



Küresel Sektör
Eğilimleri ve Öncelikli
Hedef Pazarlar Analizi Raporu

Araç Üstü Ekipmanları Sektörü



İçindekiler

1. Giriş.....	14
2. Küresel Araç Üstü Ekipman Sektör Analizi.....	19
2.1 Araç Üstü Ekipman Sektörünün Genel Durumu.....	19
2.2 Araç Üstü Ekipman Dış Ticaret Eğilim Analizi	29
3. Türkiye ve Konya Araç Üstü Ekipman Sektörü Analizi	44
3.1 Araç Üstü Ekipman Sektörünün Genel Durumu.....	44
3.2 Konya Araç Üstü Ekipman Sektörü İhracat Performansı	55
3.3 Türkiye Araç Üstü Ekipman Sektörü Dış Ticaret Eğilim Analizi	57
4. Hedef Pazarların Analizi	88
4.1 Hedef Pazarların Belirlenmesi.....	88
4.2 Hedef Pazarların Analizi.....	91
4.2.1 Cezayir.....	91
4.2.2 Katar.....	104
4.2.3 Danimarka.....	117
4.2.4 Güney Kore.....	130
4.2.5 Suudi Arabistan.....	143
4.3 Hedef Pazarlarda Gümrük Vergileri, Ticari Anlaşmalar, Standartlar ve Regülasyonlar.....	157
5. Sektöre Yönelik Tavsiyeler.....	163
5.1 Eğitim ve Gelişim Önerileri	163
5.2 Pazarlarda Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar	164
6. Değerlendirme & Sonuç.....	171
7. Ekler.....	176
7.1 Potansiyel Alıcı Bilgileri	177
7.1.1 Cezayir.....	177
7.1.2 Katar.....	179
7.1.3 Danimarka.....	180

7.1.4 Güney Kore.....	183
7.1.5 Suudi Arabistan.....	184
7.2 Sektör Dernekleri & Ticaret Organizasyonları	187
7.3 Lojistik Firma Bilgileri.....	188
7.4 Fuarlar.....	189

Yönetici Özeti

Konya araç üstü ekipman ürünleri firmalarına küresel pazarda sektörün mevcut durumu ve eğilimleri ile öne çıkan ülkeler hakkında bilgi vermeyi ve ilgili firmaların ihracatlarını bu ülkeler üzerinden artırmaya katkı sağlamayı amaçlayan bu rapor, EY Danışmanlık Hizmetleri tarafından Konya Ticaret Odası için hazırlanmıştır. Raporda Dünya, Türkiye ve Konya araç üstü ekipman sektörü mevcut durumu, sektördeki dinamikler ve eğilimler yer almaktadır. Bununla birlikte, araç üstü ekipman ihracatçıları için yüksek potansiyel vaat eden beş ihracat pazarı ve pazarlarda faaliyet gösteren potansiyel alıcılar detaylıca incelenmiştir.

Araştırmada incelenen araç üstü ekipman ürün grupları, GTIP kodlarına göre

842619: **Vinçler,**

842810: **Asansörler,**

871639: **Dorse,**

8412: **Hidrolik Güç Motorları,**

8413: **Hidrolik Pompalar ve**

871620: **Römork'tur.**

Bu alt sektörlerle ilgili olarak, üretim ve tüketimi etkileyen faktörler, devlet politikaları ve prosedürleri, standart ve regülasyonlar, lojistik etmenler, dış ticarete küresel eğilimler, eğitim önerileri ve pazarda dikkat edilmesi gereken unsurlar da rapor kapsamında analiz edilmiştir. Raporda araç üstü ekipman sektörü ile ilgili olarak küresel pazarda, Türkiye ve Konya ilinde, hedef pazarlarda ve sektöre yönelik tavsiyelerde öne çıkan analizler aşağıda yer almaktadır.

Küresel Araç Üstü Ekipman Sektörü:

Araç üstü ekipman sektörünün küresel pazardaki konumu incelendiğinde, vinçler ve kaldırma ekipmanlarında 79 Milyar \$'lık sektör hacmi olduğu ve sektörün son iki yıllık dönemde %13 YBBO ile büyüdüğü analiz edilmiştir. Çin, 46 Milyar \$'lık hacimle küresel pazarda baskın yapıdayken, ABD de sektördeki etkinliğini hızla artırmaktadır. Asansörlerdeki 60 Milyar \$'lık pazar hacminin, %78'lik kısmını Asya Pasifik ve Avrupa oluşturmaktadır. Asansör üretiminin yanı sıra asansör bakım- onarımı büyük önem arz etmektedir ve sektörün yarısını oluşturmaktadır. Bakım ve onarım için çıkarılan yönetmelikler, bu durumun başlıca sebebidir. İlerleyen yıllarda sayısı artması beklenen ağır yük taşıtları ile şekillenen dorse alt sektöründe, gelecek dönemde artan taleple birlikte büyüme öngörülmektedir. Mevcut durumda, hafif hizmet kamyonları en fazla üretilen ağır yük taşıtı kırılımıdır. Yaklaşık 20 Milyar \$ hacimli römork

pazarının ise, 2020 yılına dek yılda ortalama %12 büyüyerek 34,3 Milyar \$'lık hacme ulaşması beklenmektedir. Asya Pasifik, küresel römork pazarında en fazla öne çıkan bölgedir. Hidrolik ve pnömatik sistemler sektörünün küresel hacmi ise 88,3 Milyar \$'dır. 2015-2020 yılları arasında %7 YBBO ile büyümesi beklenen sektörde, ABD, Almanya ve Çin, en önemli oyuncular konumundadır. Asya Pasifik'in gelecek dönemde en yüksek oranda büyüyen bölge olması beklenmektedir. Valfler, sektörde en fazla yoğunlaşmanın yaşandığı alt sektördür.

Rapor kapsamında analiz edilen alt sektörlerin küresel pazardaki konumlarını doğrudan etkileyen ilgili sektörlerden; inşaat, makine & demir çelik ve ağır yük taşıtları sektörlerindeki büyüme dikkat çekmektedir. Asya-Pasifik, Orta Doğu ve Afrika, bu sektörlerde büyüme potansiyeli en yüksek bölgelerdir. Römork alt sektörü içine, özellikle Afrika'da yapılan tarım yatırımları fırsat yaratacaktır. Bu sektörlerdeki talep hacminin yüksek olması ve gelecek dönemde de büyümesinin beklenmesi vinçler, asansörler, dorse, hidrolik güç motorları, hidrolik pompalar ve römork ihracatçıları için fırsat yaratmaktadır.

Küresel Araç Üstü Ekipman Dış Ticaret Eğilimleri Analizi:

Rapor kapsamında analiz edilen ürünler kapsamında, küresel araç üstü ekipman sektörü ithalatı 2015 yılında yaklaşık 100 Milyar \$'dır. Küresel ithalatta Asya Pasifik, ABD ve Avrupa ülkeleri öne çıkmaktadır. Çin, Almanya, ABD, küresel pazarda en fazla ihracat gerçekleştiren ülkelerdir. Hidrolik pompalar alt sektörler arasında, 62,9 Milyar \$ ile en fazla ithal edilen üründür.

2011-2015 arasında yılda ortalama %7 büyüyen **vinçler** küresel dış ticareti, 5,7 Milyar \$ hacminindedir. Ürünün ihracatında Çin öne çıkarken, ithalatında Endonezya ilk sıradadır. **Asansörler** alt sektörünün dış ticaret hacmi ise, 11 Milyar \$ seviyelerindedir. Büyüme eğiliminde olan ürün grubunda en fazla ihracatı Çin, en fazla ithalatı Rusya gerçekleştirmektedir.

Dış ticaret hacmi 15 Milyar \$'ın üzerinde olan **dorse** ürün grubunda, Almanya en büyük tedarikçi konumundadır. Küresel pazarda en önemli ithalatçının ABD olduğu alt sektörde, dış ticaret hacmi 2011 yılına kıyasla aynı seviyelerde kalmıştır. Diğer yandan, **römorklar** alt sektörü ticaret hacmi 2011-2015 arasında yılda ortalama %5 daralmış ve 1,2 Milyar \$ seviyesine gerilemiştir. Almanya römorklar ürün grubunda en fazla ihracat gerçekleştiren ülkedir. Hollanda ise, en önemli ithalatçı konumundadır.

37 Milyar \$'lık dış ticaret hacmi olan **hidrolik güç motorları**, en fazla ABD tarafından ihraç edilmektedir. Dış ticaret hacmi 120 Milyar \$ seviyelerinde olan **hidrolik pompalar** ürünü ise, en fazla Almanya tarafından ihraç edilmektedir. İki ürünün de en önemli ithalatçısı ABD'dir. Ayrıca, iki ürünün de dış ticaret hacmi 2011 yılına kıyasla kayda değer bir değişim göstermemiştir.

Türkiye ve Konya Araç Üstü Ekipman Sektörü:

Türkiye araç üstü ekipman sektörünün 2015 yılındaki toplam üretim ve satış hacmi yaklaşık 1,6 Milyar \$'dır. Son dört yıllık dönemde, hacmi yılda ortalama %10'un üzerinde artan sektörün büyümesinde, iç talep ve ihracatın artması önemli rol oynamıştır. Ayrıca, gelişen teknoloji ve artan AR-GE yatırımlarının da sektör büyümesi üzerindeki katkısı önemlidir. Dorse, araç üstü ekipman sektöründe %62'lik payla en fazla üretilen ürün grubudur. Römorklar ise, son dört yılda üretim ve tüketim değeri en yüksek hızda büyüyen ürün grubudur (YBBO %15). Makine sektörünün altında incelenen asansörler, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar ürün gruplarında ise, toplamda 700 Milyon \$'ın üzerindeki üretim ve tüketim değeri ile asansörler ürün grubu öne çıkmaktadır. 2011-2015 arasında yılda ortalama %16'nın üzerinde hızla büyüyen asansörler alt sektörünün, inşaat sektöründeki büyüme sayesinde hacmi artmıştır. Hidrolik güç motorları ve hidrolik pompaları da kapsayan hidrolik sistemler (hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar) sektöründe ise üretim ve tüketim değerinin toplam hacmi yaklaşık 1,2 Milyar \$'dır ve sektörün gelecek dönemde büyüyeceği öngörülmektedir.

Araç üstü ekipman alt sektörlerinin, Türkiye pazarında gelecek dönemdeki konumlarına yönelik değerlendirmelerin daha kapsamlı yapılabilmesi için bu sektörleri doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen ilgili sektörlerin eğilimleri ve tahminleri incelenmiştir. İlgili sektörlerin analizi sonucunda, büyüyen inşaat sektörünün vinçler ve asansörler ürün gruplarında iç pazardaki talebi artırması beklenmektedir. Tarım sektöründeki büyüme ve traktör üretimi ve satışlarındaki artış ise römorklar sektörünü büyütecektir. Makine & demir-çelik sektörleri için gelecek dönemde beklenen büyümenin hidrolik sistemler (hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar) pazarını pozitif yönlü etkileyeceği öngörüldükçe, ağır yük taşıtları üretim ve satış değerlerindeki azalmanın dorse pazarının olumsuz etkilemesi olasıdır.

Rapor kapsamında analiz edilen alt sektörlerde Türkiye'nin ihracat değeri 2011-2015 arasında yılda ortalama %5 artarak, 653 Milyon \$ seviyesine yükselmiştir. Yaklaşık %25'lik payla Almanya, Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkedir. İncelenen altı alt sektör içerisinde Türkiye'nin ihracatının en yüksek oranda arttığı pazar Suudi Arabistan'dır (%21,3 YBBO). Hidrolik pompalar ürün grubu alt sektörlerin toplam ihracatı içerisinde %58'lik paya sahiptir. Römorklar ise, Türkiye'nin ihracatının en hızlı arttığı alt sektördür (%31,5 YBBO).

Vinçler alt sektöründe küresel ihracata paralel şekilde artan Türkiye'nin ihracatı, Belçika, Irak ve Cezayir'e yoğunlaşmıştır. Türkiye, Afganistan, Türkmenistan ve Irak pazarlarında lider konumda olup, Belçika, Cezayir, Arjantin, Umman ve Afganistan pazarlarında yüksek oranda büyümüştür.

Türkiye'nin küresel vinçler pazarındaki en önemli rakibi Çin'dir. Vinçler alt sektörüne benzer şekilde **asansörlerde** de Türkiye, küresel pazardaki konumunu korumuştur. Asansörler ihracatında ağırlıklı olarak BDT ülkelerine yoğunlaşan Türkiye, Türkmenistan pazarında lider konumdadır. BDT ülkeleri, Türkiye'nin de ihraç ettiği düşük fiyat segmentindeki ürünleri ithal etmektedir. Çin, bu alt sektörde de Türkiye'nin en önemli rakibidir. Türkiye'nin etkin olduğu pazarların önemli bir kısmında Türk inşaat firmalarının faaliyet göstermesi, ihracatın yüksek değerde olmasının başlıca sebeplerindendir.

Türkiye'nin **dorse** ihracatı küresel pazarın da üzerinde büyümüş ve Türkiye'nin payı artmıştır. Yürürlüğe giren ADR yönetmeliği¹ ile birlikte Türk firmalarının uluslararası standartlara uygun üretim yapmaları, ihracatın artmasında kilit role sahiptir. Ağırlıklı olarak düşük fiyat segmentinde dorse ihraç eden Türkiye'nin dorse ihracatının %30'undan fazlasını karşılayan Almanya, aynı zamanda Çin ile birlikte Türkiye'nin küresel pazardaki en önemli rakibidir. Irak, Burkina Faso, Yemen ve İsrail, Türkiye'nin lider olduğu pazarlardır. Ekonomileri doğal kaynaklara bağlı olan ülkelerde gelir seviyesindeki düşüş, dorse ürünündeki talebin ağırlıklı olarak düşük fiyat segmentindeki ürünlere kaymasına neden olmuştur. Bu durum, Türk ihracatçılar için fırsat yaratmaktadır.

Hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalarda küresel pazardaki mevcut konumunu koruyan Türkiye, bu ürünlerin ihracatında başta Almanya olmak üzere Avrupa ve Orta Doğu bölgesine yoğunlaşmıştır. Almanya'nın gelişmiş sanayisi, Türkiye'nin ihracatında önemli yer kaplamasının başlıca nedenidir. **Hidrolik güç motorlarında** Mısır pazarındaki payını yüksek oranda artıran Türkiye'nin, bu ürünün ihracatındaki en önemli rakibi ABD'dir. Türkiye, **hidrolik pompalarda** ise, Türkmenistan pazarında lider konumdadır. Çin, İtalya, Almanya ve ABD, hidrolik pompalarda Türkiye'nin en önemli rakipleridir.

2011-2015 yılları arasında Türkiye'nin **römorklar** ihracatı artma eğilimindedir. Türkiye, ağırlıklı olarak yakın coğrafyada veya Afrika kıtasında bulunan ülkelere ihracat gerçekleştirmektedir. Bu ülkelerin bir kısmında Türkiye'nin lojistik avantajının olması ve bazılarında tarım sektörünün ekonomideki payının yüksek olması, ülkeleri öne çıkaran faktörlerdendir. Küresel pazarda, Çin, ABD, Almanya ve İtalya ile rekabet etmektedir. Azerbaycan, Irak, Makedonya ve Sudan, Türkiye'nin lider olduğu römork pazarlarıdır.

Vinçler, asansörler, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar ürünlerini kapsayan makineler & aksam ve parçaları² ürün grubunda, Konya ilinin ihracatı 2015 yılı itibarıyla 450 Milyon \$'ın üzerindedir. İhracat değeri, 2014

¹ Tehlikeli maddelerin karayoluyla taşınması hakkında yönetmelik

² Makineler & aksam ve parçaları ürün grubu 84 GTİP kodunun altında bulunan tüm ürünleri kapsamaktadır.

yılına kıyasla %1 azalmıştır. Cezayir, 56,4 Milyon \$ ile Konya'nın bu ürün grubunda en fazla ihracat yaptığı pazardır. Konya'nın ihracatında öne çıkan diğer ülkeler ise ağırlıklı olarak Avrupa ve Orta Doğu bölgelerinde bulunmaktadır. Dorse ve römork ürünlerini kapsayan motorlu kara taşıtları & aksam ve parçaları³ ürün grubunda ise, Konya'nın 2015 yılındaki ihracatı yaklaşık 225 Milyon \$'dır. Ağırlıklı olarak Avrupa ve Orta Doğu ülkelerine ihracat gerçekleştirilirken, ihracat değeri 2014 yılına kıyasla %8 azalmıştır.

Hedef Pazarlar:

EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi ve KTO üyesi firmaların görüşleri doğrultusunda belirlenen **Cezayir, Katar, Danimarka, Güney Kore ve Suudi Arabistan** pazarları, ilgili araç üstü ekipman ürünlerinin ihracatı için en fazla potansiyel vaat eden pazarlar olarak tespit edilmiştir.



Cezayir pazarında, Türkiye'nin tüm alt sektörlerde faaliyet gösterdiği ve -römorklar hariç- pazarda büyüme yaşadığı tespit edilmiştir. Türkiye'den en fazla ithal edilen ürün küreselde olduğu gibi hidrolik pompalardır. 2,3 Milyon \$ hacimli vinçler ürününde ise, Türkiye pazara 2012 yılında girmiştir.

Ana gelir kaynağı petrol ve doğalgaz ihracatı olan ve 2014 yılında %3,8 büyüyen Cezayir ekonomisinin, gelecek dönemde de reel açıdan büyüyeceği öngörülmektedir. Ancak, Cezayir Dinarı'nın ABD Doları karşısında değer kaybetmesine bağlı olarak GSYİH'nin ve kişi başına düşen gelirin azalması beklenmektedir. Analiz edilen risk göstergelerinin tümünde dünya ortalamasının üzerinde risk barındıran Cezayir, hedef ülkeler arasında en riskli pazar konumundadır.

Cezayir tarım sektöründeki teşviklerle beraber büyüme beklentisinin olması, *römork* ithalatı için pazarı cazip kılmaktadır. Ayrıca, Cezayir için traktörü de kapsayan ağır yük taşıtları sayısının artacak olması da bu durumu desteklemektedir. Bununla beraber, Volkswagen ve Renault firmalarının ülkede ağır yük taşıtı üretimi için tesis kurmalarının beklenmesi, pazardaki dorse talebini, dolayısıyla Cezayir'in *dorse* ithalatını artıracaktır. Makine ithalatının ve ham çelik üretiminin artması, *hidrolik sistemlerdeki* (hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar) ithalat potansiyelinin de yüksek olduğunun göstergesidir.

Vinçler, asansörler ve römorklar alt sektörlerindeki küresel ithalatı büyüme gösteren Cezayir'in, hidrolik güç motorları, hidrolik pompalar ve dorse ürünlerindeki ithalatı ise azalma eğilimindedir. En yüksek değerde ithal edilen

³ Motorlu kara taşıtları & aksam ve parçaları ürün grubu 87 GTIP kodunun altında bulunan tüm ürünleri kapsamaktadır.

ürün, yaklaşık 350 Milyon \$ ile hidrolik pompalardır. Römorklar ise, yaklaşık 1 Milyon \$ ile en düşük değerde ithal edilen ürün grubudur.



Katar'a ihracatını hidrolik pompalar haricinde artıran Türkiye'nin, pazara en fazla ihraç ettiği ürün dorsedir. Hidrolik güç motorları, Türkiye'den ithalatın en hızlı büyüdüğü üründür. Katar römorklar pazarında yer almayan Türkiye'nin, hidrolik pompalar ürünündeki ihracatı ise azalma eğilimindedir. Ayrıca, asansörler, dorse ve hidrolik güç motorları alt sektörlerinde, Türkiye pazara 2011 yılı sonrasında girmiştir.

Kişi başına düşen gelir açısından dünyanın en zengin ülkesi olan Katar'ın ana gelir kaynağı petrol ve doğal gaz ihracatıdır. Ekonominin enerji kaynaklarına bağımlılığının azaltılması için petrol dışı sanayi alanlarında yatırım yapılmaktadır. Diğer yandan, %4 seviyelerinde olan ekonomik büyümenin, 2020 yılına dek ortalama yıllık %2,5 seviyelerine inmesi beklenmektedir. Katar, incelenen risk göstergelerinin tümünde "iyi" seviyesinde yer almakta olup, iş yapma süreçleri büyük oranda sorunsuz işlemektedir.

Katar'da yüksek hızda büyüyen ve bu büyümeyi gelecek dönemde de devam ettirmesi beklenen inşaat sektöründe, *vinçler* ve *asansörler* ürünleri için yapılan ithalatın artması yüksek olasıdır. Diğer yandan, özellikle inşaat makineleri ürünlerinde artan ithalatın, *hidrolik sistemler* (hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar) ürünlerinin ithalatına olumlu yansımaları olasıdır. İnşaat sektöründeki büyümeye beraber Katar'da ağır yük taşıtları park sayısı ve satışlarının artması da, *dorse* ihracatçıları için pazarda fırsat yaratacaktır.

Hidrolik güç motorları haricinde Katar'ın tüm ürünlerdeki küresel ithalatı artma eğilimindedir. Bu ürünlerden, *hidrolik pompalar* ve *vinçler*, en fazla ithal edilen ürünler olarak öne çıkmaktadır (sırasıyla 212 Milyon \$ ve 166 Milyon \$). *Vinçler*, ayrıca, ithalatı en hızlı büyüyen üründür (YBBO %160). *Römorklar* ise görece en düşük değerde ithal edilen ürün grubudur.



