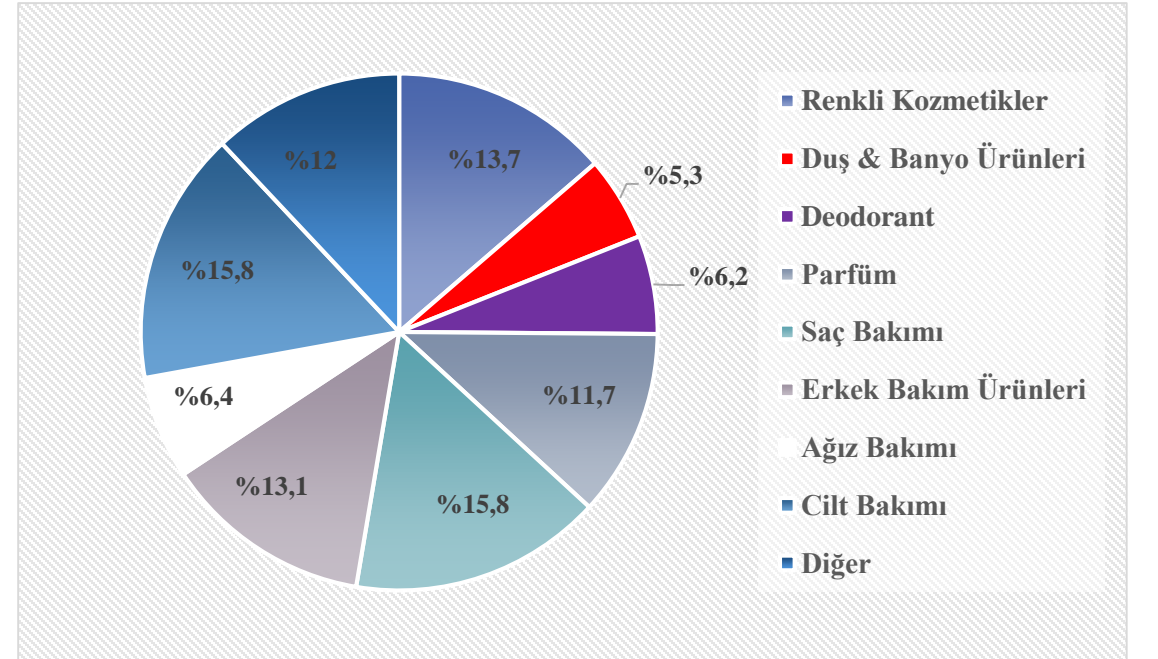
Kozmetik Ürünleri Pazarı

- ❑ «Mass» kozmetik ürünleri pazara hakim
- ❑ Renkli kozmetikler ile cilt bakımı ürünleri en büyük pazar payına sahip ürünler

Tablo. Alt Sektör Gruplarına Göre Meksika Kozmetik Ürünleri Pazarı (milyar ABD \$)



Tablo. Meksika Kozmetik Ürünleri Pazarının Ürün Çeşitlerine Göre Dağılımı (%)



