

Araştırma Makalesi

**İhracatta En Çok Kullanılan Müşteri Bulma Yöntemlerinin
Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma***

*An Investigation on Determining The Most Frequently Used Methods of
Finding Clients in Export*

İsmail METİN

Manisa Celal Bayar Üniversitesi

İşletme Fakültesi

Manisa, Türkiye

orcid.org/0000-0002-2256-7169

ismail.metin@cbu.edu.tr

H. Handan ÖZTEMİZ

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Alanya, Türkiye

orcid.org/0000-0002-4446-6887

handanoztemiz@gmail.com

Özet

Firmalar, dış satım amacıyla farklı metotlar kullanmaktadır. Bu makale ile dış satım yapan firmaların uluslararası piyasalarda alıcı edinmek için ne tür metotlar seçtikleri belirlenmiştir. İzmir ilinde bulunan küçük ve orta büyüklükteki işletmeler ile bir anket uygulaması gerçekleştirilmiş ve bu anketlerin analizi Analitik Hiyerarşi Süreci aracılığı ile yapılmıştır. Analizler doğrultusunda dış satımda alıcı edinme metotlarında birinci sırada %29,2'lik bir oranla uluslararası fuarlar, ikinci sırada %28,2 oranla Google AdWords dahil arama motorları, üçüncü sırada %15 oranla işadamları dernekleri ve dördüncü sırada %14,5 oranla B2B e-ticaret sitelerinin yer aldığı gözlemlenmiştir. Dış satımda alıcı edinme metotlarının seçilmesinde on ölçüt dikkate alınmıştır. Bu ölçütler arasında birinci sırada güven, ikinci sırada maliyet ve üçüncü sırada karlılığın yer aldığı görülmüştür. Elde edilen sonuçlar ile paralel olarak firmaların küresel piyasalarda alıcı edinme metotları konusunda bir bilinç oluşturması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küresel Pazarlama, Dış Ticaret, Alıcı Edinme Metotları

Gönderme Tarihi 12 Eylül 2018; **Revizyon Tarihi** 18 Aralık 2018; **Kabul Tarihi** 20 Aralık 2018

Abstract

Companies use various methods to export. With this article, the most frequently preferred method of finding customers in the global market by the companies who want to export was investigated. A questionnaire was applied on SMEs in İzmir by using AHP method in the analysis. Consequently, it was found that the most frequently used methods of finding customers are trade fairs (%29,2), search engines including Google Adwords (%28,2), business men incorporations (%15) and e-market places (%14,5). In choosing these methods, 10 criteria including profitability, productivity, time, cost,

* Bu çalışma Uluslararası Kafkasya-Orta Asya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuştur.

Önerilen Atıf/ Suggested Citation:

Metin, İ., Öztemiz, H. H. (2018). İhracatta En Çok Kullanılan Müşteri Bulma Yöntemlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 1014-1028.

effort, easiness, experience, trust, feedback speed and availability were considered. For these techniques, it was concluded that the criteria that SMEs give most importance to are safety of the technique (%32,5); cost of the technique (%21,6); and profitability (17,4). With the help of these results, it is aimed to create awareness about strategies of companies for finding customers in the international market.

Key words: *Client finding methods in export, Global marketing, Foreign trade.*

Received 12 October 2018; **Received in revised** from 18 December 2018; **Accepted** 20 December 2018