Danimarka'nın, küresel pazarda en fazla ithalat gerçekleştirdiği ürün olan hidrolik pompalarda, Türkiye'nin pazara ihracatı 2011-2015 arasında artma eğilimindedir. İhraç ettiği ürünlerde Danimarka'ya 2011 sonrasında giren Türkiye, vinçler ve asansörler ürünlerinde pazarda yer almamaktadır. Diğer yandan, Danimarka pazarında genel anlamda düşük fiyatlı ürünlere olan talebin artması, Türk ihracatçıları için fırsat yaratmaktadır.

Hizmet sektörünün %70'lik paya sahip olduğu Danimarka ekonomisinde, sanayi ürünleri dış ticaret için önem arz etmektedir. İthalatın %76'sını, ihracatın %61'ini sanayi ürünleri oluşturmaktadır. Makroekonomik veriler incelendiğinde, kişi başına düşen gelirin 60 Bin \$'ın üzerinde olması dikkat

çekmektedir. Ekonomisi %1-%2 bandında istikrarlı bir şekilde büyüyen Danimarka, risk göstergeleri açısından hedef pazarlar arasında en pozitif konumda bulunan ülkedir.

Danimarka sanayisinin gelişmişliği ve makine sektöründeki imalat değerinin yüksek olması, ülkenin hidrolik sistemler (hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar) için ithalat potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir. Aynı durum, demir-çelik sektörünün gelişmişliği için de söylenebilmektedir. Ek olarak, uzun vadede inşaat sektöründeki büyümenin, asansörler ve vinçler ürün grubundaki ithalatı artıracığı tahmin edilmektedir.

Ülkenin hidrolik güç motorları ithalatı, 2011-2015 arasında toplam %28 artmıştır. Dorse, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar en fazla ithal edilen ürünlerdir. Diğer yandan, vinçler ürün grubunda yapılan ithalatın 1 Milyon \$'ın altında olması da dikkat çekmektedir.



Güney Kore pazarında Türkiye'nin faaliyet gösterdiği alt sektörler, hidrolik güç motorları, hidrolik pompalar ve dorsedir. Hidrolik sistemler (hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar) ürünlerinde Türkiye'den yapılan ithalat 2011-2015 yılları arasında yüksek oranda artma eğiliminde olmakla beraber, Türkiye'nin pazardaki payı görece düşük kalmıştır.

Küresel pazardaki en büyük 11. ekonomiye sahip olan Güney Kore'de, sanayiye odaklı bir ekonomik yapı bulunmaktadır. 1,4 Trilyon \$'lık hacme sahip olan ekonomide, her yıl %3 seviyelerinde büyüme olması ve GSYİH'nin 2020 yılında 1,7 Trilyon \$'ın üzerine çıkması beklenmektedir. Ülkedeki risk değerleri, genel anlamda dünya ortalamasının altında yer alarak oldukça iyi bir tablo çizmektedir. Güney Kore, iş yapma kolaylığı endeksinde ise, dünyada dördüncü sıradadır.

Yüksek hacimli Güney Kore makine sektörünün, gelecek dönemde de yüksek oranda büyümesinin beklenmesi, pazarda hidrolik sistemler (hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar) ürünleri ithalatının artabileceğinin göstergesidir. Ülkede demir-çelik sektörü hacminin büyüklüğü de, bu durumu desteklemektedir. Diğer yandan, ağır yük taşıtları sektöründe yüksek üretim ve satış değerlerinin yanı sıra, araç park sayısının yüksek olması, dorse ürünü ihracatı için pazarı cazip hale getirmektedir. Araç üstü ekipman ürünleri için, uzun vadede inşaat sektöründeki yüksek oranlı büyüme beklentisi Güney Kore'nin potansiyelini artırırken, düşük oranda da olsa büyüyen tarım sektörünün ülkenin römork ithalatında artışa neden olması olasıdır.

Güney Kore'nin en fazla ithal ettiği ürün hidrolik pompalardır ve bu ürünün 2011-2015 yılları arasında ithalatı artma eğilimindedir. Römorklar ürün grubundaki ithalat hacmi 1 Milyon \$'ın altındayken, vinçler ve hidrolik güç

motorları ithalatı aynı dönemde azalma eğilimindedir. Diğer yandan, asansörler ve dorse ürünlerinde yapılan ithalat son dört yıllık dönemde artmaktadır.



Suudi Arabistan, asansörler, dorse, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalarda Türkiye'den yaptığı ithalatı 2011-2015 yılları arasında artırmıştır. Vinçler ürün grubundaki ithalat azalırken, römorklar ürün grubunda Türkiye pazara yeni girmiştir. Türkiye'den en fazla ithal edilen ürün hidrolik pompalarken (11,6 Milyon \$), Türkiye'nin pazardaki payının en yüksek olduğu ürün ise dorsedir (%8).

Suudi Arabistan ekonomisinin her yıl %2-%3 bandındaki büyümelerle 2020 yılında 778 Milyon \$'lık GSYİH'ye ulaşılacağı öngörülmektedir. Ekonomide petrol ve yabancı yatırım bağımlılığının azaltılması için sanayi alanında devlet kaynaklı yatırım teşvik programları uygulanmaktadır. Suudi Arabistan'da, gümrük işlemleri dünya ortalamasının üzerinde bir hızla yapılırken, yolsuzluk algısı, iş yapma kolaylığı ve genel risk skoru gibi göstergelerde orta seviyede risk bulunmaktadır.

İnşaat sektöründe uzun vadedeki büyüme beklentisi, vinç ve asansör ithalatı için Suudi Arabistan'ı cazip hale getirmektedir. Ayrıca, ağır yük taşıtları satışında düşüş beklenmesine rağmen ikinci el araç satışının artması ve inşaat sektöründeki büyümenin, dorse ithalatı üzerinde olumlu etkileri beklenmektedir. Makine sektörünün olgunlaşmadığı ve çok fazla üretimin yapılmadığı pazarda, yüksek hacimli makine ithalatı doğrultusunda satış sonrası servis için hidrolik sistemler (hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar) ürünlerinin de ithal edilmesi olasıdır. Tarım sektörünün ekonomi içindeki payı azalmasına rağmen büyüme eğiliminde olması, römork ithalatı için pazar potansiyelinin yüksek olduğunun göstergesidir.

Rapor kapsamında analiz edilen tüm ürünlerde Suudi Arabistan'ın küresel ithalatının arttığı tespit edilmiştir. Ülkenin en fazla ithal ettiği ürün 1,4 Milyar \$'ın üzerindeki değerle hidrolik pompalardır. Bu ürünün ithalatı son dört yılda toplam %19 büyümüştür. Ek olarak, hidrolik güç motorlarının ithalatı son dört yılda yaklaşık iki katına çıkmıştır. İthalat değeri en düşük olan ürün grubu ise römorklardır.

Hedef pazarlarda gümrük vergisi ve muafiyetler:

Gümrük vergisi açısından Tunus ve AB ülkelerine karşı Cezayir'de dezavantajlı konumda bulunan Türkiye, Katar ve Suudi Arabistan pazarında Arap Birliği üyesi ülkelere karşı dezavantajlı konumdadır. Katar dorse pazarında ABD'nin gümrük vergisinden muaf olması dikkat çekmektedir.

Danimarka'da gümrük vergisinden muaf olan Türkiye, bu pazarda Çin'e karşı rekabet avantajı elde etmiştir. Güney Kore pazarında, dorse ve hidrolik sistemler (hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar) ürünlerinde gümrük vergisine tabi tutulan Türkiye, AB ülkeleri ve ABD'ye karşı dezavantajlı konumda olsa da, Çin ve Japonya'ya karşı gümrük vergisi avantajına sahiptir.

Sektöre yönelik tavsiyeler:

Konya Ticaret Odası bünyesinde yer alan ve araç üstü ekipman sektöründe faaliyet gösteren firmaların ihracatlarına katkı sağlamak ve farklı alanlarda yetkinliklerini artırmaları için dört farklı alanda eğitim düzenlemeleri ve/veya eğitim hizmeti almaları önerilmektedir. Bu eğitimler, firmaların lojistik, teknolojik gelişim, ihracat yetkinliği ve hedef pazarlarda stratejilerini belirlemelerinde yardımcı olması yönünden değer arz etmektedir.

Hedef pazarlara araç üstü ekipman ihraç etmek isteyen firmaların yararlanmaları için pazarlara yönelik **gümrük prosedürleri, ödeme şekilleri ve pazarda öne çıkan eğilimler** başlıklarında tavsiyeler verilmektedir.

- ▶ Ticarete ağırlıklı olarak Arapça ve Fransızcanın kullanıldığı **Cezayir'de**, ithal edilen ürün üzerindeki etiketler Arapça olmalıdır. Pazarda ekstra ödeme veya rüşvet konularında ihracatçı firmaların temkinli davranması önerilmektedir.
- ▶ **Katar'da** ürün etiketleri Arapça ya da İngilizce olmalıdır. Ülkede vadeli akreditif en yaygın ödeme biçidir. Türk inşaat firmaları pazarda yüksek hacimli projeler yapmaktadır.
- ▶ AB teknik mevzuatının kabul edildiği ve birçok sanayi ürününde CE işaretinin zorunlu olduğu **Danimarka'da**, düzensiz ödeme ve rüşvet durumları ile nadiren karşılaşmaktadır.
- ▶ **Güney Kore**, iş gücü maliyetlerinin yükselmesi sebebiyle, emek yoğun sanayi alanlarındaki üretimini Güney Doğu Asya'da bulunan ülkelere kaydırmaktadır. Ülkedeki asansör kazaları sonucunda birçok can kaybının yaşanmış olması sebebiyle, Korea Elevator Safety Institute (KESI) ve Korea Elevator Safety Technology Institute (KEST) isimli iki denetçi ajans kurulmuştur.
- ▶ **Suudi Arabistan'da**, www.exportal.com sitesi, gümrük makamları tarafından talep edilen ve kağıt üzerinde doldurulan formların yerini almıştır. Nihai müşterilerde peşin ödeme şeklinin daha yaygın olduğu ülkede, Türk inşaat firmaları da yoğun olarak faaliyet göstermektedir.

Raporun değerlendirme ve sonuç bölümünde, tüm hedef pazarların sosyo-ekonomik durumları, risk endeksleri, lojistik koşulları, gümrük vergi oranları, ilgili sektörlerin potansiyelleri, satış dağıtım kanalları ve en fazla ithal edilen ürünler özetlenmiştir. Ayrıca, ürün bazlı yapılan pazar önceliklendirmelerinde

Cezayir, Katar, Danimarka, Güney Kore ve Suudi Arabistan'ın, alt sektörler'e göre farklı fırsatlar barındırdıkları tespit edilmiştir.

Yapılan araştırmalar sonucunda, rapor kapsamında analiz edilen ürünler için beş hedef pazarda toplam 205 adet potansiyel alıcı bilgisi raporda yer almaktadır. Bunlara ek olarak, raporda, hedef pazarlarda yer alan sektör dernekleri ve ticari organizasyonlara, fuarlara ve pazarlara ürün taşımacılığı yapan lojistik firma bilgilerine de yer verilmiştir.

1. Giriş

Bu rapor T.C. Ekonomi Bakanlığı rapor desteği ile Konya Ticaret Odası'nın (KTO) önderliğinde yürütülen «Araç Üstü Ekipman İhracatının Geliştirilmesi» projesi kapsamında «Küresel Sektör Eğilimleri ve Öncelikli Hedef Pazarlar Analizi Raporu» başlığı altında hazırlanarak Oda görüş ve onayına sunulmuştur.

Rapor, «Giriş», «Küresel Sektör Analizi», «Türkiye ve Konya Araç Üstü Ekipman Sektörü Analizi», «Hedef Pazarların Analizi» ve «Sektöre Yönelik Tavsiyeler» ile «Değerlendirme ve Sonuç» olmak üzere altı bölümden oluşmaktadır.

Küresel Sektör Analizi başlığı altında

Araç üstü ekipman sektörü genelinde üretim ve tüketim değerleri, ana oyuncular incelenmiştir. Ayrıca, altı alt sektör özelinde 2011-2015 yılları arası küresel dış ticaret görünümü, küresel seviyede ilk 10 oyuncunun ihracat ve ithalat verileri ile dünya ticareti içerisindeki payları analiz edilmiştir.

Türkiye & Konya'nın Sektör Analizi başlığı altında

Araç üstü ekipman genelinde ve altı alt sektör özelinde üretim ve tüketim değerleri ile sektörde yer alan ana oyuncular değerlendirilmiştir. Ek olarak, altı alt sektör özelinde Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştirdiği ilk 10 ülke baz alınarak, bu ülkelerin ithalat artış hızı ile Türkiye'nin ilgili ülkeye ihracat hızı karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Ayrıca, Konya Araç üstü ekipman sektöründe faaliyet gösteren tüm firmaların ihracat gerçekleştirdiği ilk 10 ülke ve Konya ihracatının, Türkiye'nin dış ticareti içerisindeki yeri değerlendirilmiştir.

Hedef Pazarların Belirlenmesi başlığı altında

EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi ile belirlenen beş hedef pazarın dış ticaret görünümü ve Türkiye'nin ilgili ülke ile dış ticaretinin analizine yer verilmiştir. Belirlenen beş hedef pazarın genel ekonomik-sosyo ve politik durumunun analizi yapılmıştır. Beş hedef pazarın satış-dağıtım kanalları incelenmiş, ticari anlaşmalar, standartlar ve teşvikler ile Türkiye'ye uygulanan vergi oranları paylaşılmıştır. Son olarak, Türkiye için ilgili pazardaki fırsat ve tehditler değerlendirilmiştir.

Sektöre Yönelik Tavsiyeler başlığı altında

Konya Ticaret Odası üyesi Araç üstü ekipman firmaları için, ilgili sektörün Türkiye'deki durumu da göz önünde bulundurularak, ihracat potansiyelini arttırmaya katkı sağlayacak eğitim önerileri sunulmuştur. Ayrıca, bu hedef pazarlarda faaliyet göstermeyi planlayan firmalar için hedef pazarlarda sektöre yönelik tavsiyelere yer verilmiştir.

Son olarak Değerlendirme ve Sonuç kısmında raporda yer alan analizlerde öne çıkan bulgulara kısaca yer verilmiştir. Raporun ek bölümünde ise rapor kapsamındaki altı alt sektörü kapsayan ve beş hedef pazara yönelik potansiyel alıcı listeleri paylaşılmaktadır. Her bir pazara yönelik fuarlar, sektör dernekleri ve ticari organizasyonlar ile lojistik firma bilgileri de yine bu bölümde yer almaktadır.

Sektör ve sektörün tanımlarının verilmesi:

Bu rapor çerçevesinde araştırma kapsamına dahil edilen ve aynı zamanda Araç üstü ekipman sektörünün altı alt sektörünü temsil eden GTİP kodları aşağıda yer almaktadır:

842619- Vinçler: Gantri vinçler, köprü vinçler, raylı taşıyıcı vinçler ve diğerleri

842810- Asansörler: Asansörler ve skipli yük kaldırıncıları, elektrikli olanlar: sivil hava taşıtlarında kullanılmaya mahsus olanlar, insan taşımaya mahsus olanlar, yük taşımaya mahsus olanlar ve diğerleri

871639- Dorse: Yüksek radyoaktif maddelerin taşınması için özel olarak yapılmış olanlar (EURATOM). Yeni olanlar: yarı römorklar, kullanılmış olanlar ve diğerleri

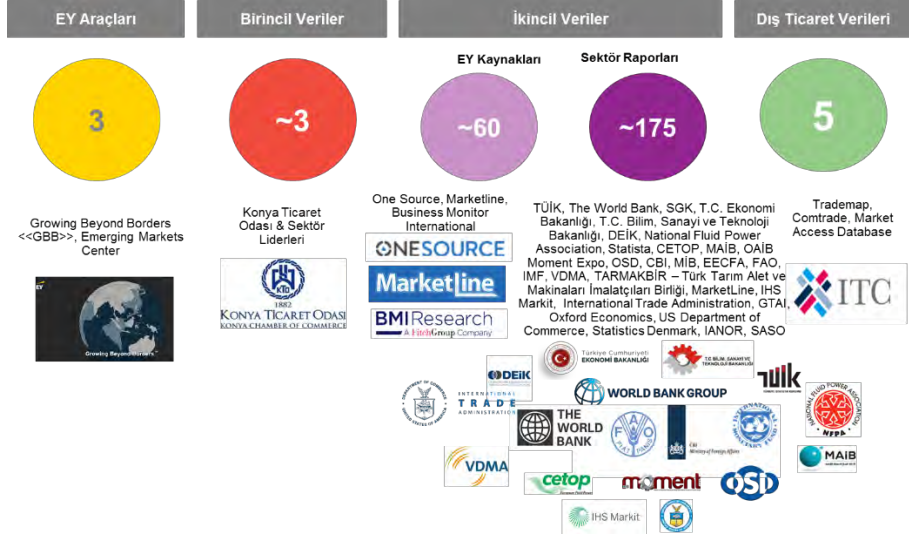
8412- Hidrolik Güç Motorları: Diğer motorlar ve kuvvet hasıl eden makineler- Tepkili motorlar (turbo jetler hariç), Hidrolik güç motorları ve makineleri: doğrusal hareketli olanlar (silindirler), hidrolik sistemler, Pnömatik güç motorları ve makineleri: doğrusal hareketli olanlar (silindirler), buharla çalışan makineler, aksam ve parçaları

8413- Hidrolik Pompalar: Sıvılar için pompalar (ölçü tertibatı olsun olmasın), sıvı elevatörleri: ölçü tertibatı olan veya ölçü tertibatı takılmak üzere imal edilmiş pompalar; servis istasyonları veya garajlarda kullanılan türde yakıt veya yağ dağıtım pompaları & el pompaları (8413.11 veya 8413.19 alt pozisyonlarındakiler hariç): içten yanmalı pistonlu motorlar için yakıt, yağ ve soğutma pompaları; enjeksiyon pompaları, diğer doğrusal deplasmanlı (pozitif hareketli) pompalar; hidrolik üniteler, & diğer döner deplasmanlı (pozitif hareketli) pompalar: hidrolik üniteler & diğer santrifüj pompaları, dalgıç pompaları, tek kademeli olanlar & Diğer pompalar; sıvı elevatörleri, pompalar, aksam ve parçaları

871620- Römorklar: Tarımda kullanılmaya mahsus kendinden yüklemeli veya boşaltmalı römork veya yarı römorklar; eşya taşımaya mahsus diğer römork ve yarı römorklar

Araştırma Yöntemi:

Bu rapor kapsamında, altı alt sektör için Küresel ve Türkiye sektör eğilimleri analizi EY kaynakları, 2011-2015 yılları arasındaki dış ticaret istatistikleri ve diğer ikincil kaynak verileri kullanılarak yürütülmüştür.



Kullanılan EY araçları ve ikincil veri kaynakları arasında

- ▶ EY Growing Beyond Borders
- ▶ ITC Trademap – International Trade Center Trademap
- ▶ BMI – Business Monitor International
- ▶ Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı
- ▶ Türkiye Cumhuriyeti Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
- ▶ DEİK – Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu
- ▶ SGK – Sosyal Güvenlik Kurumu
- ▶ TÜİK – Türkiye İstatistik Kurumu
- ▶ National Fluid Power Associations
- ▶ Statista
- ▶ CETOP - European Fluid Power Committee
- ▶ MAİB – Makine İhracatçıları Birliği
- ▶ OAİB Moment Expo
- ▶ OSD – Otomotiv Sanayii Derneği
- ▶ CBI Ministry of Foreign Affairs
- ▶ MİB – Makina İmalatçıları Birliği
- ▶ EECFA - Eastern European Construction Forecasting Association
- ▶ FAO – Food and Agriculture Organization of United Nations
- ▶ IMF – International Monetary Fund

- ▶ IHS Markit
- ▶ GTAI - Germany Trade & Invest
- ▶ Oxford Economics
- ▶ US Department of Commerce
- ▶ Statistics Denmark
- ▶ IANOR – Institut Algérien de Normalisation
- ▶ SASO - Saudi Standards, Quality and Metrology Organization
- ▶ WB – The World Bank
- ▶ VDMA - The Mechanical Engineering Industry Association
- ▶ MarketLine
- ▶ ITA - International Trade Administration
- ▶ United Kingdom Department for International Trade
- ▶ Austria Federal Ministry of Science, Research and Economy
- ▶ European Materials Handling Federation
- ▶ PR Newswire
- ▶ Invest in Poland
- ▶ Atradius Market Monitor
- ▶ Sud de France Développement

Beş ülkeden oluşan hedef pazar listesi **EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi** ile belirlenmiştir. Bu metodoloji doğrultusunda,

Yaklaşık 200'den fazla ülke için ülkelerin 2015 yılı toplam ithalat büyüklükleri, Ülkelerdeki 2011-2015 yılı ithalat değişim oranı, Türkiye'nin ilgili ülkeye 2015 yılı ihracatı, 2011-2015 ihracat değişim oranı ile Konya ihracat verileri analiz edilmiştir.

30 ülkelik uzun liste, ilgili metodoloji kapsamında yer alan Filtre setlerine tabi tutularak tekrar analiz edilerek 5 ülkeye ulaşılmıştır.