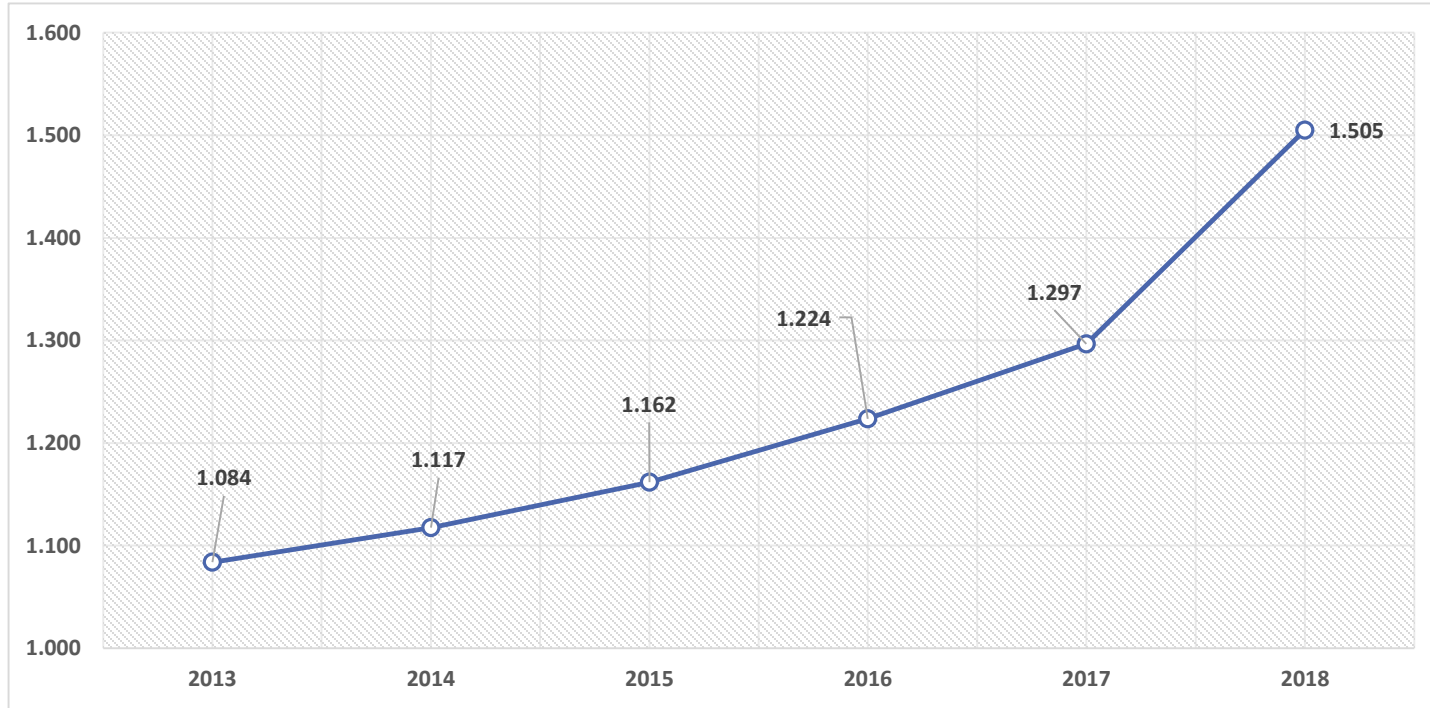


MEKSİKA KOZMETİK PAZARI

Kozmetik Tüketim Alışkanlıkları

☐ Son 5 yılda yaklaşık %40 artış ile 2018 yılında 1.505 MXN (yaklaşık 78 ABD \$)

Tablo. Meksika'da Yıllara Göre Kişi Başına Kozmetik Ürünleri Harcaması (MXN)





MEKSİKA KOZMETİK PAZARI

Kozmetik Tüketim Alışkanlıkları

- 2018 yılında gerçekleştirilen kişi başına kozmetik ürünleri harcamasının %19'u cilt bakım ürünlerine, %19'u saç bakımı ürünlerine, %16'sı makyaj malzemelerine ve yaklaşık %13'ü ise parfümeri ürünlerine yapılmıştır.
- 2013-2018 döneminde kişi başına kozmetik ürünleri harcamasından aldığı payı en çok artıran ürün grubu makyaj malzemeleridir. (2013'de %12, 2018'de %16)

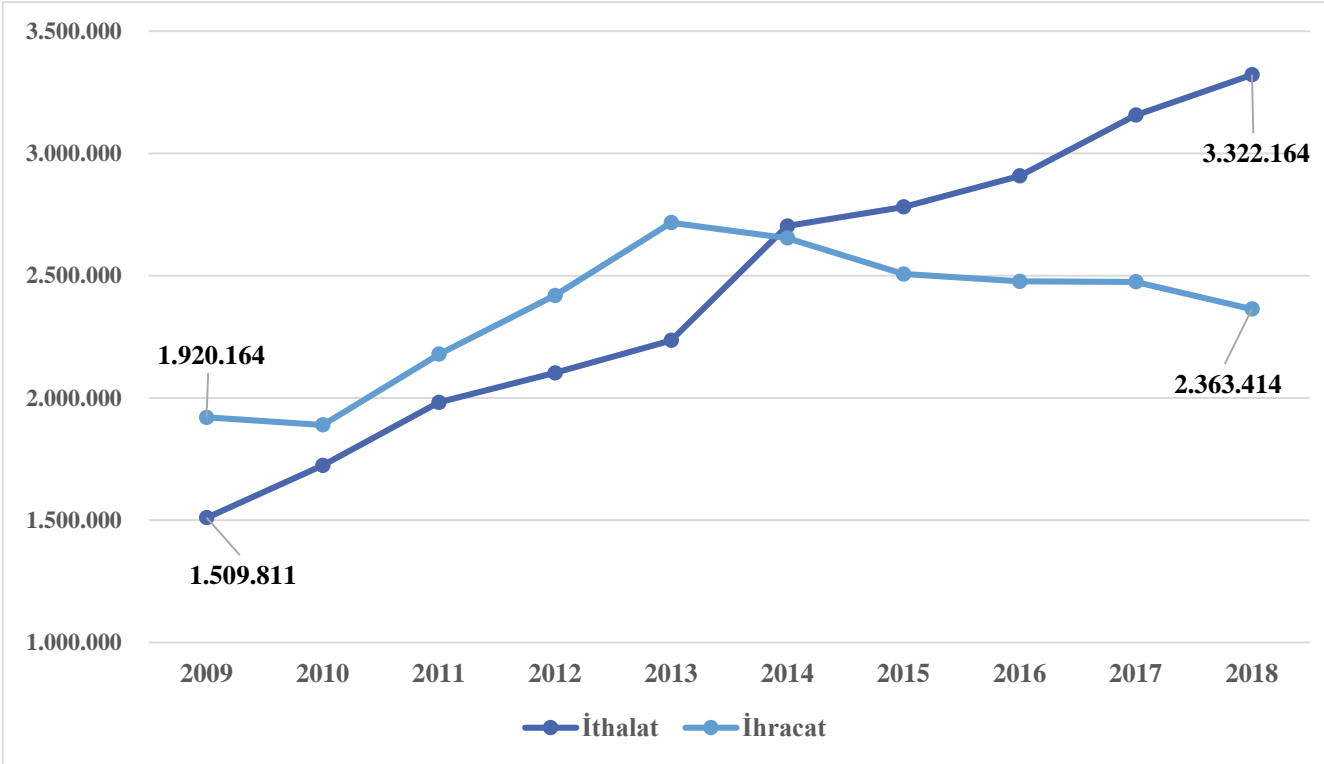
Tablo. Ürün Çeşitlerine Göre Kişi Başına Kozmetik Ürünleri Harcaması (MXN)

Ürünler	2013	2018
Kozmetik Ürünleri (toplam)	1.083,8	1.505
Saç Bakımı	216,7	286
Cilt Bakımı	220,4	286
Makyaj	134,8	247
Parfümeri	152,1	199,3
Ağız Bakımı	92,8	121,1
Deodorantlar	77,4	111,8
Diğer	189,6	253,8

MEKSİKA KOZMETİK PAZARI

Dış Ticaret

Tablo. Meksika Kozmetik Sektörü Dış Ticareti (bin \$)



- Kozmetik ürünleri ithalatında sürekli artış
- İhracat 2013 yılında beri azalmakta
- 2014 yılından bu yana net ithalatçı
- Önemli bir hammadde ve yarı mamul ithalatçısı (2018 yılı ithalatı 1,9 milyar ABD \$)

Meksika Kozmetik Endüstrisi (2018)