Filtre 1 kapsamında, 30 ülke için 2015 yılı toplam Araç üstü ekipman ithalatı büyüklüğü, 2011-2015 pazar büyüklüğünün yüzdesel değişimi, 2015 yılı ürünlerin toplam ithalatı ve Türkiye'den gerçekleştirilen 2015 yılı toplam ihracat değerleri incelenmiştir.

Filtre 2 kriterleri doğrultusunda, 15 ülke için genel risk skoru, yolsuzluk algılama endeksi sıralaması, iş yapma kolaylığı, GSYİH değeri, GSYİH büyüme oranı, kişi başına düşen GSYİH ile 5 yıllık tahmini GSYİH değerleri değerlendirmeye alınmış ve 10 ülke listesi oluşturulmuştur.

Filtre 3 kriterleri dikkate alınarak, rapor kapsamında detaylı analiz edilecek 5 ülke belirlenmiştir. Bu aşamada firmaların ortak öncelikleri, iş ortağı varlığı ve geçmiş tecrübe, pazardaki tüketici profili, ülkelerdeki Türk malı imajı ve ürünlerin pazara uygunluğu dikkate alınmıştır. Araç üstü ekipman sektöründe yer alan sektör temsilcileri ile değerlendirmeler ışığında firmaların öncelikli

olarak girmek istedikleri ülkeler değerlendirilerek firmaların ortak öncelikleri ile iş ortağı varlığı ve geçmiş tecrübe kriterleri altında değerlendirmeye alınmıştır.

EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi, rapor kapsamında yer alan altı alt sektörü kapsamaktadır. Bu doğrultuda kısa ülke listesine dahil edilen beş hedef pazar her bir alt sektör için değerlendirilerek, bu pazarlarda alt sektörlerin temsiliyet oranları analiz edilmiştir. Benzer pazar araştırmaları kapsamında her bir pazarın alt sektör nezdinde minimum %40 oranında temsiliyete sahip olması, analizlerin tutarlılığı ve kapsayıcılığı açısından önem arz etmektedir. Araç  st  ekipman sektörüne yönelik gerçekleştirilen EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi neticesinde her bir alt sektörün minimum %50 oranında, ağırlıklı olarak da %67'nin üzerinde temsiliyeti sağlanmışır. Bu durum, seçilen beş hedef pazarın çalışma kapsamında seçilen ilgili araç üstü ekipman alt sektörleri için uygunluğunu göstermektedir.

Firmaların, seçilen hedef pazarlara ihracat gerçekleştirirken ülkenin yapısı ve sektör eğilimleri doğrultusunda tavsiyelere yer verilmiştir. Özellikle, Araç  st  ekipman sektörü inşaat, tarım makineleri, ağır ticari araçlar gibi farklı sektörlerden etkilendiği için hedeflenen müşteriye yönelik ilgili sektörlerin ekonominin içerisindeki yeri ve alt sektörlere etkilerinin neler olabileceğine yönelik analizler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, bu pazarlarda ürünlerin segmentasyonunun daha odaklı yapılabilmesi ve firmaların pazarda sürdürülebilirliklerinin sağlanması için kültürel, coğrafi ve sektörel bulgulara yer verilmiştir.

2. Küresel Araç Üstü Ekipman Sektör Analizi

2.1 Araç Üstü Ekipman Sektörünün Genel Durumu

Vinçler

Malzeme nakil ekipmanları kapsamında yer alan vinçler alt sektörü, küresel seviyede vinçler ve kaldırma ekipmanları adı altında incelenmiştir.

2015 yılı itibariyle küresel malzeme nakil ekipmanları⁴ üretimi 156 Milyar \$ hacmine ulaşmış olup, 2013-2015 yılları arasında yıllık %19 oranında bileşik büyüme göstermiştir. Vinçler ve kaldırma ekipmanları ise 79 Milyar \$ ile toplam üretimin %51'ini temsil etmektedir.

Şekil 1: 2015 Yılı Vinçler ve Kaldırma Ekipmanları Sektöründe Öne Çıkan Pazarlar, Üretim (Milyar \$)



Kaynak: European Materials Handling Federation: World Materials Handling Alliance, 2015

ABD, Avrupa, Çin ve Japonya'da yoğunlaştığı gözlemlenen vinçler ve kaldırma ekipmanları sektörü 2013-2015 yılları arasında yıllık %13 oranında bileşik büyüme göstermiştir. Genel olarak büyüme eğilimine sahip olan sektörde en büyük hacme 45,9 Milyar \$ ile Çin sahipken, en yüksek artışı %22'lik bileşik büyüme oranı ile ABD göstermiştir. Pazarın üzerinde büyüme performansı gösteren ABD'nin dışında, Japonya %21, Çin %14, AB ülkeleri %6 yıllık bileşik büyüme oranları ile takip etmektedir.

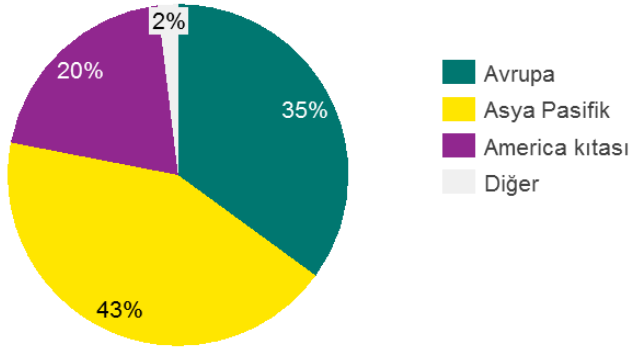
⁴ Endüstriyel araçlar, Sürekli taşıma ekipmanları, Bağlantı & saklama ekipmanları ve Vinçler ve kaldırma ekipmanlarını kapsamaktadır.

Vinçler sektörü ABD’de %76 oranında konut ve farklı kullanım alanları olmak üzere inşaat sektörü bazında oldukça revaçtadır.⁵ Otomasyonun artması ile birlikte malzeme nakil ekipmanlarına olan talep de doğru orantılı olarak artış göstermiştir. Özellikle Çin ve ek olarak Hindistan’da imalatın artmasıyla birlikte, dağıtım ve üretimi kolaylaştıracak ekipmana duyulan ihtiyaç da artış göstermektedir.

Asansörler

2015 yılı itibariyle yaklaşık 59 Milyar \$ hacme ulaştığı tahmin edilen asansörler ve yürüyen merdivenler sektörünün, 2016’da 65 Milyar \$’a ulaşması beklenmektedir.

Şekil 2: Küresel Asansörler & Yürüyen Merdivenler Sektör Değeri Coğrafi Dağılımı, %



Kaynak: Credit Suisse Global Elevators & Escalators, 2015

Asansörler ve yürüyen merdivenler ürün grubunun coğrafi dağılımı incelendiğinde ise Asya Pasifik’in %43’lük payı ile pazara hâkim olması dikkat çekmektedir. Küresel seviyede 897.563 adet asansörler ve yürüyen merdivenler siparişinin, 584.844 adedini Çin tek başına karşılamıştır. (Avrupa- 149.247 adet ve Amerika kıtası- 56.496 adet)

Sektörde yeni ürün alımı oldukça yaygın olmakla birlikte asıl yoğunlaşma ürünlerin bakım- onarımında yaşanmaktadır. Asansörler ve yürüyen merdivenler sektörünün yarısını bakım- onarım oluştururken %40’lık kısım yeni ürünü, %10’luk kısım ise modernizasyonu temsil etmektedir. Pazarda Thyssen, Kone, Schindler ve Otis gibi üreticilerin önemli payları bulunmakla birlikte, asıl pazar payı bakım- onarım yapan küçük ölçekli firmalar da bulunmaktadır. Yeni ürün alımı %69 oranında Çin’de gerçekleşirken, bakım-

⁵ RLB Crane Index, North America, 2016

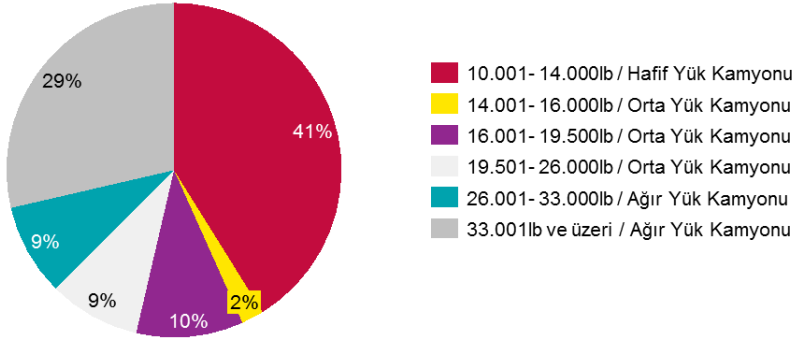
onarımında öne çıkan EMEA⁶'dır ve %50'lik kısmı oluşturmaktadır. Fakat 2020 yılı itibarıyla Çin'in bakım- onarım sektöründeki payının %40'lara çıkacağı öngörülmektedir.

Dorse & Römork

Dorse

Dorseler yani; treyler ürün grubunun genel kullanım ihtiyacı kamyon ve tır ürünleri ile doğmaktadır. Ürün ve malzeme taşımada kullanılan dorseler, direkt olarak kamyon üretim ve modellerinden etkilenmektedir. Küresel seviyede kamyon pazarının durumu incelendiğinde ise satışların kamyon modeline göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Şekil 3: Kamyon Modellerine Göre Satış Rakamları, 2016



Kaynak: trailer-bodybuilders.com, 2015 Vehicle Technologies Market Report

Kamyon sektörünün genel eğilimi doğrultusunda %46'lık payı ile hafif hizmet kamyonlarının en yüksek satış rakamına sahip olduğu görülmektedir. Bu sınıfta; yürüyerek binilen kamyon, kapalı kasa kamyon, şehir için teslimat kamyonu ve ağır iş pikapları gibi modeller yer almaktadır. Brüt ağırlığı ise 10.000 ile 14.000lb⁷ aralığında olan hafif yük kamyonlarında, 2015- 2016 yılları arasında %2 büyüme olmuştur.

En yoğun düşüşün yaşandığı segment ise 33.000lb ve üzeri ağır yük kamyonlarında görülmüştür. 2015- 2016 yılları arasında %22 oranında düşüş ile 163.091 adet satış yapılmıştır. Kategorizasyonda yer alan diğer tüm kamyon modellerinde %2 ile %13 arasında artış tespit edilmiştir.

Römork

⁶ Europe, The Middle East & Africa

⁷ 1 kilogram= 2.20462262185lb

Römork ürün grubu, yarı treyler sektörü olarak adlandırılan treylerin ön aksı olmayan modellerden biridir. Yarı treyler genellikle ürün ve malzeme taşırken kullanılmaktadır. Karavan, yarı- seyahat treyleri veya mobil evler de yarı treyler kategorisine girmektedir. 26.001lb ve üzeri kamyon modellerinde römorka rastlanmaktadır.

Küresel yarı treyler sektörünün 2020 yılı itibarıyla 34,3 Milyar \$ olacağı öngörülmektedir. 2015- 2020 yılları arasında %12'lik yıllık bileşik büyüme oranı yaşanması beklenmektedir. En büyük hacimli yarı treyler sektörüne sahip olan Asya- Okyanusya'nın ise bu dönemde yıllık %8,1 oranında büyüme yaşama ihtimali yüksektir.⁸

Hidrolik Sistemler

Hidrolik ve pnömatik sistemlerin sırasıyla su ve gaz ile çalışma prensibini açıklayan akışkan gücü⁹ sektör hacmi, 2015 yılı itibarıyla 88,3 Milyar \$ hacme ulaşmıştır. Yılda ortalama %7 oranında büyümesi beklenen sektörün, 2020 yılında 125 Milyar \$'lık hacme ulaşacağı öngörülmektedir.¹⁰ Asya Pasifik, Kuzey Amerika ve Avrupa, küresel pazarda en fazla öne çıkan bölgelerdir. Almanya, ABD ve Çin, en önemli oyunculardır.

Enerji tasarruflu hidrolik ekipmanlar ile birlikte pazarda büyüme beklentileri oldukça yükselmiştir. Ayrıca, hidrolik delme ekipmanlarının (sulu delme) da petrol ve doğalgazdaki gerilemeye rağmen kaya doğalgazı, derin deniz sondajı, ağır yağ gibi daha maliyetli işlerin artışı sektörü etkilemesi olasıdır.

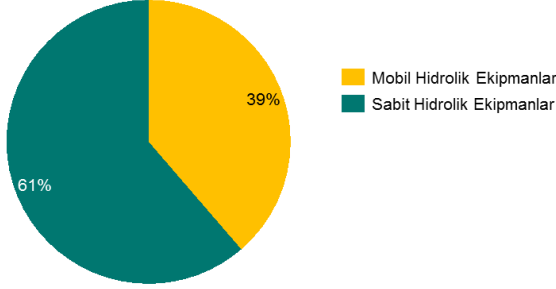
Sabit duran hidrolik ekipmanlar; asansör, takım tezgahları, kaldırma/ taşıma cihazları ve vb. birçok ürünün hidrolik ekipmanlar sektöründeki payı (%61), mobil hidrolik ekipmanlara (%39) göre daha yüksektir. Hareketli hidrolik ekipmanlar ise kule vinci ya da ekskavatör kamyonları gibi otomobil, traktör, inşaat makinesi ve tarım makineleri vb. araçlardan meydana gelmektedir.

⁸ Statista, CETOP, EY Analizi

⁹ Akışkan gücü, hidrolik ve pnömatik teknolojilerin sırasıyla su ve gazla çalışmasını açıklayan terimdir. Hidrolikte kullanılan sıvı genellikle su/yağ iken pnömatik sistemde sıkıştırılmış gaza rastlanmaktadır. Bu sistemlerle birlikte, elektriksel ya da mekaniksel yapılan enerji transmisyonu, akışkan gücü ile de sağlanabilmektedir

¹⁰ National Fluid Power Association

Şekil 4: Hidrolik Ekipman Pazar Dağılımı, 2014



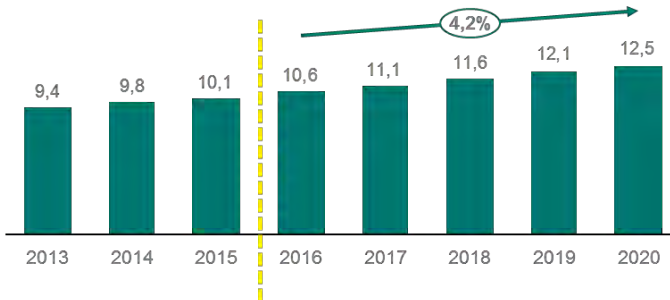
Kaynak: Global Industry Analysts Inc. The Global Hydraulics Market, 2015

Toplama & filtreleme, silindirler, güç kaynağı, pompalar & motorlar, valfler ve diğer silindir ekipmanları olmak üzere birçok kullanım alanı ve alt kırılımı bulunan hidrolik ekipmanları sektöründe güç kaynağının 2014- 2020 yılları arasında %6 (YBBO) artacağı öngörülmektedir. Diğer ürünlerdeki büyümenin ise güç kaynağı ekipmanındaki büyümenin yarısı ya da daha azı şeklinde olması beklenmektedir.

Hidrolik Silindirler

Küresel Hidrolik silindirler pazar hacminin 2014 yılı itibariyle toplamda 9,8 Milyar \$'a ulaştığı tahmin edilmektedir. 2020'ye kadarki dönemde ise yıllık %4,2 bileşik büyüme oranı ile 12,5 Milyar \$ olması beklenmektedir. Hidrolik silindirlerin en çok kullanıldığı alanlar olması sebebiyle, malzeme nakil ekipmanları, havacılık & savunma ve altyapı/ inşaat sektörlerinin büyümesi doğrudan olarak etkide bulunmuştur.

Şekil 5: Küresel Hidrolik Silindirler Pazar Hacmi, Varsayılan ve Tahmini 2013-2020, Milyar \$



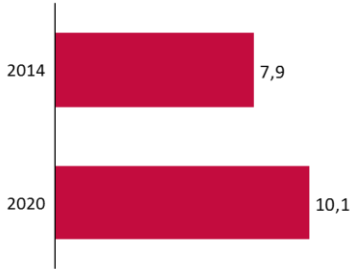
Kaynak: InterOcean Investment Bank for the Manufacturing Sector, Hydraulic Cylinder Industry Report 2016

2016 sonrası için de inşaat ve sanayileşmedeki gelişmeler nedeniyle hidrolik silindire olan talebi arttırmaya devam edeceği tahmin edilmektedir.

Hidrolik Pompalar

Hidrolik pompalar sektörü ise 2014 yılını 7,9 Milyar \$ hacim ile kapamış olup 2020 yılına kadarki dönemde 10,1 Milyar \$'a ulaşacağı öngörülmektedir.

Şekil 6: Küresel Hidrolik Pompalar Pazar Hacmi, Milyar \$



Kaynak: Statista

2014- 2020 yılları arasında %7,4'lük bileşik büyüme oranı ile Asya-Pasifik'in en hızlı büyüyen pazar olacağı öngörülmektedir. Tarım sektörünün makineleşmesinin bunda büyük katkısı olacaktır. Eğilimin daha da artış göstermesi işçi maliyetlerinde artış, üretim maliyetlerinde düşüş ve verimliliğin artırılmasına yönelik teşviklerle olabilecektir. Hidrolik sistemlerin kullanımını küresel seviyede etkileyebilecek birkaç eğilime aşağıda yer verilmiştir:

- ▶ Enerji verimliliğine verilen önemin artması, enerji tasarrufu yüksek hidrolik ekipman kullanımını etkilemektedir.
- ▶ Petrol & doğalgaz sektörlerindeki alternatif alanlar hidrolik delme ekipmanları için olumlu bir hava oluşturmaktadır.
- ▶ Tarımda mekanizasyonun artması mobil hidroliklerin kullanımında artışa sebebiyet verecektir.
- ▶ Küresel inşaat sektörünün büyümesi, inşaat hidroliklerini pozitif yönlü etkileyecektir.
- ▶ Kalifiye iş gücü hidrolik ekipmanlar sektörü için oldukça önem arz etmekte olup sektörün karşılaşılabileceği en büyük engellerden biri olacağı tahmin edilmektedir.

İlgili Sektörler

Küresel pazarda 4 Trilyon \$'lık hacme sahip olan inşaat sektörü, son yıllarda enerji fiyatlarındaki düşüşten olumsuz etkilenmiştir. Ekonomileri petrol ve

doğal gaz ihracatına bağımlı olan ülkelerde, gelir seviyesindeki düşüş sebebiyle inşaat sektöründeki kamu harcamaları ve özel sektör yatırımları hız kaybetmiştir. Bu durum, 2010 yılından itibaren büyüyen sektörde 2015 yılında durgunluğa neden olmuştur. Ancak, enerji fiyatlarının gelecek dönemde toparlamasının beklenmesi ve bu ekonomilerde petrol dışı sanayi yatırımlarının yapılmasıyla, inşaat sektörünün de yukarı yönlü ivme yakalayacağı öngörülmektedir. 2020 yılına kadar yılda ortalama %6 büyümesi beklenen inşaat sektöründe, Asya-Pasifik, Afrika ve Orta Doğu bölgelerinin büyümede önemli rol oynayacağı tahmin edilmektedir.

235 Milyar \$ hacimli küresel makine sektörü¹¹, tarım makineleri, inşaat makineleri ve maden makinelerinden oluşmaktadır. İnşaat makineleri %62'lik payla küresel makine sektöründe en fazla üretilen üründür. Gelişmiş sanayi alt yapısı bulunan ülkelerin başı çektiği sektörde, Asya-Pasifik %32'lik payla en fazla üretim yapılan bölgedir. ABD ise, %29'luk payla en fazla üretimin yapıldığı ülke konumundadır. Asya-Pasifik ve ABD'de, sektörün büyüdüğü tespit edilmiştir. Avrupa makine sektörü ise, Rusya pazarının daralması sebebiyle durgunluk yaşamaktadır. Makine sektörünün gelecek dönemde yılda ortalama %3-%3,5 seviyesinde büyüyeceği öngörülmektedir. Diğer yandan, 1 Trilyon \$ hacimli küresel demir-çelik sektöründe ise, gelecek dönemde yıllık %2 seviyelerinde büyüme beklenmektedir. Demir-çelik sektöründe Asya-Pasifik bölgesinin payı yaklaşık %70'tir.

¹¹ İlgili sektörler altında analiz edilen makine sektörü, inşaat makineleri, tarım makineleri ve maden makinelerini kapsamaktadır.

Şekil 7: Küresel İlgili Sektör¹²



Kaynak: BMI, Marketline, World Bank, FAO, IHS, EY Analizi

Tarım sektörü, küresel pazarda en önemli gelir kaynaklarından biridir. Sektör 2011-2015 arasında yılda ortalama %1,7 büyümüş ve yaklaşık 3,2 Trilyon \$'lık hacme ulaşmıştır. Küresel tarım sektörünün, 2015 yılının ardından büyümeye devam etmesi beklenmektedir. Gelecek beş yıllık dönemde yılda ortalama %1,4 büyümesi beklenen sektörün, 2020 yılında 3,4 Trilyon \$'ın üzerinde hacme ulaşacağı öngörülmektedir. Üretim verimliliğinin artması için kamu ve özel sektör tarafından mekanizasyona yapılan yatırımlar, büyümedeki başlıca etkidir. Afrika bölgesinin büyümeye önemli katkı sağlaması beklenmektedir. Çin yaklaşık 1 Trilyon \$'lık hacimle, küresel sektörde en çok öne çıkan ülke konumundadır.

Ağır yük taşıtları sektöründe, 2015 yılındaki üretim miktarı 3,4 Milyon adet üzerinde. Üretimin gelecek dönemde Kuzey Amerika ve Batı Avrupa bölgesinde yılda ortalama %3,4 artacağı öngörülmektedir. Küresel pazardaki üretimin %73'ünü karşılayan Asya-Pasifik'te ise, yılda ortalama %0,5 oranında büyüme beklenmektedir. Küresel pazardaki ağır yük taşıtları satışı 2013 yılında yaklaşık 2,8 Milyon adettir. Bu değer %55'lik bölümünü Brezilya,

¹² Analiz edilen alt sektörlerden asansörler ve vinçler inşaat sektöründen, dorse ağır yük taşıtları sektöründen, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar makine & demir-çelik sektöründen, römorklar ise tarım sektöründen doğrudan etkilenmektedir. Ek olarak, ilgili sektörlerden dolaylı yoldan etkilenen ürün grupları da aşağıda detaylı bir biçimde belirtilmiştir.

Rusya, Hindistan ve Çin karşılamaktadır. 2020 yılına dek, Orta Doğu ve Afrika bölgesindeki satışlarda ise yüksek oranlı büyüme beklenmektedir.

Rapor kapsamında analiz edilen ürünlerin ithalat potansiyelini göstermesi açısından önemli olan ilgili sektörlerde, inşaat, makine & demir çelik ve ağır yük taşıtları sektörlerindeki büyüme dikkat çekmektedir. Bu sektörlerin yüksek hacimli olması ve gelecek dönemde de büyümesinin beklenmesi, vinçler, asansörler, dorse, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar üreticileri için fırsat yaratmaktadır. Asya-Pasifik, Orta Doğu ve Afrika, bu sektörlerde büyüme potansiyeli en yüksek bölgelerdir. Römork alt sektörü içinse, özellikle Afrika'da yapılan yatırımların fırsat yaratması beklenmektedir.

Öne Çıkan Oyuncular

Araç üstü ekipman sektöründe *tier one*¹³ firma olarak öne çıkan oyuncular; Bosch Rexroth, Eaton, Liebherr, XCMG, Zhejiang, Hyundai Translead, Wabash ve Schmitz Cargobull' dur.

Rexroth Bosch Rexroth Almanya menşeli firma, Mobil Uygulamalar, **Bosch Group** Makine Uygulamaları, Mühendislik ve Fabrika Otomasyonu alanlarında yenilikçi ürünler geliştirerek özel sistem çözümleri üretmektedir. Firma hidrolik, elektrikli tahrik ve kontrol, dişli teknolojileri ve doğrusal hareket ve montaj teknolojilerini sunmaktadır. Özel entegre otomasyon çözümleri ve sistemleriyle sanayinin ihtiyacı olan her türlü ürün ve hizmeti tek çatı altında toplayan Bosch Rexroth, satış öncesi ve sonrası mühendislik çalışmalarıyla birlikte sistem tasarım, montajı ve testi, satış sonrası eğitim ve saha servis hizmetleri vermektedir.

Eaton elektriksel, hidrolik ve mekanik enerjinin daha verimli, güvenilir ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi için çeşitli enerji yönetim çözümleri sunarak global bir teknoloji lideri konumuna gelmiştir. İrlanda merkezli Eaton' un ürünleri 175'ten fazla ülkede satılmaktadır. Eaton firması, 2012 yılında Cooper Industries Plc'yi devralarak, hizmet portföyünü daha geniş bir endüstriyel alana taşımıştır. Eaton firması Elektrik, Hidrolik, Havacılık ve Uzay, Araç olmak üzere dört farklı alanda hizmet vermektedir. Hidrolik alanında mobil ve endüstriyel uygulamalarda kullanım için güvenilir ve yüksek verimli hidrolik sistemler ve bileşenler tasarlayıp üretmekte ve pazarlamaktadır. Eaton'ın havacılık ve uzay birimi, ticari ve askeri programlar için gelişmiş hidrolik sistemler, yakıt sistemleri, hareket kontrol sistemleri, tahrik alt sistemleri ve kokpit ara yüzü ve devre



¹³ Tasarım, parça üretimi ve büyük alt montajlarda otomotiv üreticilerine, orijinal parça tedariklerini doğrudan sağlayan firmalardır.

koruma uygulamalarını içermektedir. Firmanın 2016 yılı itibariyle cirosu 20,8 Milyar \$'dır.

LIEBHERR 1949 yılında Hans Liebherr tarafından kurulan Liebherr firması, dünyanın en büyük inşaat makinesi üreticilerinden biri olmasının yanı sıra sunduğu yüksek teknolojiye sahip ürünleri ve hizmetleriyle de ön plana çıkmaktadır. İnşaat makineleri üretimi dışında havacılık, ulaşım, otel ve beyaz eşya gibi alanlarda hizmet vermektedir. Soğutucu ve dondurucular, inşaat makineleri, madencilik ekipmanları, mobil ve paletli vinçler, malzeme taşıma ekipmanları, deniz vinçleri, uzay ve ulaşım sistemleri, takım tezgahları ve otomasyon sistemleri, ev aletleri ve bileşenleri hizmet verdiği ürün grupları arasında yer almaktadır. İsviçre orijinli firmanın 2016 yılı itibariyle toplam geliri 12,5 Milyar \$'dır.

XCMG, esas olarak inşaat mühendisliği makineleri üretimi yapan Çin merkezli bir firmadır. Firma vinçler, sıkıştırma makineleri, beton makineleri, yol makineleri, yangın söndürme araçları ve diğer inşaat makinelerinin üretiminin yanı sıra bu makinelerin yedek parçalarının araştırma, geliştirme, imalat ve dağıtımında yer almaktadır. Firma, ürünlerini yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda dağıtmaktadır. 2016 yılı itibariyle 2,4 Milyar \$ gelir elde etmiştir.



Hyundai Translead, nakliye sektörü için kuru ve soğutmalı van, konteyner üretiminde lider bir firmadır. Taşımacılık sektöründe yenilikçi ürün ve hizmetler sunmaktadır. Merkezi San Diego'da olan Hyundai Translead üretimini Meksika'da gerçekleştirmektedir. Firmanın 2016 yılı itibariyle toplam geliri 69 Milyar \$'dır.

Wabash firması, standart ve özelleştirilmiş kamyon ve tanker römorkları, intermodal ekipman ve ulaşım ile ilgili ürünlerin tasarımı, üretimi ve pazarlamasını yapmaktadır. Firma Ticari Römork ürünleri, çeşitlendirilmiş ürünler, perakende ve kurumsal bölümlerinde hizmet vermektedir. Ticari römork ürünleri alanında standart ve özelleştirilmiş van, taşınabilir depolama konteynerleri, dorse parçaları ve platform römorkları üretilmektedir. Ayrıca, doğrudan firmadan veya bağımsız bayiler aracılığıyla satın alan müşterilere ve perakende bölümüne yeni römorklar üretilip satılmaktadır. ABD menşeli firmanın 2016 yılı itibariyle toplam geliri 2 Milyar \$'dır.



Schmitz Cargobull firması, motorlu kara taşıtları için yarı römork ve yarı römork konteyneri üretimi yapmaktadır.

Modüler sistemin çeşitliliğini kullanarak nakliye ve lojistik için yarı römorkların en üst düzeyde endüstriyel seri üretimini gerçekleştirmektedir. Almanya orjinli firmanın 2016 yılı itibarıyla toplam geliri 2 Milyar \$'dır.

1910 yılında Finlandiya' da kurulan Kone firması, asansör ve yürüyen merdiven sektörünün global seviyedeki liderlerinden biri olarak pazarda faaliyet göstermektedir. Firma; asansör, yürüyen merdiven ile otomatik bina kapılarının montajı, modernizasyonu ve bakımına yönelik çözümler sunmaktadır. Dünyadaki en büyük üç asansör firmasından biri olan Kone, tüm kıtalarda bulunmaktadır. 1000 servis merkezi ile yaklaşık 60 ülkede yaklaşık 50.000 çalışanı bulunmaktadır. Firmanın 2016 yılı itibarıyla toplam geliri 9,5 Milyar \$'dır.



2.2 Araç Üstü Ekipman Dış Ticaret Eğilim Analizi

Rapor kapsamında incelenen Vinçler, Asansörler, Dorse, Hidrolik Güç Motorları, Hidrolik Pompalar ve Römorklar ürünlerinden oluşan küresel araç üstü ekipman sektörü ürünleri, makine ve motorlu kara taşıtları & aksam ve parçaları olmak üzere farklı ana sektörler altında yer almaktadır. Alt sektörler, ilgili ana sektörler altında değerlendirilmiştir.

2015 yılındaki küresel ithalat hacmi 25 Milyar \$'ın üzerinde olan motorlu kara taşıtları & aksam ve parçaları¹⁴ sektöründe, ithalat değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1,4 büyümüştür. ABD, Almanya ve Kanada en fazla araç üstü ekipman ithal eden ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Üç ülke küresel ithalatın dörtte birinden fazlasını karşılamaktadır. Analiz edilen ürünlerden dorse, araç üstü ekipman sektöründe %31'lik payla en fazla ithal edilen üründür. Vinçler ve römorklar alt sektörlerinin de sırasıyla %10 ve %2'lik payı bulunmaktadır.

Makine sektörü (84 GTİP kodlu) küresel ithalatı 2011- 2015 yılları arasında yıllık ortalama %1'lik düşüş yaşayarak yaklaşık 2 Trilyon \$ seviyesine gerilemiştir. İthalatta ağırlıklı olarak ABD, Çin, Almanya ve İngiltere'nin yer aldığı görülmektedir. İthalat değerleri açısından hidrolik pompalar %3,2, hidrolik güç motorları %1 ve asansörler %0,3'lük payı ile makine sektörü içerisinde yer almaktadır.

Araç üstü ekipman sektörü ithalatı, rapor genelinde incelenen altı ürün kapsamında 2015 yılı itibarıyla 99,1 Milyar \$¹⁵ hacme sahiptir. İthalatın daha çok Asya Pasifik, ABD ve Avrupa ülkeleri tarafından yapıldığı, tedarikin ise Çin, Almanya, ABD'den sağlandığı gözlemlenmiştir. Hidrolik pompalar alt

¹⁴ Grupla yer alan GTİP numaraları: 842611, 842619, 842620, 842630, 842699, 870530, 871620, 871639, 871690'dır.

¹⁵ Alt sektörlerin, sektör içerisindeki payları hesaplanırken baz alınan toplam hacimdir.

sektörler arasında 62,9 Milyar \$'lık ithalat hacmi ile en yüksek değere sahip üründür.

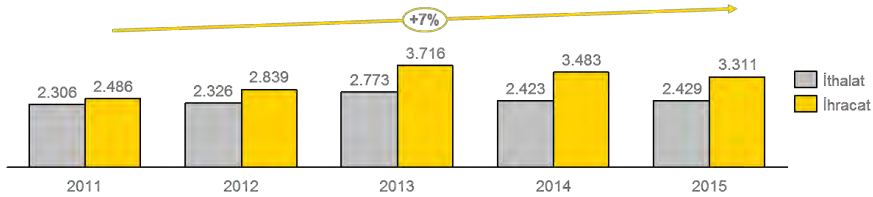
Vinçler:

Küresel araç üstü ekipman ürünlerine ait GTİP kodları üzerinden vinçler dış ticaret eğilimleri incelenmiştir. İlgili ürünün 2011- 2015 yılları arası ithalat ve ihracat hacmi ile bu ürün grubundaki ilk 10 ithalatçı ve ilk 10 ihracatçı ülke analiz edilerek pazardaki büyük oyunculara yer verilmiştir. Bu doğrultuda ilgili analizler aşağıda yer almaktadır.

Vinçler sektörünün toplam araç üstü ekipman sektörü içerisindeki payı %2'dir. İncelenen alt sektörler arasında 2011- 2015 yılları arasında %7'lik yıllık bileşik büyüme oranı ile en yüksek artışa sahip ürün olma özelliğini taşımaktadır. Çin, küresel vinçler tedarikinde %65'lik oranla pazara hakim konumda olması ile dikkat çekerken, ithalat pazarında Endonezya, Singapur, ABD, Güney Kore ve Türkiye gibi ülkeler ile pazar payları bakımından daha homojen bir yapı görülmektedir. Singapur ve ABD'nin hem ihracatçı hem de ithalatçı olması dikkat çekmektedir.

Küresel vinçler dış ticareti 2013 yılına kadarki dönemde artış göstermiş olup sonraki dönemde düşüşe geçmiştir. Fakat 2011-2015 yılları arası genel eğilimin büyümeye sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Şekil 8: Vinçler 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$

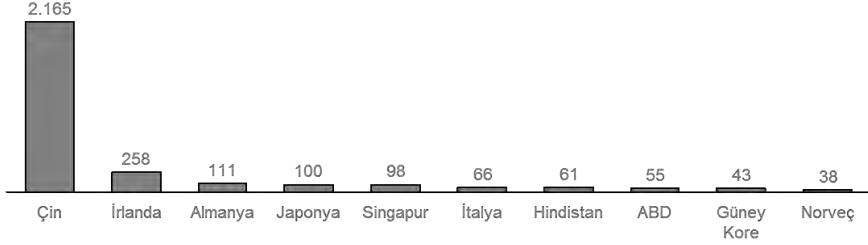


Kaynak: Trademap

Küresel seviyede vinçler alt sektörü 2011- 2015 yılları arasında yıllık %7'lik bileşik büyüme oranı ile 3,3 Milyar \$ hacmine ulaşmıştır.

Vinçler ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 9: Vinçler İlk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

Çin, küresel vinçler ihracatında %65'lik payı ile pazara hakim konumdadır. İspanyol Linden Comasa gibi şirketlerin, Çinli firmalar ile kurduğu ortaklıklar da ülkenin vinçler sektöründeki hakimiyetinin en önemli sebepleri arasında yer almaktadır.¹⁶ Listede yer alan diğer ihracatçı ülkeler; İrlanda (%8), Almanya (%3), Japonya (%3) ve Singapur (%3) görece oldukça küçük hacimlidir. İhracatta ağırlıklı olarak, Avrupa ve Asya ülkeleri ile ABD'nin faal olduğu tespit edilmiştir.

Çin'in en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler; Meksika (%11), Endonezya (%8), Katar (%7,5), Türkiye (%6,2) ve Singapur (%6,2)'dur. Ağırlıklı olarak, yakın coğrafyası, Orta Doğu ve görece daha küçük hacimlerle Avrupa bölgesine yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. ASEAN¹⁷ üyeliği nedeniyle ihracat pazarlarında oldukça avantajlı konumda olan Çin; Meksika ve Katar'a yüksek, Türkiye ve Singapur'a orta fiyat segmentlerinde ürün sağlamaktadır. Vinçler tedarikinde Çin'in vergi uygulamasına tabi olduğu tek pazar ise %5'lik oranı ile Katar'dır.

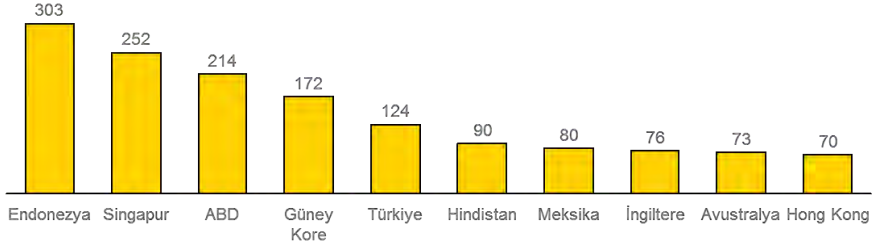
Öte yandan, vinçler ihracatında ikinci en büyük oyuncu olan İrlanda, Çin'e nazaran daha dağınık bir coğrafya üzerinden ihracatını iletirmektedir. Başta ABD olmak üzere, Şili, Suudi Arabistan, Kenya, Avustralya ve Guatemala, İrlanda'nın toplam ihracatının %70'ini temsil etmektedir. Suudi Arabistan ve Avustralya'nın %5 oranlarında vergi uyguladığı pazarda, genel eğilimin düşük fiyat segmentli ürünler yönünde olduğu tespit edilmiştir. Yüksek fiyat segmentli ürün tercihinde ise Kenya öne çıkmaktadır.

Vinçler İthalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

¹⁶ International Cranes and Specialized Transport, January 2015

¹⁷ Güney Doğu Asya Ülkeleri Birliği: Endonezya, Malezya, Tayland, Filipinler ve Singapur (kurucu üyeler), Brunei, Vietnam, Laos, Myanmar ve Kamboçya

Şekil 10: Vinçler İlk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

Küresel vinçler ithalatında %22'lik payı ile Endonezya lider konumda yer alırken Singapur ve ABD %10 ve %9'luk payları ile pazardaki diğer önemli oyuncular olarak listede yer almaktadır. Vinçler ithalatının genel olarak Asya, Amerika kıtası ülkeleri, Türkiye ve Avrupa'da yoğunlaştığı gözlemlenmektedir.

Endonezya, ithalatının tamamına yakını Çin (%61), Japonya (%20) ve Singapur'dan (%6,7) karşılamaktadır. Ülkenin, görece daha küçük hacimlerle olmak üzere; Almanya, Güney Kore ve Malezya'ya da vinç tedarik ettiği görülmektedir. Genel anlamda, ithalatın öncelikli olarak ihracattaki büyük oyuncularından ve Asya Pasifik ülkelerinden karşılandığı tespit edilmiştir. Genel eğilimin düşük fiyat segmentindeki ürünlere olduğu gözlemlenmektedir.

Aynı zamanda küresel seviyede beşinci büyük vinç ihracatçısı olan Singapur'un, iç talebini karşılamak için tercih ettiği ülkeler de Endonezya ithalat pazarına paralellik göstermektedir. Çin (%62) başta olmak üzere, Almanya (%11) ve Japonya (%8,5), Singapur vinçler talebini karşılayan başlıca ülkeler olarak yer almaktadır. Singapur'da Tat Hong, Tiong Woon Crane and Transport gibi yerel birçok vinç üreticisi bulunmaktadır. Bununla beraber, Japon firması Tadano, Singapur pazarına yönelik 60 ton kapasiteli vinç üretmiştir. Vinçler, düşük yakıt kullanımı, hidrolik kullanım sistemi ve şehir içinde sürülebilme özellikleri sayesinde öne çıkmayı başarmıştır.¹⁸

ABD ise ithalatının yarısından fazlasını Çin, İrlanda ve Japonya'dan gerçekleştirmekte ve orta fiyat segmentinde ürün tercih etmektedir. Türkiye ise küresel seviyede beşinci en büyük vinç ithalatçısı olarak öne çıkmakta olup, vinçler ihtiyacının %80'ini Hindistan ve Çin'den karşılamaktadır. Yüksek fiyat segmentinde Hindistan'ı tercih eden Türkiye, Çin'den ise düşük fiyatlı ürün ithal etmektedir.

¹⁸ International Cranes and Specialized Transport, June 2014

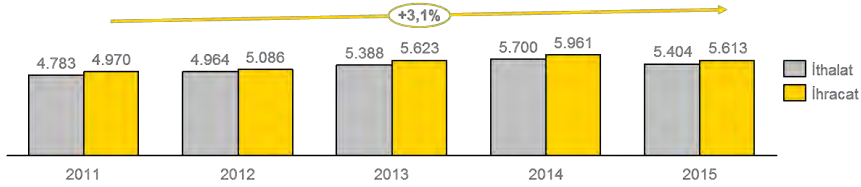
Asansörler:

Küresel araç üstü ekipman ürünlerine ait GTİP kodları üzerinden asansörler dış ticaret eğilimlerine ait ilgili analizler aşağıda yer almaktadır.

Asansörler alt sektörü, araç üstü ekipman sektörü içerisinde %5'lik oran ile ortalamanın altında bir paya sahiptir. Öte yandan, dış ticareti hacmi 2011-2015 yılları arasında en yüksek artışa sahip olan ikinci ürün olma özelliğine sahiptir. Vinç sektöründe olduğu gibi asansörler küresel ihracatında da Çin'in hâkimiyeti göze çarpmaktadır. Küresel asansörler ürünü, ithalatta ise ihracata göre daha küçük hacimde ilerlemektedir. Asansörler pazarında öne çıkan ülkeler; Rusya, Çin, İngiltere ve Malezya'dır. Ek olarak Çin, ABD ve Fransa, hem ihracatta hem de ithalatta önemli oyuncular arasında yer almaktadır.

2015 yılında %6'lık düşüş yaşayan asansörler küresel ithalat ve ihracatının, 2011- 2015 yılları arası genel eğilimi incelendiğinde pozitif yönlü ilerlediği gözlemlenmektedir. Son 20 yıllık dönemde ilk kez düşüş yaşayan asansör sektörü, Çin'in iç talebinin azalmasından etkilenmiştir. Ülkedeki asansör kazalarında yaşanan artış, satışlara da olumsuz yönde yansımıştır.¹⁹

Şekil 11: Asansörler 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$



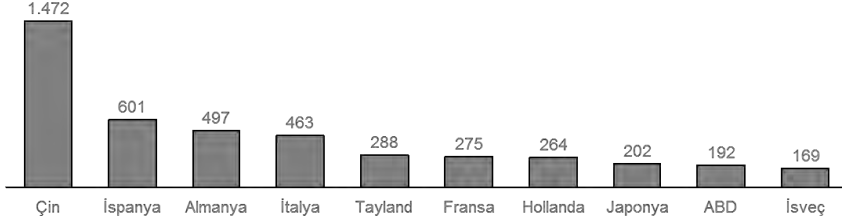
Kaynak: Trademap

Küresel asansörler dış ticareti 2011-2015 yılları arası %3,1 bileşik büyüme oranı ile 5,6 Milyar \$ hacim değerindedir.