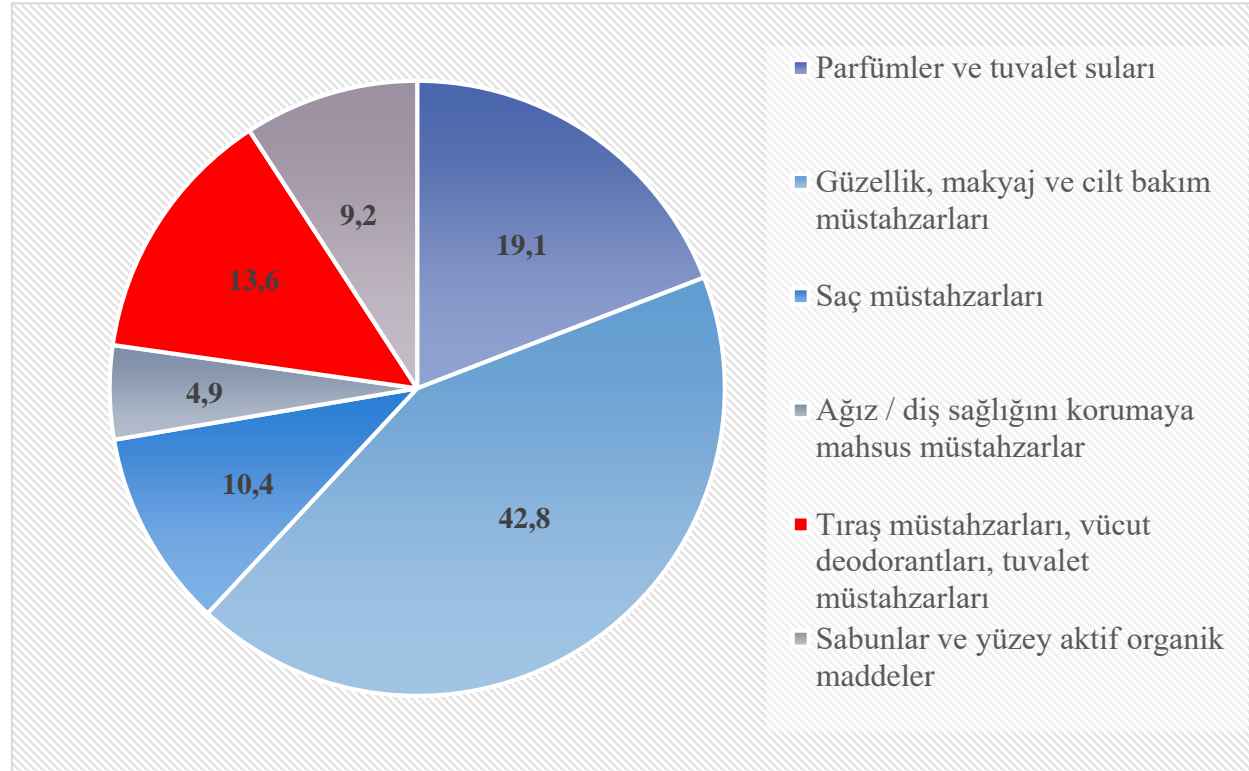
- ❑ 378 üretici firma,
- ❑ 2,3 milyar ABD \$ üretim,
- ❑ Sektörde direkt istihdam edilen kişi sayısı 17.350

MEKSİKA KOZMETİK PAZARI

Dış Ticaret

- 2018 yılında en çok ithal edilen nihai kozmetik ürünü 604,7 milyon ABD \$ tutarındaki ithalatı ile güzellik, makyaj ve cilt bakım müstahzarlarıdır.

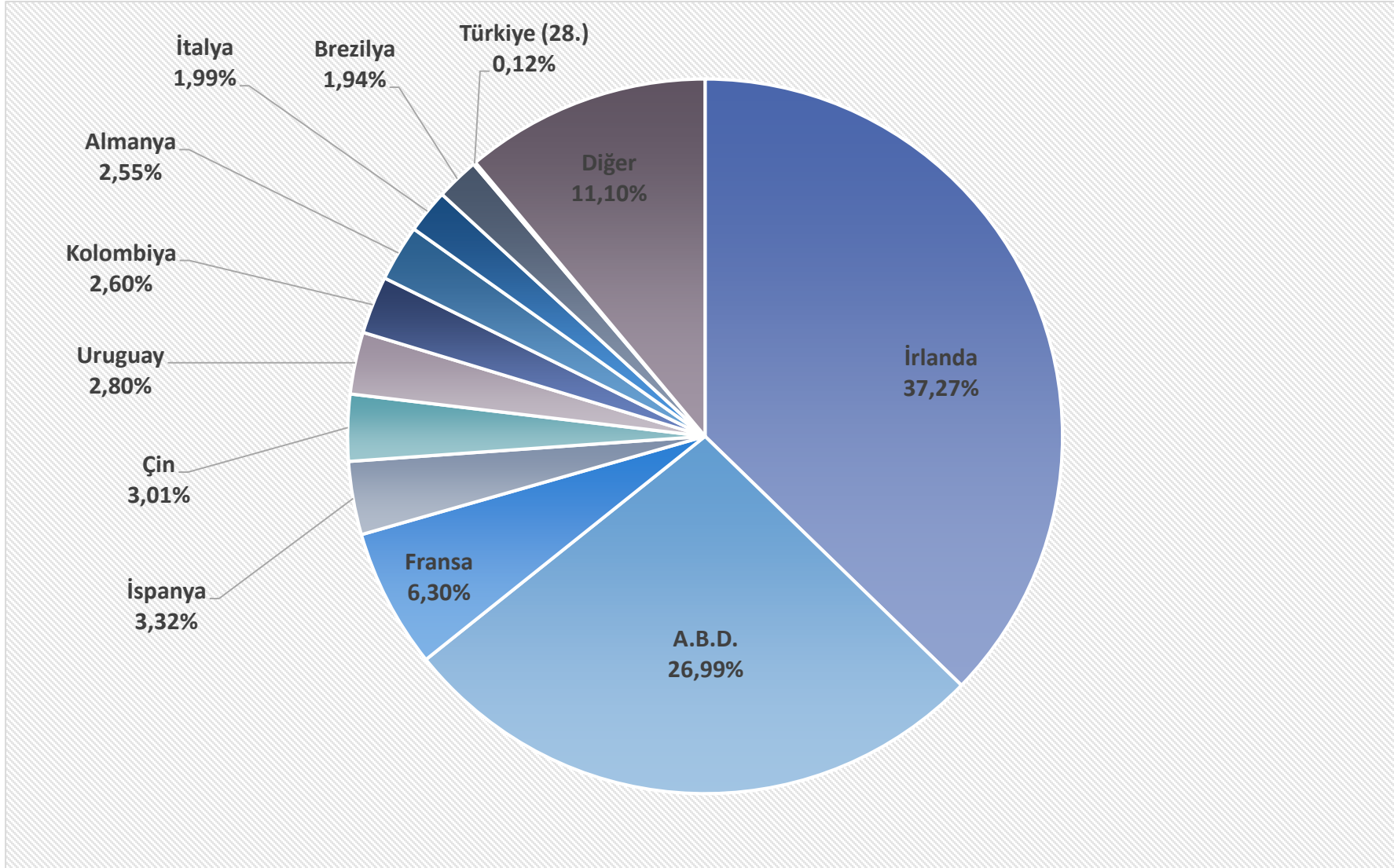
Tablo. Meksika Nihai Kozmetik Ürünleri İthalatı (%)





MEKSİKA KOZMETİK PAZARI

Dış Ticaret – Başlıca Tedarikçiler, 2018



MEKSİKA KOZMETİK PAZARI

Dış Ticaret –Başlıca Tedarikçiler

(GTİP Bazında, bin ABD \$)

GTİP	Ülke	2018	Payı (%)
3302	Toplam	1.796.318	54,1
	İrlanda	1.233.504	68,7
	A.B.D.	340.611	19,0
	Uruguay	92.852	5,2
3304	Toplam	604.768	18,2
	A.B.D.	209.890	34,7
	Fransa	88.262	14,6
	Çin	53.725	8,9
3303	Toplam	270.348	8,1
	Fransa	86.789	32,1
	A.B.D.	61.869	22,9
	İspanya	44.909	16,6
3307	Toplam	191.616	5,8
	A.B.D.	92.152	48,1
	Arjantin	14.971	7,8
	Kanada	13.509	7,1

GTİP	Ülke	2018	Payı (%)
3305	Toplam	146.849	4,4
	A.B.D.	69.743	47,5
	İtalya	15.296	10,4
	İspanya	12.753	8,7
3401	Toplam	129.813	3,9
	A.B.D.	53.756	41,4
	Almanya	27.279	21,0
	Brezilya	9.330	7,2
3301	Toplam	112.821	3,4
	A.B.D.	39.306	34,8
	Çin	17.362	15,4
	Endonezya	12.862	11,4
3306	Toplam	69.631	2,1
	A.B.D.	29.209	41,9
	Brezilya	8.163	11,7
	İspanya	6.914	9,9

PAZARA GİRİŞ

Dağıtım Kanalları

- Meksika kozmetik ürünlerinin %72'si **mağaza tabanlı perakendecilik** üzerinden, %26'sı **direkt satış** kanalıyla, %1'i **e-ticaret** üzerinden ve %0,5'i ise **kuaför ve berber dükkânları** üzerinden satılmaktadır.
- 2018 yılında Meksika kozmetik ürünleri satışlarının yaklaşık %47'si **marketler** üzerinden yapılmıştır. Süpermarketlerin payı yaklaşık %26 iken, ucuzluk marketlerinin payı yaklaşık %14 ve geleneksel marketlerin payı ise yaklaşık %6'dır.
- Sadece sağlık ve güzellik ürünleri satışı yapan kozmetik marketlerinin dağıtım kanalları içerisindeki payı ise %17,5'tir. Farmacia Guadalajara, Farmacia San Pablo ve Farmacia Benavides Meksika'nın en yaygın ve büyük kozmetik marketleri arasındadır.