Asansörler ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

¹⁹ PR Newswire: Global and China Elevator Market, 2016- 2020

Şekil 12: Asansörler İlk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

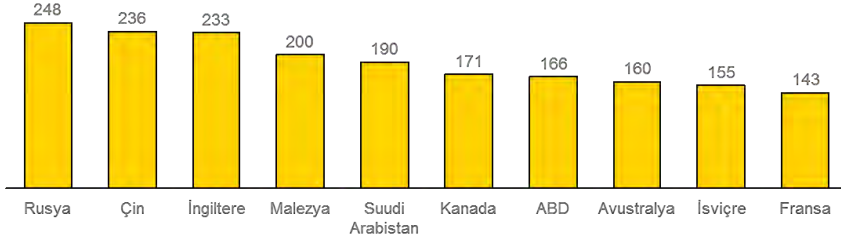
Küresel asansörler ihracatında, vinçler alt sektöründe olduğu gibi yine Çin'in hâkimiyeti göze çarpmaktadır. %26'lık pay ile lider konumda olan Çin'i, İspanya (%11) ve Almanya (%9) takip etmektedir. Pazarda yer alan büyük asansör tedarikçilerinin ağırlıklı olarak Asya Pasifik ve Avrupa bölgesinde yer aldıkları tespit edilmiştir.

Çin'in en çok asansör tedariki yaptığı ülkeler; Malezya (%9), Singapur (%6), Endonezya (%5,5) ve Avustralya (%5,4) gibi komşu ülkeleri ile BAE (%4,8) ve Türkiye (%4,4)'dir. İhracat gerçekleştirdiği ülkelerin hacimsel olarak homojen bir yapıda oldukları göze çarpmaktadır. Ayrıca bu ülkelerin genel olarak yüksek fiyat segmentini tercih ettikleri tespit edilmiştir. Malezya'nın %2,5, Avusturalya ve BAE'nin %5 oranlarında vergi uygulaması bulunmaktadır.

Çin'e oranla oldukça düşük ihracat hacmine sahip olan ikinci en büyük asansör tedarikçisi İspanya ise, ihracatını başta AB üyesi ülkeler ile Orta Doğu'da Suudi Arabistan, İsrail ile Meksika ve Fas'a gerçekleştirmektedir. İspanya'nın oldukça dağınık bir ticaret akışına sahip olduğu gözlemlenmiştir. Diğer AB ülkelerinde ise yine önceliğin Avrupa bölgesi ve Rusya, Suudi Arabistan, Katar, Amerika kıtası ülkeleri olduğu görülmektedir. Asya Pasifikte yer alan büyük ihracatçı firmalar da yakın coğrafya odaklıdır ve Orta Doğu'da BAE ve Suudi Arabistan'a asansör tedarik etmektedir. AB ülkelerinin pazarın düşük ve orta segmentli ürün talebine yönelik tedarik yapısı bulunmaktadır.

Asansörler ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 13: Asansörler İlk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

Rusya, asansörler ithalatı ile küresel seviyede en büyük hacme sahip ülkedir. Sıralamada yer alan diğer önemli ithalatçılar %4'lük payları ile Çin, İngiltere, Malezya, Suudi Arabistan, Kuzey Amerika ve AB ülkeleridir. Dolayısıyla ithalat akışının oldukça dağınık bir coğrafi yapılanması bulunmaktadır. Bir diğer dikkat çeken unsur ise küresel asansör ithalatının, ihracata oranla oldukça düşük hacimli olmasıdır.

Rusya, asansör ithalatının yarısından fazlasını Beyaz Rusya (%30), Çin (%19,4) ve Almanya'dan (%15,6) karşılamaktadır. Beyaz Rusya, Bağımsız Devletler Topluluğu'na üye olması sebebiyle pazarda vergi avantajına sahiptir. Bununla birlikte, genel eğilimin düşük segmentli ürünler üzerine yoğunlaştığı gözlemlenmiştir. Asansör iç talebini ithalat ile karşılayan diğer büyük bir oyuncu olan Çin ise, ithalatının yarısına yakını Japonya'dan gerçekleştirmektedir. Diğer yarısını ise AB ülkeleri, Güney Kore ve ABD'den karşılamaktadır. Güney Kore (%4,3) hariç tüm ülkelere %7,3 oranında vergi uygulayan Çin'in yerel ve uluslararası ortaklığına sahip Zhejiang Omlon Elevator Co. ve Kone China gibi büyük oyuncuların pazarda faaliyetlerine rastlanmaktadır. Rekabet seviyesinin yüksek olduğu Çin pazarında genel olarak yüksek fiyat segmentindeki ürünlerin ithalatının gerçekleştirildiği görülmektedir.

Dorse:

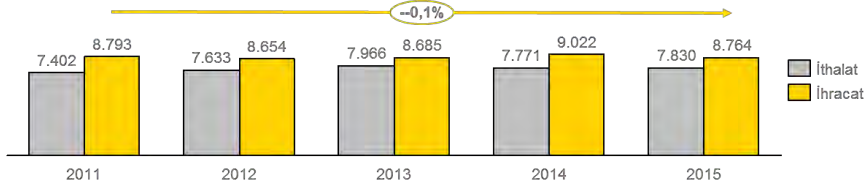
Küresel araç üstü ekipman ürünlerine ait GTİP kodları üzerinden dorse dış ticaret eğilimlerine ait ilgili analizler aşağıda yer almaktadır.

Dorsenin, araç üstü ekipman dış ticareti içerisindeki payı %8'dir ancak 2011-2015 yılları arasında bu ürün grubunun payında az da olsa düşüş görülmektedir. Almanya'nın lider olduğu küresel ihracat pazarında, ABD ve Meksika'nın da büyük dorse tedarikçilerinden oldukları tespit edilmiştir. Öte

yandan, ithalat pazarında ABD ve Kanada öne çıkmaktadır. Her iki ticari akışın da Avrupa ülkeleri ve Amerika kıtasında yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Küresel dorse ürün grubu dış ticaretinde 2015 yılında yaklaşık %3 oranında düşüş meydana gelmiştir. Fakat beş yıllık dönemde ithalat ve ihracat eğiliminin bu durumdan oldukça düşük seviyede etkilendiği görülmektedir.

Şekil 14: Dorse 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$

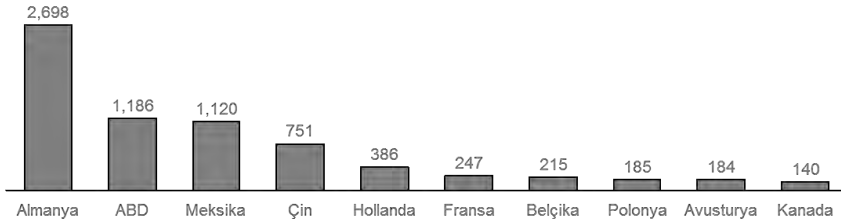


Kaynak: Trademap

Küresel dorse 2011- 2015 yılları arasında yıllık %-0,1 oranında bileşik büyüme oranı ile 8,7 Milyar \$'lık hacme gerilemiştir.

Dorse ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 15: Dorse İlk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

Almanya, küresel dorse ithalatında %31'lik payı ile en büyük tedarikçi konumunda yer almaktadır. Öte yandan Almanya'nın, ABD ve Meksika ile birlikte dünya dorse talebinin yarısından fazlasını karşıladıkları tespit edilmiştir. Dorse ihracatı genel olarak, AB ülkeleri ile Kuzey Amerika hâkimiyetinde ilerlemektedir.

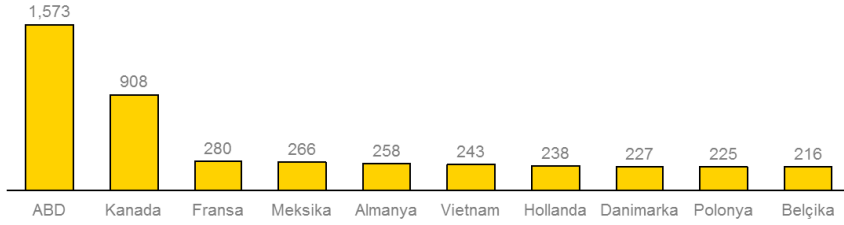
Lider konumda yer alan Almanya'nın, dorse ihracatını sadece Avrupa bölgesine gerçekleştirmesi dikkat çekmektedir. Homojen bir dağılıma sahip olan tedarik yapısında öne çıkan ülkeler Polonya (%13), Hollanda (%10,2) ve Fransa (%7,6)'dır. Avrupa bölgesinde otomobil üretim lideri olan Almanya'nın dorseler ürün grubunda da baskın yapısı görülmektedir çünkü 2015 yılı

itibariyle ülkede yer alan tesislerde kamyon üretimi 325.200 adedi bulmuştur.²⁰ Dolayısıyla, teknolojik donanımı ve üretim kapasitesi, taşıt ve birçok ekipman pazarında da Almanya'yı güçlü bir pozisyona taşımaktadır.

Pazarda yer alan bir diğer önemli oyuncu ABD'de, komşu ülkeleri ve yakın coğrafyasına odaklanmıştır. Kanada (%76) ve Meksika (%15), ABD pazarındaki en büyük dorse ithalatçıları olarak yer almaktadır. Küreselde en büyük üçüncü dorse tedarikçisi olan Meksika'nın ihracatının tamamına yakını ABD'ye sağladığı gözlemlenmiştir. Hyundai Translead gibi büyük dorse üreticisi firmaların üretim tesislerinin hem ABD'de hem de Meksika'da yer almasının bu durumun üzerinde etkisi oldukça büyüktür.²¹ NAFTA (North American Free Trade Agreement) ile birlikte, ABD düşük işçi maliyetleri ve coğrafi avantajları sebebiyle Meksika'da üretilen ürünlerin ihracatını gerçekleştirmektedir. Meksika, bu yapısını sürdürmeyi planlamaktadır. Dolayısıyla, Avrupa Birliği ve Japonya gibi birçok ülke ile STA imzalayarak büyük firmaların bölgedeki faaliyetlerini daha da attırmayı hedeflemektedir.²²

Dorse ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 16: Dorse İlk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

Genel olarak, Kuzey Amerika ile Avrupa bölgesinde yoğunlaşan dorse ithalatında %20 ve %12'lik payları ile sırasıyla; ABD ve Kanada öne çıkmaktadır. Sıralamada yer alan diğer oyuncular görece küçük ithalat hacimlerine sahiptir. Asya Pasifik bölgesinden Vietnam'ın %3'lük pay ile en büyük ithalatçılar arasında yer alması dikkat çekmektedir.

Pazardaki en büyük ithalatçı olan ABD, dorse talebini Meksika (%62) ağırlıklı olmak üzere Çin (%23) ve Kanada (%8) gibi yakın coğrafyasında bulunan ülkelere karşılamaktadır. ABD'nin dorse ithalatı yaptığı ülkeler, ilgili alt sektörün en büyük ihracatçıları arasında yer almaktadır. Öte yandan, ABD'nin

²⁰ Germany Trade & Invest GTAI: The Automotive Industry in Germany, 2016- 2017

²¹ Focus Report: Dry Freight Van Trailer Manufacturing in North America, 2013

²² 2016 ITA Industrial Automation Top Markets Report

herhangi bir vergi uygulamasının bulunmadığı pazarda genellikle düşük segmentli ürünler tercih edilmektedir.

Kanada ise ithalatının tamamına yakını ABD'den karşılamaktadır. NAFTA üyeleri harici ülkelere %5,2 oranında vergi uygulaması bulunan Kanada pazarının, düşük fiyat segmentindeki ürünlere eğiliminin oldukça yoğun olduğu görülmektedir. Ayrıca, Kanada'nın *re-import* gerçekleştirmesi de dikkat çekmektedir. Öte yandan, AB ülkelerinin ithalatta yine Avrupa bölgesi ve Türkiye'yi tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Dorse ithalat ve ihracatının yakın coğrafya odaklı ve aynı zamanda vergi oranına duyarlı bir yapıda ilerlediği tespit edilmiştir.

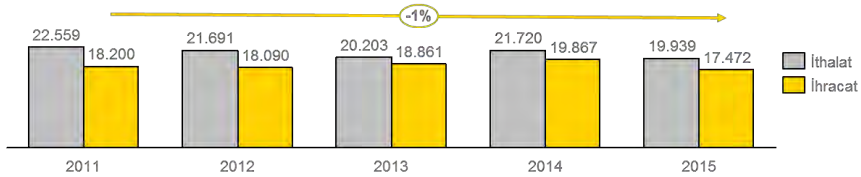
Hidrolik Güç Motorları:

Küresel araç üstü ekipman ürünlerine ait GTİP kodları üzerinden hidrolik güç motorları dış ticaret eğilimlerine ait ilgili analizler aşağıda yer almaktadır.

Araç üstü ekipman sektörü içerisindeki payı yaklaşık %20 olan hidrolik güç motorları, hidrolik pompalardan sonra en büyük ikinci dış ticaret hacmine sahip üründür. ABD, Almanya ve Çin en büyük hidrolik güç motoru tedarikçileri olarak öne çıkmaktadır. Aynı zamanda bu üç ülke ithalatta da en büyük oyuncular olarak yer almaktadır.

2014 yılına kadarki dönemde artış eğilimine sahip olan hidrolik güç motorları ürün grubunun, 2015'te %12'lik düşüşü dikkat çekmektedir. Genel dış ticaret eğiliminin ise incelenen 5 yıllık dönem süresince istikrarlı konuma sahip olduğu görülmektedir.

Şekil 17: Hidrolik Güç Motorları 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$

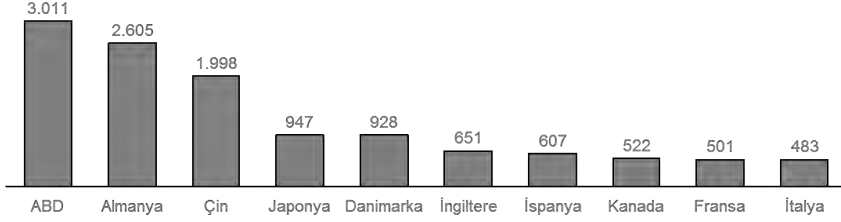


Kaynak: Trademap

2011- 2015 yılları arası hidrolik güç motorları dış ticareti yıllık ortalama %1'lik düşüş göstererek 17,4 Milyar \$ hacme ulaşmıştır.

Hidrolik güç motorları ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 18: Hidrolik Güç Motorları İlk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



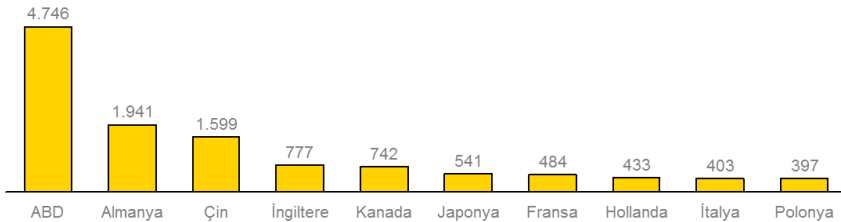
Kaynak: Trademap

Liderliği %17'lik pay ile elinde bulunduran ABD, küresel hidrolik güç motorları ihracatında Almanya (%15) ve Çin (%11) ile birlikte, küresel talebin yarısına yakınına karşılık gelmektedir. Genel olarak; Kuzey Amerika, Asya Pasifik ve Avrupa ülkelerinin yer aldığı pazarda, ilk üç tedarikçi haricindeki ülkelerin görece daha düşük ve eşit ihracat hacimleri bulunmaktadır.

ABD'nin en çok hidrolik güç motorları tedariki sağladığı ülkeler, kuzeyinde ve güneyinde yer alan komşuları, Avrupa ülkeleri ve daha küçük hacimli olmakla birlikte Asya Pasifik ülkeleri ile BAE'dir. Genel olarak, ABD'nin ihracatını hacimsel olarak homojen bir yapıda ilerlettiği ve coğrafi olarak geniş bir yapıya sahip olduğu gözlemlenmiştir. Pazarda yer alan hidrolik güç motorları talebi ağırlıklı olarak yüksek segmentteki ürünlerden meydana gelmektedir. İkinci en büyük ihracatçı ülke Almanya ise, başta ABD (%13) olmak üzere, AB ülkeleri, Çin ve Rusya gibi ülkelere hidrolik güç motorları tedarik etmektedir. Çin ise ihracatının yarısına yakını ABD, Japonya ve Almanya'ya gerçekleştirmektedir. Diğer yarısı için yine AB ve ek olarak Asya Pasifik ülkelerine yoğunlaştığı görülmektedir.

Hidrolik güç motorları ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 19: Hidrolik Güç Motorları İlk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

Küresel hidrolik güç motorları ithalatına, ihracatta olduğu gibi %24'lük pay ile ABD hâkim konumdadır. Bununla birlikte, Almanya (%10) ve Çin (%8) de iç pazarlarındaki hidrolik güç motorları talebini ithalat ile karşılayan diğer büyük oyunculardır. Sıralamada yer alan ABD haricindeki ülkelerin görece oldukça küçük ithalat hacimlere sahip olmaları dikkat çekmektedir. Talebin ise ağırlıklı olarak ABD, Avrupa ve Asya Pasifik ülkelerinde olduğu gözlemlenmiştir.

ABD, hidrolik güç motorları talebinin yarısına yakını Çin, Japonya, Almanya ve Meksika'dan karşılamaktadır. Genel olarak, yakın coğrafyasını ve Avrupa'yı tercih ettiği gözlemlenmiştir. Hidrolik güç motorları ithalatında ikinci sırada yer alan Almanya, aralarında Türkiye'nin de yer aldığı sıralamada ABD, AB ülkeleri ve Çin'i tercih etmektedir. Almanya'nın herhangi bir coğrafi odaklanması bulunmamaktadır. Çin ise ithalatının yarısını Japonya, Almanya ve ABD'den yapmaktadır. Diğer kısmı ise Güney Kore ve Avrupa bölgesinden gerçekleştirilmektedir. Rapor genelinde incelenen sektörlerden; vinçler, dorse, asansörler başta olmak üzere, araba frenleri, uçaklar, iş makineleri gibi birçok alanda kullanımı bulunan hidrolik sistemlerin (hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar), hem ithalatında hem de ihracatında benzer ülkelerin çıkma sebebi, bu ülkelerin aynı zamanda ilgili sektörlerde oldukça faal olmasından kaynaklanmaktadır. İnşaat, makine, taşıt üretimi gibi mekanizasyonun yaygın olduğu sektörler sebebiyle hidrolik sistemlerin kullanımını da artırmaktadır. Dolayısıyla, Almanya, ABD ve Çin'le lider konumda karşılaşılmaktadır.

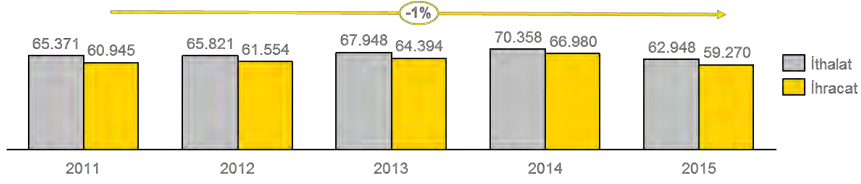
Hidrolik Pompalar:

Küresel araç üstü ekipman ürünlerine ait GTİP kodları üzerinden hidrolik pompalar dış ticaret eğilimlerine ait ilgili analizler aşağıda yer almaktadır.

Hidrolik pompalar alt sektörünün araç üstü ekipman sektörü içerisindeki payı %64'tür ve ilgili alt sektörler arasında en yüksek paya sahiptir. Dorse ve hidrolik güç motorlarına paralel bir eğilim sergileyerek, 2015 yılı dış ticaretindeki daralma sebebiyle 2011- 2015 yılları arasında düşüş eğilimine sahiptir. Hidrolik güç motorları ile birbirini tamamlayan ürünler özelliği taşıyan hidrolik pompalar, ihracatta ve ithalatta da benzer yapıya sahiptir. Almanya, ABD ve Çin en büyük tedarikçi ve ithalatçılarıdır.

2011-2015 yılları arasında genel bir düşüş eğilimine sahip olan hidrolik pompalar ürün grubu, 2014 yılına kadarki dönemde istikrarlı bir büyüme göstermiştir. Fakat 2015 yılında yaşanan %12'lik gerileme, genel eğilime negatif yönde yansımıştır. Pazardaki büyük oyunculardan Almanya'nın 2015 yılı itibarıyla dış ticaret hacmindeki daralmanın bu durum üzerinde etkisi bulunmaktadır.

Şekil 20: Hidrolik Pompalar 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$

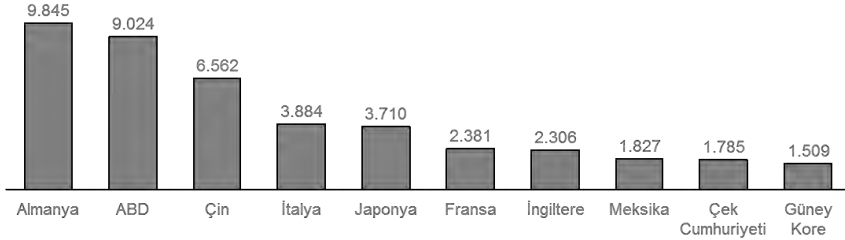


Kaynak: Trademap

Küresel hidrolik pompalar dış ticareti 2011- 2015 yılları arasında yıllık ortalama %1 oranında düşüş ile 59, 2 Milyar \$ değerindedir.

Hidrolik pompalar ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 21: Hidrolik Pompalar İlk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

Almanya'nın liderliğinde ABD ve Çin, küresel hidrolik pompalar talebinin %43'ünü karşılamaktadır. Sıralamadaki diğer büyük tedarikçiler ise görece daha küçük hacimleri ile Çin ve İtalya'dır. Genel olarak pazarın, Avrupa bölgesi, ABD ve Asya Pasifik'te yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Hidrolik pompalar ihracatında ilk sırada yer alan Almanya; ABD (%10), Çin (%8) ve Çek Cumhuriyeti'ne (%7,2) tedarik sağlamaktadır. Genel olarak yüksek segment ürünlerle, Avrupa bölgesi ağırlıklı bir ihracat yapısına sahiptir. Avrupa bölgesindeki hidrolik sistemlerin çalışma prensibini sağlayan akışkan gücü incelendiğinde, 12 Milyar \$ hacmindeki pazarda %33'lük²³ pay ile Almanya'nın birinci sırada yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla, hidrolik ve pnömatik ürünler için gerekli güce sahip olan Almanya, hem hidrolik güç motorları hem de hidrolik pompalar sektörlerinde oldukça önemli bir oyuncudur.

ABD, hidrolik pompalar ihracatının %40'lık kısmını komşu ülkeleri ve yakın coğrafyasında yer alan Kanada, Meksika ve Çin'e gerçekleştirmektedir. Çin

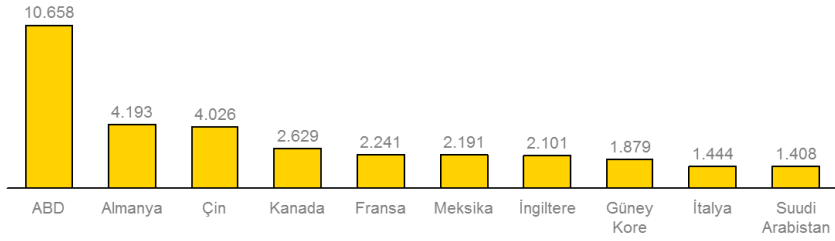
²³ CETOP European Fluid Power Directory 2015/ 2016

ise %20 oranında ABD'nin talebini karşılamaktadır. Çin'in ihracat sıralamasında yer alan diğer ülkeleri, yakın coğrafyası, Almanya, Rusya ve İran oluşturmakta ve oldukça dağınık bir yapısı bulunmaktadır. Bununla birlikte Çin, pazarın düşük fiyat segmentindeki ürün ihtiyacını karşılamaktadır.

Hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar alt sektörlerinde ilk üç tedarikçi ve aynı zamanda ithalatçı sıralamasında; ABD, Almanya ve Çin'in yer alması dikkat çekmektedir.

Hidrolik pompalar ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 22: Hidrolik Pompalar İlk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

Küresel hidrolik pompalar pazarında Kuzey Amerika, Asya Pasifik, Avrupa bölgesi ülkeleri ve ek olarak Suudi Arabistan'ın varlığı görülmektedir. ABD, küresel hidrolik pompalar ithalatında 10, 6 Milyar \$ hacmi ve %17'lik payı ile pazarın oldukça üzerinde talebe sahiptir. En çok ithalat gerçekleştirdiği ülkeler; Çin, Meksika ile Almanya'dır ve ihtiyacının yarısını bu ülkelerden karşılamaktadır.

Almanya, küresel ithalatının yarısını Çek Cumhuriyeti, İtalya, Fransa ve ABD'den karşılamaktadır. Üçüncü en büyük ithalatçı olan Çin ise Almanya, ABD ve Japonya odaklı bir ticari yapıya sahiptir. Almanya ve Çin'in ağırlıklı olarak düşük ve orta fiyat segmentinde ürün tercih ettikleri gözlemlenmiştir.

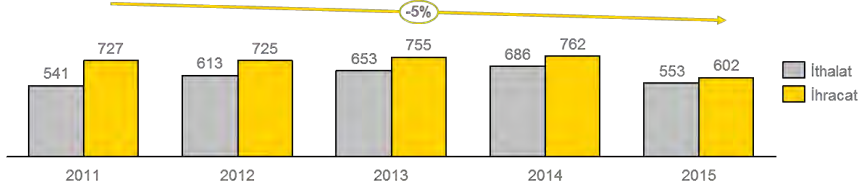
Römorklar:

Küresel araç üstü ekipman ürünlerine ait GTİP kodları üzerinden römork dış ticaret eğilimlerine ait ilgili analizler aşağıda yer almaktadır.

Römork ürün grubu, araç üstü ekipman sektöründe %0,5'lik oranı ile en düşük paya sahiptir. Aynı zamanda 2011- 2015 yılları arasında en yüksek düşüş oranını göstermiştir. İthalat ve ihracat pazarına Avrupa ülkelerinin hâkimiyeti dikkat çekmektedir.

Römork dış ticareti, 2015 yılında %21'lik düşüşe paralel olarak 2011- 2015 yılları arasında negatif yönlü eğilime sahiptir. Römorklar, rapor genelinde incelenen ürünler arasında en yüksek düşüşe sahip ürün olarak da dikkat çekmektedir. Ağırlıklı olarak gelişmiş ülkelerde ticari akışın yaşandığı römork ürün grubunda, pazar doygunluğuna ulaşılmış olması ve AB ülkelerinde yaşanan ekonomik durgunluk sektörü olumsuz etkilemiştir.

Şekil 23: Römork 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$

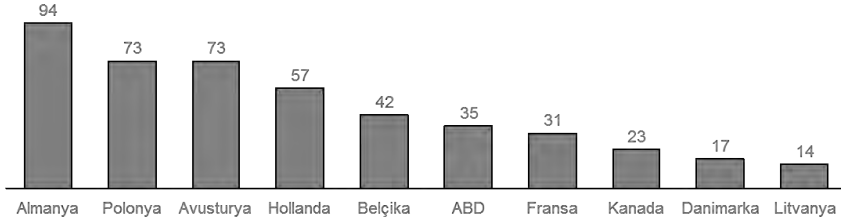


Kaynak: Trademap

2011- 2015 yılları arasında, küresel römork ihracat ve ithalatının yıllık ortalama %5 oranında düşüş yaşadığı ve 602 Milyon \$ hacme sahip olduğu gözlemlenmektedir.

Römork ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 24: Römork İlk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

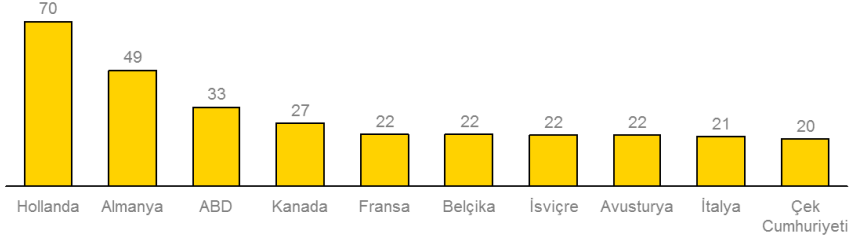
Küresel römork ihracatında %16'lık payı ile lider konumdaki Almanya'yı %12'lik payları ile Polonya ve Avusturya takip etmektedir. Bu üç ülke, küresel römork ihtiyacının yaklaşık %40'ını karşılamaktadır. Öte yandan, sıralamada yer alan diğer ihracatçı ülkeler görece daha küçük hacimlere sahiptir. Römork tedarikinin genel olarak Avrupa ve Kuzey Amerika tarafından gerçekleştirildiği gözlemlenmiştir.

Almanya, römork ihracatının %40'ını Hollanda, İsviçre, Avusturya ve Polonya'ya gerçekleştirmektedir. Avrupa odaklı bir ihracat yapısı bulunan Almanya'da tarım sektöründe kullanılan römork ürünü ihracatında, coğrafi olarak benzer ve lojistik erişilebilirliği yüksek ülkeleri seçtiği

gözlemlenmektedir. Öte yandan, Polonya ise ihracatının %40'ını Almanya ve Belçika'ya gerçekleştirmiştir. Römork ihracatındaki büyük oyuncuların, yakın coğrafyalarını tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Almanya ve Polonya, römork tedarikinde bulunduğu pazarlarda düşük fiyat segmenti stratejisi izlemektedir.

Römork ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 25: Römork İlk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

Genel olarak, AB ülkeleri ile Kuzey Amerika'da yoğunlaşan römork ithalatı da ihracata paralel yapıda ilerlemektedir. Dolayısıyla, Hollanda, %13'lük payı ile küresel seviyede en çok römork ithalatı gerçekleştiren ülke konumunda yer almaktadır. Hollanda'yı görece daha küçük hacimleri ile Almanya (%9) ve ABD (%6) takip etmektedir.

AB ülkelerinin yine Avrupa bölgesinden römork ithalatı gerçekleştirdikleri ve düşük fiyat segmentinde ürünler tercih ettikleri görülmektedir. Hollanda, ithalatının %77'sini Almanya'dan karşılayarak belirli bir pazar odaklanması ile ilerlemektedir. Almanya ise römork ihtiyacının %70'ini Polonya, Avusturya, Hollanda ve Romanya'dan karşılamaktadır.

Bununla birlikte, Kuzey Amerika'daki ithalatçı ülkelerin öncelikli olarak komşu ülkelerini seçtikleri, fakat Avrupa'dan ise Almanya, Hollanda, Belçika ve İrlanda'yı tercih ettikleri tespit edilmiştir. Dördüncü en büyük ithalatçı konumundaki Kanada'nın dorse ürünlerinde olduğu gibi yine re-import faaliyetlerinin olması dikkat çekmektedir.

3. Türkiye ve Konya Araç Üstü Ekipman Sektörü Analizi

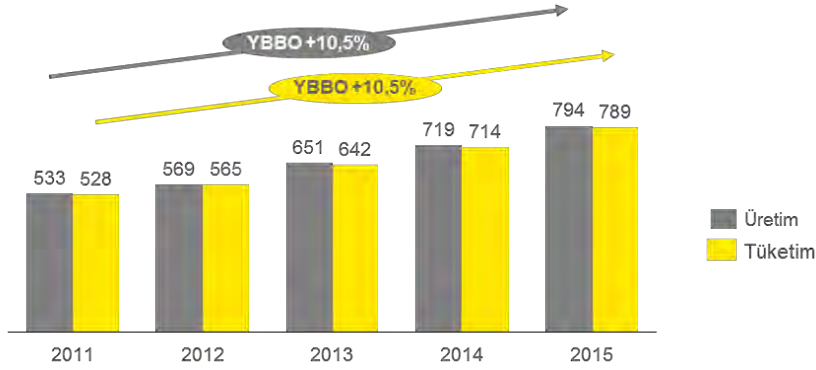
3.1 Araç Üstü Ekipman Sektörünün Genel Durumu

Rapor kapsamında analiz edilen alt sektörlerden vinçler, dorse ve römorklar, "araç üstü ekipmanlar" altında analiz edilmektedir. Asansörler, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar ise "makinelere" adı altında incelenmiştir.

Araç üstü ekipmanlar

İnşaat, altyapı, tarım, taşımacılık gibi büyük hacimli sektörlerin talepleri doğrultusunda şekillenen araç üstü ekipmanlar, bahsi geçen ilgili sektörlerin zaman içerisinde Türkiye’de gelişim göstermeleri nedeniyle büyüme göstermiştir. 2011-2015 yılları arasında sürekli olarak artan üretim, 2015 yılında 794 Milyon \$ seviyesine ulaşmıştır. Aynı dönemde üretimin değeri yılda ortalama %10,5 artmıştır. 2000’li yıllardan itibaren gelişen teknoloji ve artan AR-GE yatırımları ile birlikte, sektör ivme kazanmış ve iç pazardaki talebi karşılamasının yanı sıra ihracat değerini de yükseltmiştir.²⁴ 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %16 büyüyen ihracat değeri, 2015 yılında 270 Milyon \$’ın üzerine çıkmıştır.²⁵

Şekil 26: Türkiye Araç Üstü Ekipmanlar Sektörü Üretim ve Tüketim Değerleri (Milyon \$)



Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

Araç üstü ekipmanlar sektöründe üretimde görülen büyüme, aynı şekilde tüketim değerlerinde de görülmektedir. Son dört yıllık dönemde yılda ortalama %10,5 artan tüketim değeri, 2015 yılında 789 Milyon \$ olmuştur. Tüketim değerinin artmasında, sektörde yapılan ithalatın da önemli katkısı bulunmaktadır. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %9,6 büyüyen araç üstü ekipmanlar ithalatı, 2015 yılında 415 Milyon \$’lık değere ulaşmıştır.²⁶

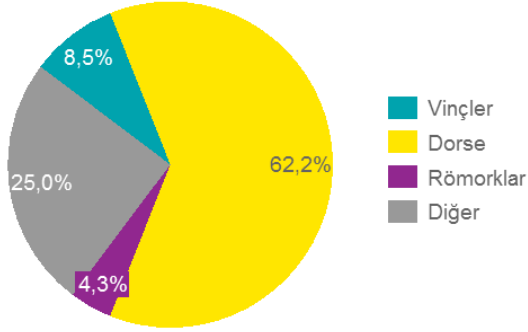
Araç üstü ekipmanlar alt sektörlerinin, sektör içindeki paylarına aşağıdaki şekilde yer verilmiştir. Vinçler, römorklar ve dorse ürünlerinin, sektör üretiminin dörtte üçünü oluşturduğu tespit edilmiştir. Dorse, %62,2’lik payla en fazla üretilen üründür.

²⁴ MAİB; OAİB Moment Expo

²⁵ Trademap, 2016

²⁶ Trademap, 2016

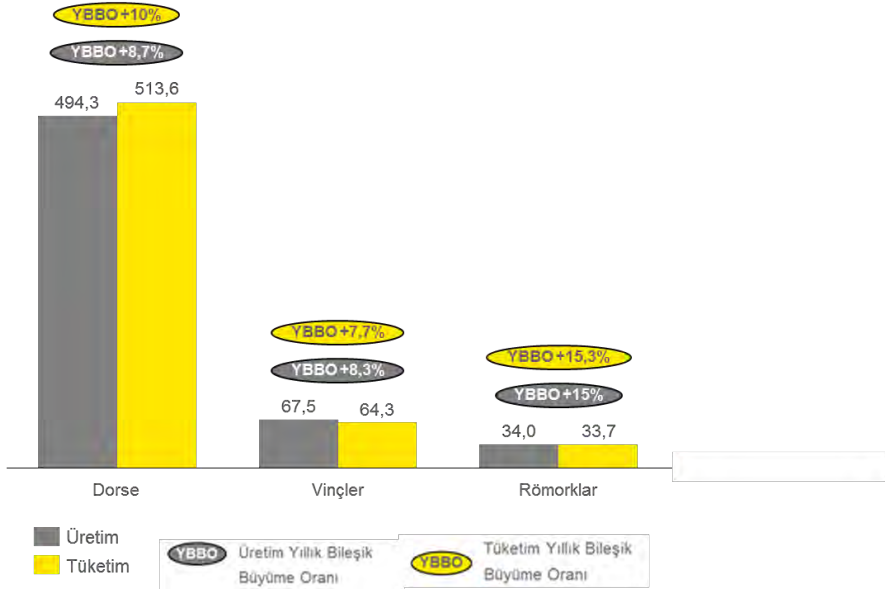
Şekil 27: İlgili Alt Sektörlerin Araç Üstü Ekipmanlar Sektör Üretimi İçindeki Payları (%)



Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

2015 yılında yaklaşık 495 Milyon \$ değerinde dorse üretilmiştir. Ürünün üretim değeri son dört yıllık dönemde yılda ortalama %8,7 oranında artmıştır. Araç üstü ekipmanlar sektöründe analiz edilen diğer ürünler olan vinçler ve römorkların üretim değerleri ise, dorseye kıyasla düşüktür. Ancak iki ürünün de üretim değerlerinin büyüme hızı oldukça yüksektir. Özellikle römorklar ürününde 2011-2015 yılları arasında üretim değeri yılda ortalama %15 seviyelerinde büyümüştür. Vinçlerin üretim değeri ise, römorkların yaklaşık iki katıdır. Sonuç olarak, vinçler, dorse ve römorklar ürün gruplarının üçünün de yüksek potansiyele sahip alt sektörler oldukları tespit edilmiştir.

Şekil 28: Araç Üstü Ekipmanlar Ürünlerinin 2015 Yılı Üretim ve Tüketim Değeri (Milyon \$) ve 2011-2015 Yılları Arasındaki YBBO (%)



Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

Ürünlerin tüketim değerlerinde de üretime benzer bir tabloyla karşılaşılmaktadır. 513,6 Milyon \$ ile tüketim değeri en yüksek araç üstü ekipman olan dorsenin tersine, römorklar en düşük değerde tüketilen üründür (33,7 Milyon \$). Römorklar ürününün tüketim değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %15,3 oranında artmıştır.

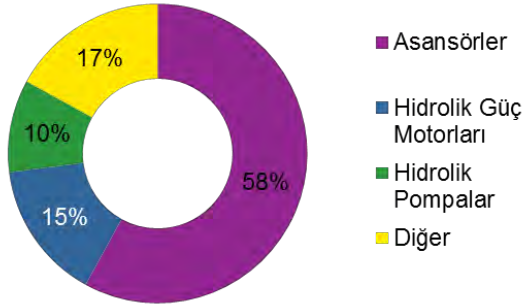
Makineler

Asansörler, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar, makine sektörü içerisinde yer almaktadır. Bu ürünlerden hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar; makine, demir-çelik ve otomotiv sektörleri için girdi üreten hidrolik sistemler kapsamındadır. Türkiye’de yüksek hızda büyüyen hidrolik sistemler sektöründe, yurt içinde yapılan üretim 590 Milyon \$, satış ise 570 Milyon \$ seviyelerindedir. ²⁷ Asansörler ise, özellikle inşaat sektöründe girdi olarak kullanılmaktadır. Türkiye asansör sektörü, ürün için gerekli ana bileşenleri üretmektedir. Bu sebeple, sektörde dışa bağımlılık düşük seviyelerdedir. Ayrıca, AB mevzuatına uyum çerçevesinde yapılan belgelendirme ve periyodik kontrol faaliyetlerinin zorunlu hale gelmesi, sektöre önemli katkılar

²⁷ TÜİK, EY Analizi, 2016

sağlamıştır.²⁸ Asansörler, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompaların 8412, 8413 ve 8428 GTIP numaralı ürünler içindeki üretim payları aşağıdaki şekilde verilmiştir. Paylar incelendiğinde, en yüksek paya sahip ürünün %58'lik payla asansörler olduğu tespit edilmiştir. Asansörler ürününde iç ve dış talepteki yüksek oranlı artış dikkat çekmektedir. Gelişen teknolojiyle beraber değişen ve büyüyen asansör sektöründe, üretim verimliliğinin artması da, sektörün büyümesinde önemli pay sahibidir.²⁹

Şekil 29: : İlgili Alt Sektörlerin Makineler Sektör Üretimi İçindeki Payları (%)



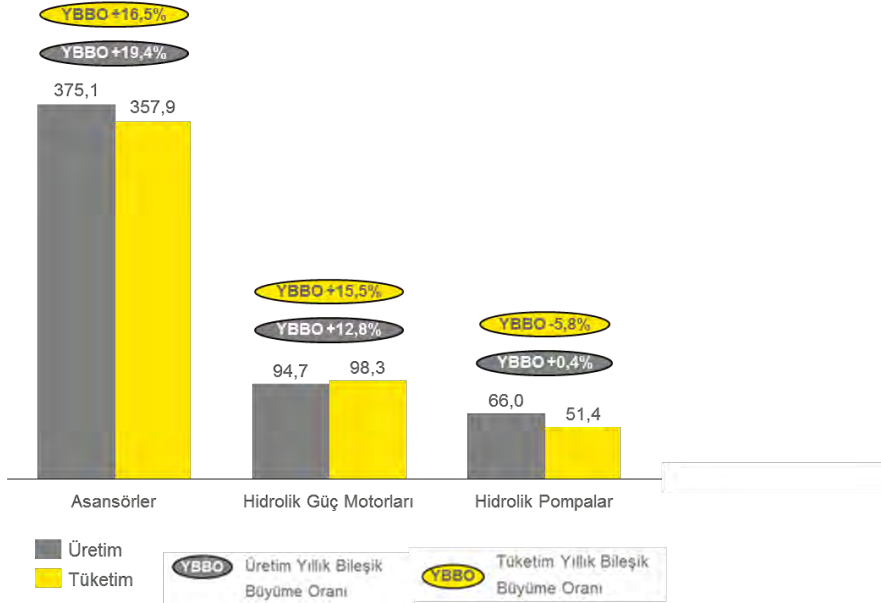
Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

Asansörler ürününün üretim değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %19,4 artmış ve 2015 yılında 375 Milyon \$ olmuştur. Sektördeki tüketim değeri de üretime benzer bir eğilime sahiptir. Son dört yıllık periyotta yılda ortalama %16,5 artan asansörler tüketim değeri, 2015 yılında yaklaşık 360 Milyon \$'lık hacme ulaşmıştır.