PAZARA GİRİŞ

Dağıtım Kanalları

Tablo. Kozmetik Alt Ürün Grupları Bazında Dağıtım Kanalları (%)

Ürün Grubu	Süper Marketler	Ucuzluk Marketleri	Kozmetik Marketler (Sadece sağlık ve güzellik ürünleri satışı yapılan)	Diğer Mağaza Bazlı Perakendecilik	Direkt Satış	İnternet Alışverişi
Banyo ve Duş Ürünleri	38,9	31,5	8,1	9,2	6,5	0,7
Renkli Kozmetikler	5,4	2,6	14,4	21,2	50,5	1,2
Deodorantlar	30	26,7	9,1	14,6	11,6	0,9
Parfümler	3,6	1,2	9,8	25,2	57	1
Saç Bakımı Ürünleri	30,6	21,1	12,1	10,2	4,8	0,9
Erkek Bakım Ürünleri	20,3	13,6	9,9	17,4	25,8	0,9
Ağız Bakımı Ürünleri	50	26,3	7,6	5	1	0,6
Cilt Bakımı Ürünleri	34	6,3	8,3	14,9	33,9	0,8

PAZARA GİRİŞ

Nakliye



- Ülkedeki lojistik altyapısı yeterli, fakat pahalı (ürün maliyetinin ortalama %8-15'i)
- Ülkemizden çıkan 20 ft'lik standart bir konteyner İspanya, İtalya veya Portekiz limanlarından aktarma yaparak **Veracruz** Limanına ortalama **35 günde** ve ortalama **1.500 - 2.000 ABD \$** maliyetle ulaşmaktadır.
- Veracruz – Meksiko Şehri arası yaklaşık 400 km olup, bir konteyner malın karayolu nakliyesi ortalama **1.200 ABD \$** maliyetle gerçekleştirilmekte ve ortalama **3-7 gün** arası sürmektedir.
- Ekim 2018 itibariyle THY'nin kargo taşımacılığı başlamıştır.

PAZARA GİRİŞ

Genel İthalat Prosedürleri

- ✓ İthalat beyannamesi (Padimento de Importacion)
- ✓ Malın ithalatı ile ilgili tüm vergilerin ödendiğini gösteren gümrük izni (Pedimento Aduanal)
- ✓ İspanyolca dilinde ticari fatura (Factura Comercial)
- ✓ Konşimento (Conocimiento de Embarque)
- ✓ Paketleme listesi (Lista de Empaque)
- ✓ Menşe belgesi (Certificado de Origen)
- ✓ Malın cinsine göre talep edilebilecek diğer izin ve belgeler
 - ❖ **NOM** (Normas Oficiales Mexicanas)
- ❑ Gümrük işlemleri için bir acente ya da müşavir ile çalışmak zorunlu değil



PAZARA GİRİŞ

Gümrük Vergisi Oranları

GTİP	ÜRÜN	GÜMRÜK VERGİSİ ORANLARI (+ %16 KDV)
3303.00.01	Tuvalet Suları	%15
3303.00.99	Diğerleri	%10
3304.10.01	Dudak makyaj müstahzarları	%10
3304.20.01	Göz makyaj müstahzarları	%10
3304.30.01	Manikür ve pedikür müstahzarları	%10
3304.91.01	Pudralar	%10
3304.99.01	Cilt Kremleri	%15
3304.99.99	Diğerleri	%10
3305.10.01	Şampuanlar	%10
3305.20.01	Perma ve defrize müstahzarları	%10
3305.30.01	Saç spreyleri	%10
3305.90.99	Diğerleri (saç boyaları ve diğerleri)	%10
3306.10.01	Diş macunları ve tozları	%10
3306.20.01	Diş aralarını temizlemekte kullanılan iplikler (diş iplikleri)	%10
3306.20.99	Diğerleri	%10
3306.90.99	Diğerleri	%10
3307.10.01	Tıraş kremleri, losyonlar ve diğerleri	%10
3307.20.01	Vücut deodorantları ve ter kokusunu önleyici deodorantlar	%10
3307.30.01	Parfümlü banyo tuzları ve diğer banyo müstahzarları	%10
3307.90.99	Diğerleri	%10
3401.11.01	Tuvalet için (tıbbi ürünler dahil)	%15
3401.19.99	Diğerleri	%15
3401.20.01	Diğer şekillerdeki sabunlar	%15
3401.30.01	Cilt yıkanmasına mahsus sıvı veya krem halinde ve perakende satılacak hale getirilmiş, yüzeyaktif organik ürünler ve müstahzarlar (sabun içersin içermesin)	%10