²⁸ T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2016

²⁹ T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2016

Şekil 30: Makine Ürünlerinin 2015 Yılı Üretim ve Tüketim Değeri (Milyon \$) ve 2011-2015 Yılları Arasındaki YBBO (%)



Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

Makine sektörü altında analiz edilen diğer alt sektör olan hidrolik sistemler (hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar), asansörler sektöründe olduğu gibi büyüme eğilimindedir. Makine imalat, demir-çelik gibi sektörlerde girdi olarak kullanılan ürünler, ilgili sektörlerdeki gelişmelerden doğrudan etkilenmektedir.³⁰ Gelişen ilgili sektörler ve artan taleple birlikte büyüyen hidrolik sistemlerde, üretim değeri artma eğilimindedir. Özellikle hidrolik güç motorlarında 94,7 Milyon \$ olan üretim değeri, 2011-2015 arasında yılda ortalama %12,8 büyümüştür. Hidrolik pompalarda³¹ ise üretim değerindeki artış daha düşük oranda olup 2015 yılında yaklaşık 66 Milyon \$'lık üretim yapılmıştır.

Hidrolik sistemler ürünlerinin tüketim değerleri incelendiğinde, hidrolik güç motorları tüketim değerinin 98,3 Milyon \$ olduğu hesaplanmıştır. Son dört yıllık dönemde tüketim değeri yılda ortalama %15,5 artan hidrolik güç motorlarının aksine, hidrolik pompalar ürününün tüketim değeri yılda ortalama %5,8 daralmış ve 51,4 Milyon \$'a gerilemiştir. Amerikan Doları ve Euro kurunun yükselmesiyle hammadde ve ara mal maliyetlerinde artış olması,

³⁰ OAİB Moment Expo

³¹ Hidrolik pompalar ürününün üretim değeri, radyal pistonlu ve dişli hidrolik pompalar ürünlerini kapsamaktadır.

ürünlerin fiyatlarını da yükseltmiştir. Bu durumun, tüketim değerini olumsuz etkilemesi yüksek olasıdır.

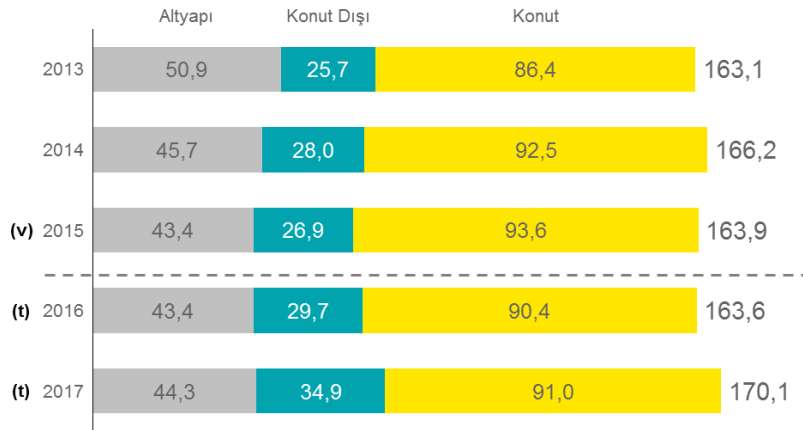
İlgili Sektörler:

Raporun bu bölümünde vinçler, dorse, römorklar, asansörler, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar ürün gruplarını doğrudan etkileyen, inşaat, tarım, ağır yük taşıtları ve traktör, makine imalat ve demir-çelik sektörlerinin Türkiye'deki mevcut durumu ve projeksiyonları ile ilgili analizler yapılmıştır. Yapılan analizler doğrultusunda, ilgili sektörlerin araç üstü ekipman sektörünün Türkiye pazarındaki olası durumuna yönelik öngörü oluşturmaya amaçlanmaktadır.

İnşaat Sektörü

İnşaat sektörü, vinçler ve asansörler ürünlerinin yanında, dorse ve inşaat makinelerinde girdi olarak kullanılan hidrolik sistemler ürünleri için de önem arz etmektedir. 2014 yılında 166 Milyar TL'lik hacme sahip olan inşaat sektörünün, 2015 ve 2016 yılındaki duraklamanın ardından 2017 yılında tekrar büyümesi ve 170 Milyar TL'lik hacme sahip olması beklenmektedir. 2015 ve 2016 yılındaki duraklamanın sebebi, sektöre yapılan yatırımların hız kaybetmesidir. Ayrıca, kamu-özel sektör ortaklığındaki projelerin yeni yeni pazarda aktif hale gelmesi, yapılan projelerden birkaçının da iptal edilmesi³², sektörde duraksamaya neden olmuştur.

Şekil 31: Türkiye İnşaat Sektörü Alt Kırımlarının Sektörel Hacmi (Milyar TL)³³



Kaynak: EECFA, 2015

³² Business Monitor International, Turkey Infrastructure Report, 2016

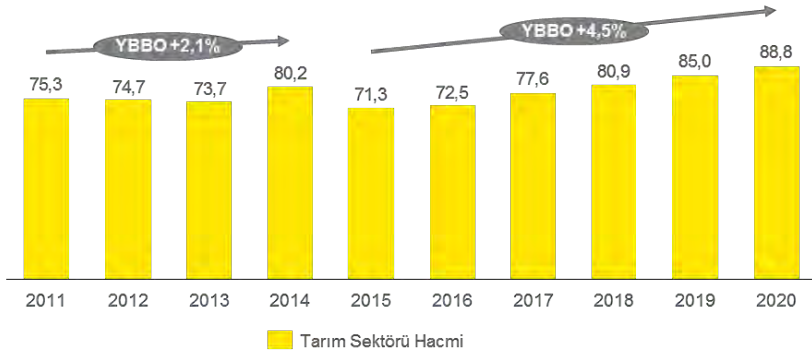
³³ Not: (v): varsayılan, (t): tahmini

Sektördeki alt kırılımlar incelendiğinde, en yüksek oranlı artışın konut dışı yapılarda olacağı öngörülmektedir. Konut dışı yapıların inşaat sektörü içerisinde 2013 yılında %16 olan payının, 2017 yılında %20'nin üzerine çıkması beklenmektedir. Sağlık ve ulaşım sektörlerindeki havaalanı, tren garı, hastane kampüsü gibi inşaat yatırımlarının artması, konut dışı yapılardaki büyümenin ana nedenidir.³⁴ Konut yapılarında ise, sektörel değer ve pay dalgalı seyretmektedir. Diğer yandan, altyapı sektörünün inşaat sektörü içindeki payının azalması beklenmektedir.

Tarım Sektörü

Hidrolik sistemler ve römorkların girdi olarak kullanıldığı tarım makineleri sektörü, tarım sektörünün %20'sini oluşturmaktadır. Bu sebeple, tarım sektöründeki mevcut hacim ve olası büyüme, bu ürün gruplarını da büyük oranda etkileyecektir. 2014 yılında 80 Milyar \$'lık hacmi olan Türkiye tarım sektörü, 2011-2014 yılları arasında yılda ortalama %2,1 oranında büyümüştür. Türk Lirası'nın ABD Doları karşısındaki değer kaybı ve AB'ye tarım ürünleri ihracatında AB tarafından bazı kısıtlamaların getirilmesi sebebiyle, sektör hacmi 2015 yılında 71 Milyar \$ seviyesine ulaştığı tahmin edilmektedir.

Şekil 32: Türkiye Tarım Sektörü Hacmi (Milyar \$) (Gerçekleşen ve Tahmini)³⁵



Kaynak: Business Monitor International, 2016

2015 yılı sonrasında ise, sektör büyümesinin yeniden ivme kazanması beklenmektedir. 2020 yılında yaklaşık 90 Milyar \$'lık hacme sahip olacağı tahmin edilen tarım sektöründe, yılda ortalama %4,5 seviyelerinde büyüme beklenmektedir. Sektöre yapılan yatırımlar, büyüme beklentisinin başlıca sebeplerindendir. Sektördeki ihracat artışının da büyümeye önemli katkı sağlaması yüksek olasıdır.³⁶

³⁴ EECFA, 2015

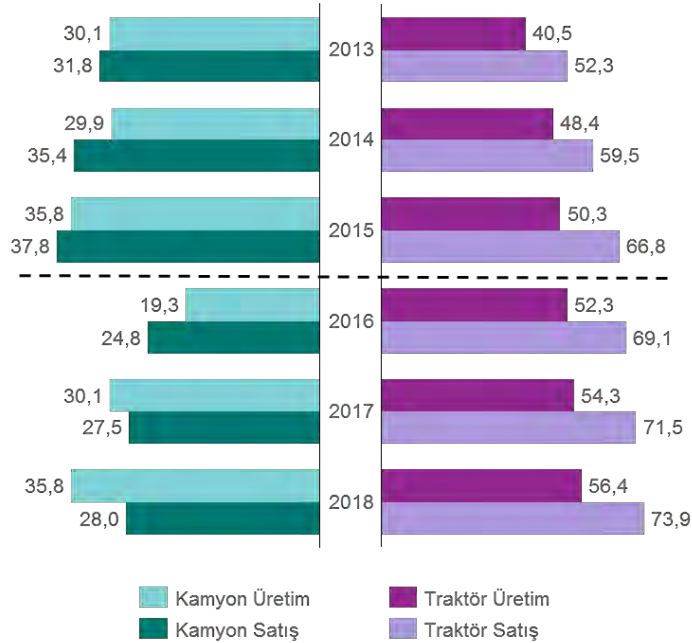
³⁵ 2015 yılı verisi, raporda varsayılan değer olarak yer almaktadır.

³⁶ Business Monitor International, Turkey Agribusiness Report, 2016

Ağır Yük Taşıtları ve Traktör Sektörü

Ağır yük taşıtları ve traktörler; dorse, römork, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar alt sektörleri için yüksek potansiyel arz etmektedir. Türkiye’de dalgalı seyreden ağır yük taşıtı üretiminin, 2016 yılındaki düşüşün ardından 2017 ve 2018 yıllarında tekrar büyümesi ve yaklaşık 36 Bin adet sınırına yaklaşması beklenmektedir. Ağır yük taşıtı satışlarının da benzeri bir eğilime sahip olacağı öngörülmektedir. 2016 yılı sonunda bir önceki yıla kıyasla 13 Bin adet azalması beklenen ağır yük taşıtı satışlarının, 2017 ve 2018 yıllarında tekrar büyümesi beklenmektedir. Sektörün son zamanlarda odaklandığı konu, 2016’da yürürlüğe giren **Euro IV** emisyon regülasyonudur. Regülasyonla birlikte belirlenen seviyenin üzerinde emisyon salgılayan yeni ağır ticari araçların satışı yapılamamaktadır. Üretici firmalar araçlarını regülasyona uygun hale getirmişlerdir. Ancak, üretim süreçlerindeki maliyetlerin yükselmesi sebebiyle ağır ticari araçların fiyatlarında da artış meydana gelmiştir.³⁷ Satışların düşmesindeki temel neden de budur. Fiyatlar sebebiyle azalan talep, üretim miktarını da doğrudan etkilemiş ve düşürmüştür.

Şekil 33: Türkiye Ağır Yük Taşıtı ve Traktör Üretim ve Satış Miktarları (Bin Adet) (Gerçekleşen ve Tahmini)



³⁷ Business Monitor International, Turkey Autos Report, 2016

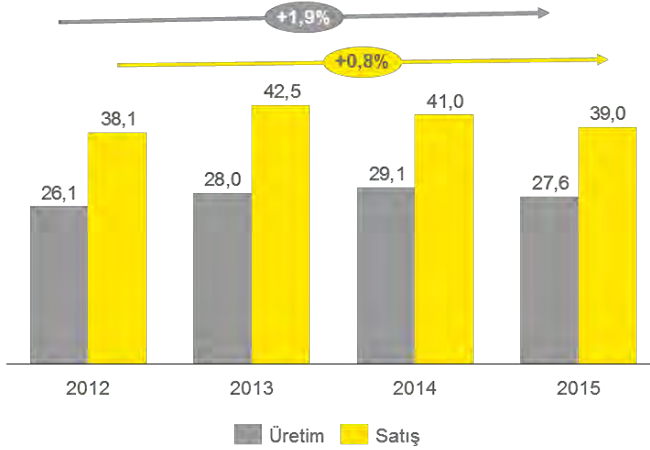
Kaynak: TÜİK; OSD; EY Analizi

Traktör üretimi ve satışı son iki yıllık dönemde %25 seviyelerinde artmıştır. Sektördeki büyümenin ana nedeni, büyüyen tarım sektörüyle beraber artan talep ve devlet tarafından verilen teşviklerdir. Gelecek dönemde de traktör üretim ve satışlarının büyümesi beklenmektedir. 2018 yılında, traktör üretiminin 56,4 Bin adet, satışının ise yaklaşık 74 Bin adet seviyesine yükseleceği öngörülmektedir. Sektörde gelecek dönemdeki büyümenin tarım sektöründeki büyümeden ve dolayısıyla tarım işletmelerinin gelir seviyesinin artışından kaynaklanması beklenmektedir. IPARD desteklerinin de sektördeki büyümede etkili olması yüksek olasıdır.³⁸

Makine İmalat Sektörü

Rapor kapsamında analiz edilen ürünlerin büyük çoğunluğunu kapsayan ve bu ürünlerin alt sektörlerinde girdi olarak kullanıldığı makine imalat sektörü, hidrolik güç motorları, hidrolik pompalar ve asansörler sektörlerini doğrudan etkilemektedir. 2012-2015 arasında Türkiye'nin makine üretimi yılda ortalama %2 artarak 27,6 Milyar \$ seviyesine yükselmiştir. Benzeri şekilde makine satışlarında da aynı dönemde büyüme görülmüş ve 2015 yılında 39 Milyar \$ seviyesine ulaşmıştır.

Şekil 34: Türkiye Makine Üretim ve Tüketim Değerleri (Milyar \$) ve 2012-2015 Arası YBBO (%)



Kaynak: MİB, TÜİK, 2016

Makine imalat sektörüyle ilgili gelecek beklentileri, gelişmiş yan sanayi, tesisleşme (OSB'ler) ve kalifiye iş gücü gibi etkenler sayesinde, olumlu seyretmektedir. Önemli değerde ihracat potansiyeline sahip olan sektörde, ek

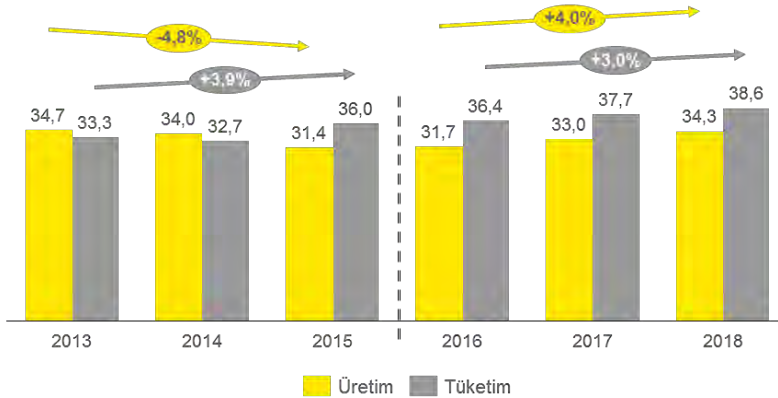
³⁸ TARMAKBİR, 2016

olarak katma değer oranının yüksek olması ve imalatçıların büyük ölçüde KOBİ olmasının getirdiği esneklik, Türk firmalarının uluslararası pazardaki rekabet gücünü de artırmaktadır. Bu sebeple, gelecek dönemde iç pazardaki satışlarla birlikte ihracat değerinin de artacağı ve makine sektörün büyüyeceği öngörülmektedir.³⁹

Demir-Çelik Sektörü

Avrupa'nın en büyük demir-çelik endüstrilerinden birine sahip olan Türkiye'de, son yıllarda ihracat değerinin düşmesine bağlı olarak ham çelik üretimi azalmıştır. İş gücü maliyetlerinin Türkiye'ye kıyasla daha düşük olduğu Çin'in küresel pazardaki fiyat seviyesini düşürmesi, rekabet seviyesini yukarıya çekmiş ve Türkiye'nin çelik ihracatının 2011 yılına kıyasla %40'ın üzerinde azalmasına neden olmuştur.⁴⁰ Dolayısıyla üretimin önemli bir bölümünü ihraç eden Türkiye'nin çelik sektöründe de daralma meydana gelmiştir. İç pazardaki talep ise inşaat, otomotiv, makine imalatı gibi sektörlerin büyümesine bağlı olarak artmaktadır. İç pazardaki talebin karşılanmasında ithalatın da önemli katkısı bulunmaktadır.⁴¹

Şekil 35: Türkiye Ham Çelik Üretimi ve Tüketimi (Milyon Ton) (Gerçekleşen ve Tahmini)



Kaynak: Business Monitor International, 2016

Demir-çelik sektöründeki 2016-2018 dönemine ait projeksiyonlar incelendiğinde, sektörde genel anlamda büyüme olacağı öngörülmektedir. Büyüyen ilgili sektörlerle beraber iç talebin artması beklenmektedir. Talebin karşılanmasında ithalat payının düşüş yaşaması ve yerli üretim payının

³⁹ T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2014

⁴⁰ Trademap, 2016

⁴¹ Business Monitor International, Turkey Metals Report, 2016

artması, sektördeki büyüme beklentisinin başlıca nedenidir. Özellikle, Türkiye otomotiv sektöründe beklenen büyüme, demir-çelik sektöründeki büyümeyi tetikleyecektir. Sektörde gerek üretim gerekse tüketim değerlerindeki artış beklentisi, ham çelik üretim ve tüketim projeksiyonlarına da yansımıştır.⁴²

3. 2 Konya Araç Üstü Ekipman Sektörü İhracat Performansı

Konya ilinin, ihracat potansiyeli en yüksek alt sektörlerini kapsayan araç üstü ekipman sektöründe⁴³, 2014 yılı itibariyle 1.250'nin üzerinde faaliyet gösteren firma sayısı kayıt alınmıştır. Sektörde istihdam edilenlerin sayısı ise 15.357'dir. Konya araç üstü ekipman sektöründeki firma sayısı bir önceki yıla kıyasla %8 azalırken, istihdam edilenlerin sayısı %4,5 artmıştır.⁴⁴ Bu durum, mevcut firmaların kapasitelerinin arttığına işaret etmektedir.

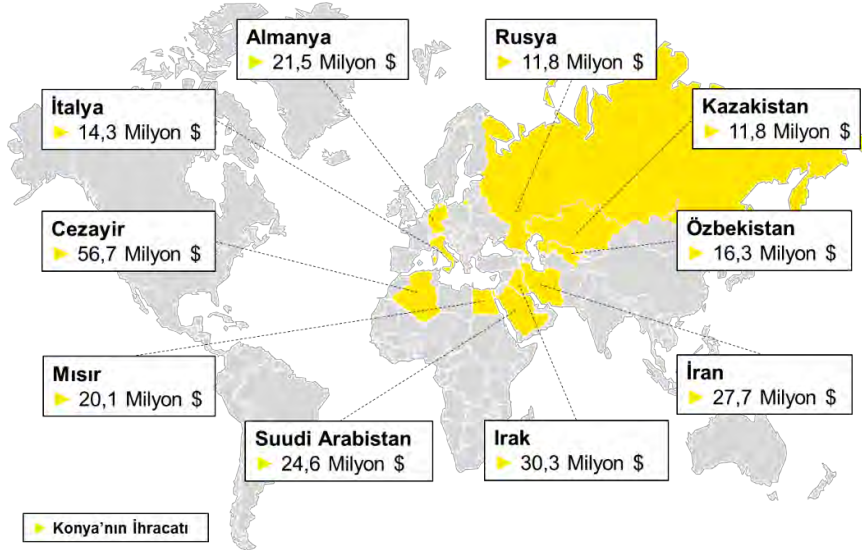
Makineler & aksam ve parçaları, Konya ilinin 2015 yılında en fazla ihraç ettiği ürün grubudur (456,2 Milyon \$). Bu ürün grubu, raporda analiz edilen vinçler, asansörler, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompaları ürünlerini kapsamaktadır. Avrupa, Kuzey Afrika ve Orta Doğu ülkeleri, Konya'nın ihracatında yüksek paylarıyla dikkat çekmektedir. Bu bölgelerde en fazla öne çıkan ülkeler, Cezayir, Irak ve İran'dır. Cezayir 56,7 Milyon \$ ile en fazla ihracat gerçekleştirilen ülkedir. Irak ve İran ise, Konya'dan 25 Milyon \$'ın üzerinde makineler & aksam ve parçaları ithal etmiştir. Bu iki ülkeye gerçekleştirilen yüksek değerdeki ihracatta, sahip olunan lojistik avantaj da önemli etkiye sahiptir. Ek olarak, özellikle Özbekistan ve Kazakistan'a gerçekleştirilen yüksek değerli ihracat değerleri de Orta Asya ülkelerinin yüksek potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

⁴² Business Monitor International, Turkey Metals Report, 2016

⁴³ Konya ilinin araç üstü ekipman sektöründeki ihracat performansının analiz edilmesi için 84 GTIP kodlu makineler & aksam ve parçaları ve 87 GTIP kodlu motorlu kara taşıtları & aksam ve parçaları ürün grupları baz alınmıştır.