PAZARA DAİR TESPİTLER

- Meksikalı tüketicilerin kozmetik harcamaları **artış eğiliminde**
- Yerliden ziyade **ithal** kozmetik ürünleri tercih ediliyor
- Meksikalı tüketiciler **yeni ve farklı** bir kozmetik ürününü denemeye **açık**
- Pazar payını en çok artırması beklenen ürün grubu **renkli kozmetikler**
- Meksikalı tüketicilerin tercihlerinde **fiyat** en önemli belirleyici
- Pazarının %74'ü «**mass**» olarak adlandırılan uygun fiyatlı ürünlerden oluşuyor, fakat son yıllarda «**premium**» ürünlerin pazar payı **daha hızlı** artıyor
- Geri dönüşüme uygun ve çevre dostu ambalajlara** sahip ürünler ile geliştirilme aşamasında **hayvan testlerinin yapılmadığı** kozmetik ürünleri Meksika pazarında avantajlı
- Meksika pazarında popüler olan kozmetik ürünlerin daha sonra diğer Latin Amerika ülkelerinde de popüler olması




PAZARA DAİR TESPİTLER



- ❑ **Çin ve Güney Kore** menşeli kozmetik ürünleri oldukça revaçta
- ❑ Erkek bakım ürünlerinde **daha geleneksel** ürünlerin tercih ediliyor olması
- ❑ Meksika kozmetik sektöründe olumlu ya da olumsuz herhangi bir “**Türk Malı**” algısının oluşmadığı tespit edilmiştir. Türk kozmetik sektörü yeterince **tanınmıyor**.
- ❑ Pazar görece **daha az yoğun** ve pazara giriş görece **daha kolay** (en büyük pazar payına sahip ilk üç firmanın toplam pazar payı %27,9)
- ❑ Kozmetik ürünlerine yönelik tarife dışı düzenlemelerden ziyade **gümrük prosedürleri sıkı**
- ❑ Yerel bir distribütör veya ortak ile çalışmak Meksika kozmetik **pazarına giriş için en etkili yol**
- ❑ **Süpermarketler** ile **kozmetik marketler** en önemli dağıtım kanalları

SONUÇLAR

- ❑ En büyük 12. kozmetik ürünleri pazarı
- ❑ 2004 – 2018 arası yıllık ortalama %6,7 büyüme
- ❑ 2019 – 2023 arası yıllık ortalama %5,6 büyüme beklentisi
- ❑ Tüketici tercihleri (ithal ve yeni ürünler ✓)
- ❑ 2018 yılı kozmetik ithalatı 3,3 milyar ABD \$ (hammadde ve yarı mamul hariç 1,4 milyar ABD \$)
- ❑ 2018 yılı kozmetik ihracatımız 1,1 milyar ABD \$
- ❑ 1 milyon ABD \$ üzerinde kozmetik ihracatı yapan firma sayısı 155
- ❑ Meksika'ya ihracatımız 4,5 milyon ABD \$
- ❑ Meksika'ya 1 milyon ABD \$ üzerinde kozmetik ihracatı yapan firma sayısı 1

- 
- ❑ Meksika kozmetik pazarı **yüksek** potansiyele sahip
 - ❑ Türkiye'nin pazardan aldığı pay oldukça **düşük**
 - ❑ Ülkemizin kozmetik sektöründeki gücünü Meksika'ya **yönelmediği** görülmekte
 - ❑ Yüksek potansiyel ile birlikte bazı **zorluklar** da var

SONUÇLAR

Güzellik, Makyaj ve Cilt Bakımı Müstahzarları

- ❑ Meksika'nın en çok ithal ettiği bitmiş kozmetik ürünü (605 milyon ABD \$)
- ❑ Son 10 yılda ithalatı en çok artan bitmiş kozmetik ürünü (%109,7)
- ❑ Pazar payını en çok artırması beklenen ürün grubu
- ❑ Kişi başına kozmetik harcamasından en çok pay alan ürün (%35)
- ❑ Son 5 yılda kişi başına kozmetik harcamasından aldığı payı en çok artıran ürün (2014 - %32, 2018 - %36)
- ❑ Türkiye'nin güçlü olduğu ve en çok ihraç ettiği kozmetik ürünleri arasında (169 milyon ABD \$)
- ❑ Son 10 yılda ihracatı en çok artan kozmetik ürünleri arasında (%99)
- ❑ 2018'de 1.000'den fazla ihracatçı firma (toplam kozmetik ihracatçılarımızın yaklaşık %30'u)

❖ Güzellik, makyaj ve cilt bakımı müstahzarları **ihraç potansiyeli olan kozmetik ürünlerinin başında** gelmektedir.

❖ Meksika'nın ithalat kompozisyonundaki yeri ve ülkemizin güçlü olduğu ürünler olması itibariyle potansiyel arz ettiği değerlendirilen diğer ürünler ise, saç müstahzarları ile erkek bakım ürünleridir.

SONUÇLAR

- ❑ Pazara Giriş ve Pazarda Tutunma
 - Önemli süpermarketler ile kozmetik marketlere direkt erişimi olan distribütör firmalar
 - Yerel, lisanslı ve tecrübeli bir gümrük acentesi ya da müşavirlik
 - Ürün ambalajlarında çevre dostu sembolleri kullanması ve hayvanlar üzerinde test yapılmadığının belirtilmesi

- ❑ Türk kozmetik ürünlerinin tanıtımı ve olumlu bir Türk Malı algısının temini için bütüncül bir yaklaşım

Pazar Araştırması Destekleri

T.C. Ticaret Bakanlığı

ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri/teblig-bazinda-destek-mevzuati/2011-1-sayili-pazar-arastirmasi-ve-pazara-giris-destegi-hakkinda-teblig

ANA SAYFA KURUMSAL TEŞKİLAT MEVZUAT İSTATİSTİK ÜLKELER İLETİŞİM COVID-19 Ticaret Önlemleri ENGLISH E-İŞLEMLER

Ana Sayfa / Destekler / İhracat Destekleri / Tebliğ Bazında Destek Mevzuatı

2011-1 Sayılı Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ

Yurt Dışı Pazar Araştırması, Rapor, Danışmanlık, İleri Teknolojili Şirket ve Marka Satın Alma, Sektörel Ticaret Heyetleri, Alım Heyetleri

- 2011-1 Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ (22.02.2018)
- 2011-1 Uygulama Usul ve Esasları Genelgesi (20.08.2019)
- 2011-1 Uygulama Usul ve Esasları ile DYS Üzerinden İşleyişine Dair Genelge (31.12.2019)
- Yurt Dışı Pazar Araştırması Desteği
- Sektörel Ticaret ve Alım Heyetleri Desteği
- Rapor Satın Alma Desteği
- Yurt Dışında Yerleşik Şirket Alımı - Danışmanlık Desteği
- Yurt Dışında Yerleşik İleri Teknolojiye Sahip Şirket Alımı - Danışmanlık Desteği
- Yurt Dışında Yerleşik İleri Teknolojiye Sahip Şirket Alımı - Kredi Faiz Desteği
- Yurt Dışında Yerleşik Şirkete Ait Marka Satın Alımı

Tümünü göster

TB_ek-br.doc ek_a_tb_2019 (1).doc ek_a_tb_2019.doc

14:17
05.03.2021

Saygılarımla

DIŞ TEMSİLCİLİKLER VE ULUSLARARASI ETKİNLİKLER GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

Dış Pazar Analizleri ve Proje Geliştirme
Daire BaŐkanlıđı

Tuğrul SOMUNCUOğLU
İhracatı Geliştirme Uzmanı
Dahili: 8831

E-posta: somuncuoglut@ticaret.gov.tr