⁴⁴ SGK, 2016

Şekil 36: Konya İlinin En Çok Makineler & Aksam ve Parçaları (GTIP: 84) İhrac Ettiği 10 Ülke ve İhracat Değerleri (Milyon \$)



Kaynak: TÜİK, 2016

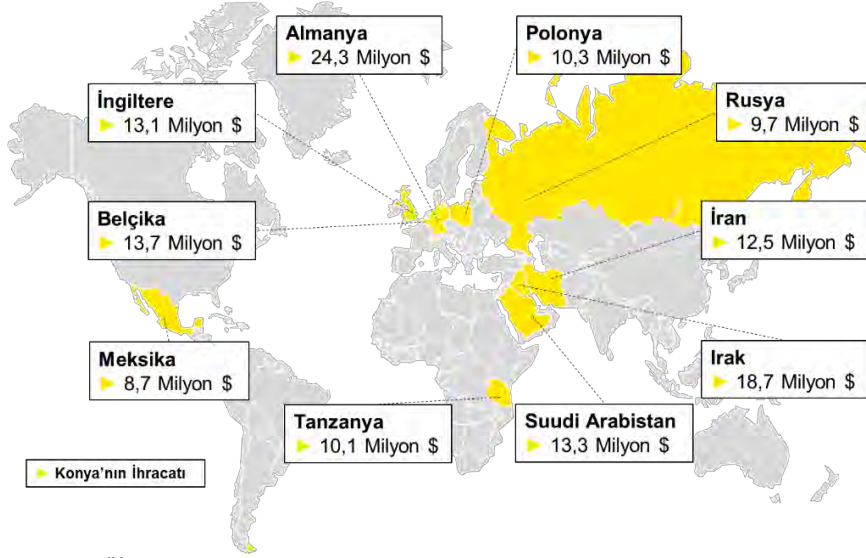
Konya ilinin makineler & aksam ve parçaları ihracatında 2014 yılına kıyasla %1'lik düşüş olduğu tespit edilmiştir. İhracat değerinin düşmesindeki ana etken; Rusya, Azerbaycan, Libya ve İran'a gerçekleştirilen ihracattaki azalmadır. Buna karşın, Rusya ile Türkiye arasındaki ilişkilerde normalleşme adımları atılmasının, Rusya'yı Türk ihracatçıları için tekrar cazip hale getirmesi ve Konya ilinin Rusya'ya araç üstü ekipman ihracatının artması yüksek olasılık dahilindedir. Ayrıca, Cezayir ve Mısır pazarlarına gerçekleştirilen ihracat yüksek oranda büyümektedir. Bu ürün grubunda, Almanya, İtalya, Cezayir, Irak ve İran, Türkiye'nin de en fazla ihracat gerçekleştirdiği 10 ülke arasında yer almaktadır. Bu durum, Konya'dan gerçekleştirilen makineler & aksam ve parçaları ve dolayısıyla araç üstü ekipman ihracatının, Türkiye'nin ihracat eğilimine paralel olduğunu göstermektedir.⁴⁵

Dorse ve römorklar ürün gruplarını kapsayan motorlu kara taşıtları & aksam ve parçalarının Konya ilindeki dış ticaret rakamları analiz edildiğinde, 2015 yılındaki ihracatın yaklaşık 225 Milyon \$ olduğu tespit edilmiştir. Bu değer, 1,3 Milyar \$ olan Konya'nın toplam ihracatının yaklaşık %17'sine karşılık gelmektedir. Motorlu kara taşıtları & aksam ve parçalarının 2014 yılındaki ihracatına kıyasla ise, %8'lik azalma meydana gelmiştir. Irak, İran ve Rusya'ya yapılan ihracatın düşmesi, toplam ihracatın azalmasında etkin rol oynamıştır.

⁴⁵ Trademap, 2016

Bu ürün grubunda Konya ve Türkiye'nin ihracatları kıyaslandığında Konya'nın, Türkiye ihracatının %1,3'ünü karşıladığı tespit edilmiştir. Konya'ya benzer şekilde Türkiye'nin ihracatında da 2014 yılına kıyasla %3,2'lik düşüş hesaplanmıştır.

Şekil 37: Konya İlinin En Çok Motorlu Kara Taşıtları & Aksam ve Parçaları (GTIP: 87) İhraç Ettiği 10 Ülke ve İhracat Değerleri (Milyon \$)



Kaynak: TÜİK, 2016

Avrupa ve Orta Doğu ülkeleri, bu ürün grubunda Konya'nın en fazla ihracat gerçekleştirdiği bölgelerdir. Almanya, 24,3 Milyon \$ ile Konya'nın en fazla motorlu kara taşıtları & aksam ve parçaları ihraç ettiği ülkedir. Makineler & aksam ve parçalarında olduğu gibi Irak ve İran, Konya'nın ihracatında öne çıkmış olup, toplamda 30 Milyon \$'ın üzerinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin de bu ürün grubunda en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülke Almanya'dır.

3.3 Türkiye Araç Üstü Ekipman Sektörü Dış Ticaret Eğilim Analizi

Rapor kapsamında analiz edilen ürünlerde Türkiye'nin 2015 yılındaki ihracatı yaklaşık 653 Milyon \$'dır. Türkiye'nin bu ürünlerdeki ihracatı 2011-2015 arasında yılda ortalama %5 artmıştır. Bu değer yaklaşık dörtte birini karşılayan Almanya, bu alt sektörlerde en fazla ihracat gerçekleştirilen ülkedir. İncelenen altı ürün grubu içerisinde Türkiye'nin ihracatının en yüksek oranda arttığı ülke Suudi Arabistan'dır (%21,3 YBBO). Hidrolik pompalar ürün grubu

alt sektörler içerisinde %58'lik paya sahiptir. Römorklar ürün grubu ise, Türkiye'nin ihracatının en hızlı arttığı üründür (%31,5 YBBO).

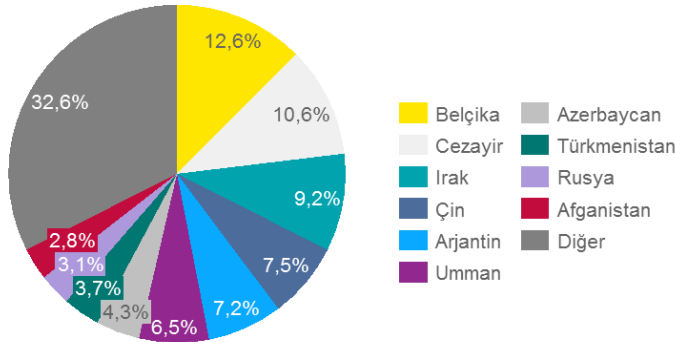
Türkiye'nin hidrolik güç motorları, hidrolik pompalar ve dorse ihracatında en fazla yoğunlaştığı pazar ise Almanya'dır. Almanya'nın bu ürünlerde öne çıkmasının en önemli nedeni; makine, demir-çelik ve otomotiv sanayilerinin gelişmişliği ve dolayısıyla yüksek talebidir. Üç ürün grubu da bu sektörlerde girdi olarak kullanılmaktadır. Hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalarda Türkiye'nin yoğunlaştığı pazarlar paralellik göstermektedir. Her iki hidrolik sistem ürününün kullanım alanlarının kesişmesi pazardaki eğilimin benzerliğine sebebiyet vermektedir.

İlgili alt sektörler için Türkiye'nin dış ticaret performansına yönelik detaylı analizlere aşağıdaki bölümlerde yer verilmiştir.

Vinçler:

2015 yılında 21,9 Milyon \$'lık vinç ihracatı gerçekleştiren Türkiye, ihracat değerini 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %7,8 artırmıştır. Aynı dönemde küresel ihracat pazarı da Türkiye'nin ihracatına paralel şekilde büyümüş ve 3,3 Milyar \$'lık hacme ulaşmıştır. Bu değerler, Türkiye'nin küresel pazardaki payını koruduğunun göstergesidir.

Şekil 38: Türkiye 2015 Yılı Vinçler İhracatının Ülkelere Dağılımı (%)

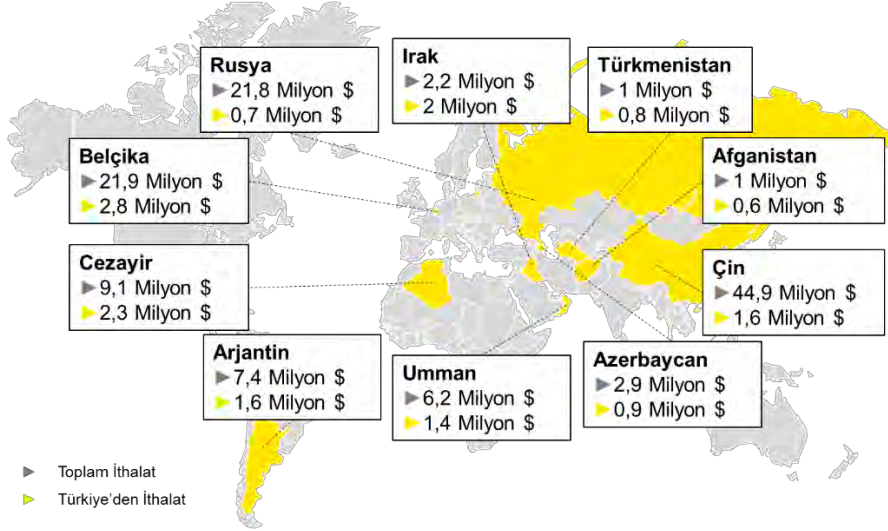


Kaynak: Trademap

Vinçler ürününde Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülke Belçika'dır (2,8 Milyon \$). Türkiye'nin ihracatında %12,6'lık payı olan Belçika'nın yanı sıra, rapor kapsamında analiz edilen hedef pazarlar arasında yer alan Cezayir de %10,6'lık payla dikkat çekmektedir. Bu iki ülke Irak'la birlikte, Türkiye vinç ihracatının yaklaşık üçte ikisini karşılamaktadır. Orta Doğu ve Orta Asya ülkelerinin de Türkiye'nin vinç ihracatında önemli payları bulunmaktadır.

Türkiye'nin ihracatının küresel pazarda farklı bölgelere gerçekleşiyor olması, tedarik yapısının dağınık bir coğrafya üzerinden ilerlediğini göstermektedir.

Şekil 39: Türkiye'nin En Çok Vinçler İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri (2015)



Kaynak: Trademap

Belçika, 21,9 Milyon \$'lık küresel vinç ithalatının 2,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. Ülkenin küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %41,5 oranında artarken, Türkiye'den yaptığı ithalat aynı dönemde yılda ortalama %282 artmıştır. Değerler arasındaki yüksek oranlı fark, Türkiye'nin pazara 2013 yılında girmesinden kaynaklı olup, Türkiye'nin pazarda büyüdüğünün göstergesidir. Pazardaki diğer ülkeler incelendiğinde, Pazara 2015 yılında giren İrlanda'nın, %74'lük payla pazarda baskın yapıda olması dikkat çekmektedir. İrlanda'nın, ülkenin en önemli ticari ortaklarından biri olması ve lojistik avantajı pazardaki etkinliğinin nedenlerindendir. Pazarda %10'un üzerinde payı olan Almanya da, Belçika'nın önemli vinç tedarikçilerindendir. Türkiye'nin düşük fiyatlı ürün ihraç ettiği pazarda İrlanda yüksek, Almanya ise orta fiyat segmentinde ürün ithal etmektedir. 2013 yılı öncesinde pazarda Hollanda ve Fransa gibi ülkelerin etkin olması, Belçika'nın vinç ithalatında ağırlıklı olarak Batı Avrupa ülkelerini tercih ettiğinin göstergesidir.

Cezayir, 9,1 Milyon \$'lık ithalatıyla Afrika kıtasında en fazla ithalat gerçekleştiren dördüncü ülkedir. Son dört yıllık periyotta küresel ithalatını yılda ortalama %19,1 artıran Cezayir, en fazla ithalatı Hollanda ve Güney Kore'den

yapmıştır. İki ülke Cezayir'in vinç ithalatının yaklaşık %70'ini karşılamaktadır. Bu ülkelerden Hollanda pazara orta ve yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, Güney Kore düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Cezayir'deki talebin yaklaşık dörtte birini karşılayan Türkiye ise, 2015 yılında pazara 2,3 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştirmiştir. Pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden ve bu ürün segmentinde Güney Kore ile rekabet eden Türkiye, 2011-2015 yılları arasında pazarın üzerinde büyümüş ve payını yüksek oranda artırmıştır. Cezayir'de etkin olan Hollanda, Güney Kore ve Türkiye'nin ortak özelliklerinden biri pazara 2012 yılı sonrasında girmeleridir. Dolayısıyla bu durum, ülkelerin paylarındaki yüksek oranlı artışın sebebi olarak yansımaktadır. Daha önce Cezayir'deki talebin önemli bir kısmını karşılayan ve ülkeye yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç eden Almanya ve İtalya'nın pazardaki paylarını kaybettikleri tespit edilmiştir. Bu durum, Cezayir'de düşük fiyatlı ürün talebinin arttığını göstermektedir.

Irak vinçler ithalat pazarında, Türk inşaat firmalarının ve lojistik avantajının da etkisiyle Türkiye'nin baskın yapısı bulunmaktadır. Ülkenin 2,2 Milyon \$'lık ithalatının 2 Milyon \$'lık kısmını karşılayan Türkiye, küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama % 5 daralan Irak'ta, pazar payını korumuştur. Pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Türkiye, bu ürün segmentinde fiyatta rekabetçi olmuş ve Çin'in pazardan çıkmasına neden olmuştur. Ürünün lojistik maliyetlerinin yüksek olması da bu duruma etkindir. Ayrıca, büyüyen inşaat sektörünün, gelecek dönemde ihracatçı ülkeler için pazardaki fırsatları artırması beklenmektedir.

Çin, 2011-2015 yılları arasında vinç ithalatını yılda ortalama %14 artırarak 44,9 Milyon \$ seviyesine yükseltmiştir. Pazara 2015 yılında giren Türkiye'den yapılan ithalat ise 1,6 Milyon \$ hacmindedir. Türkiye, pazara düşük fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Toplam ithalatının yarısından fazlasını *re-import*⁴⁶ yoluyla karşılayan Çin, büyük ölçüde tüketim vergisi etkisini azaltmaya çalışmaktadır. Pazara yüksek değerlerde ihracat gerçekleştiren diğer ülkeler ise Almanya ve İsveç'tir. İki ülke pazarda sırasıyla %25 ve %11,6'lık paya sahiptir. Çin, yüksek katma değerli ürün ithalatını ise, Batı Avrupa ülkelerinden tedarik etmektedir.

Arjantin vinçler ürünündeki ithalatını 2011-2015 yılları arasında yüksek oranda artırmıştır. Artıştaki en önemli etken, 2015 yılında %12 oranında büyüyen inşaat sektörüdür.⁴⁷ 7,4 Milyon \$'lık hacme ulaşan Arjantin, vinç ithalatının 1,6 Milyon \$'lık kısmını Türkiye karşılamaktadır. Türkiye büyüyen pazara 2015 yılında giriş yapmıştır ve düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Pazardaki talebin yaklaşık yarısını karşılayan Çin, Arjantin'de lider

⁴⁶ Daha önce ihracatı gerçekleştirilen ürünün, tekrar ithal edilmesi durumudur.

⁴⁷ Business Monitor International, Database, 2016

konumdadır. İtalya ise %23'ün üzerindeki payıyla pazardaki etkin ülkeler arasındadır. Çin, pazara düşük fiyat segmentinde ürün ihraç ederken İtalya, orta fiyat segmentinde ihracat gerçekleştirmektedir. Yapılan analizler, Arjantin pazarındaki talebin ağırlıklı olarak düşük ve orta fiyat segmentindeki ürünlere yoğunlaştığını göstermektedir.

Umman, vinçler ürün grubundaki ithalatını 2011-2015 yılları arasında azaltmıştır. İnşaat sektör hacmindeki yüksek oranlı düşüşün, pazardaki daralmada etkisi büyüktür.⁴⁸ Umman'ın, 6,2 Milyon \$'lık küresel ithalatının %58'ini Hindistan'dan karşıladığı gözlemlenmiştir. Pazara 2013 yılında giren Hindistan, Umman'a düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Pazara 2014 yılında giren Türkiye ise, %23'lük paya sahiptir. Türkiye'nin daralan ve rekabet seviyesinin arttığı pazara, orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmesi dikkat çekmektedir. Umman'da yaklaşık %18'lik paya sahip olan ve pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden BAE ise, Umman'a ihracatını ağırlıklı olarak *reeksport*⁴⁹ yoluyla gerçekleştirmektedir. Umman'ın vinçler ürün grubundaki ithalatının düşük ve orta fiyat segmentindeki ürünlere yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Azerbaycan 2011-2015 yılları arasında vinç ithalatını yılda ortalama %6,6 artırarak 2,9 Milyon \$'a yükseltmiştir. Pazara 2015 yılında giren ve %45'lik pay ile lider olan Polonya'nın yanı sıra, Türkiye de %32'lik payla Azerbaycan'ın önemli vinç tedarikçileri arasında yer almaktadır. Büyüyen pazara karşın, son dört yıllık dönemde Türkiye'den yapılan ithalat yılda ortalama %11 oranında azalmıştır. Azerbaycan ile 2014 yılında hükümetler arası ekonomik iş birliği yapan⁵⁰ ve ülkeye yüksek katma değerli ürün ihraç eden Polonya'nın pazara girmesi, Türkiye'nin pazar payındaki düşüşün başlıca sebebidir. Pazarda etkin olan diğer ülkeler Çin ve İtalya'dır. Sonuç olarak, Azerbaycan'ın vinç ithalatında ağırlıklı olarak Avrupa ülkelerini tercih ettiği tespit edilmiştir.

Türkmenistan vinçler ithalat pazarı yaklaşık 1 Milyon \$'lık hacme sahip olup, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %10 daralmıştır. Pazardaki talebin 800 Bin \$'lık kısmını karşılayan Türkiye, %80'in üzerinde paya sahiptir. İhracatı pazara kıyasla daha yüksek oranda azalan Türkiye, pazara Rusya ve Çin'in de girmesi sebebiyle pazar payını koruyamamıştır. Bu ülkelerden Rusya, gümrük vergisinden muaf olması sebebiyle, Çin ise fiyattaki rekabetçiliği sayesinde pazarda etkin hale gelmiştir. Bu göstergeler doğrultusunda, Türkmenistan pazarında rekabet seviyesinin yükseldiği tespit edilmiştir.

Rusya 2011-2015 yılları arasında vinçler ürün grubundaki küresel ithalatını yılda ortalama %14 azaltmış ve 21,8 Milyon \$ seviyelerine düşürmüştür.

⁴⁸ Business Monitor International, Oman Infrastructure Report, 2016

⁴⁹ İthal edilen ürünün ihraç edilmesi

⁵⁰ Invest in Poland, 2014

Pazarın daralmasının temelinde, doğal kaynakların uluslararası pazardaki fiyat düşüşünden kaynaklı gelir seviyesindeki gerileme yatmaktadır. Bu durum, ilgili sektörlerin de hacminin düşmesine neden olmuş ve vinç ithalatı azalmıştır. Toplam talebin üçte ikisini karşılayan Finlandiya, Rusya pazarında lider konumdadır. Daralan pazara gerçekleştirdiği ihracatı yüksek oranda artıran Finlandiya, pazardaki payını da yüksek oranda artırmıştır. Finlandiya'nın pazarda yükselişinin temel nedeni, yüksek katma değerli ürün ihracatında Almanya'ya kıyasla fiyatta daha rekabetçi bir politika izlemesidir. Bu durum, pazarda %10'un üzerinde payı olan Almanya'nın da payını 2011 yılına kıyasla aşağılara çekmiştir. Avusturya da pazarda etkin olan bir diğer ülkedir. Üç ülke de pazara orta ve yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Yaklaşık 700 Bin \$'lık değerle pazarda %3'lük paya sahip olan Türkiye'nin ise, pazara gerçekleştirdiği ihracat Rusya'nın küresel ithalatına paralel olarak azalmıştır. Türkiye, pazara düşük fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Sonuç olarak, Rusya'nın vinçler ürün grubundaki ithalatının Batı Avrupa ülkelerinden orta ve yüksek fiyatlı ürünlere yoğunlaştığı analiz edilmiştir.

Afganistan vinçler ithalat pazarı henüz olgunluk seviyesine ulaşmamış olup, hacimsel anlamda yıllara göre değişkenlik gösterebilmektedir. 2011-2015 yılları arasında ithalat hacminin yılda ortalama %3,7 büyüdüğü pazarda, 2014-2015 yılları arasında %100'lük büyüme gözlemlenmiştir. Bu sebeple, pazarda yeni aktif olan ve/veya pazardan çıkan ülkeler tespit edilmiştir. Pazara yeni giren ülkelerden olan Türkiye, 1 Milyon \$ hacimli pazardaki talebin %60'ını karşılamaktadır. Türkiye'nin aksine ABD, 2011 yılında pazardaki talebin %55'ini karşılarken 2015 yılında %5'lik paya gerilemiştir. Afganistan pazarında etkin olan bir diğer ülke ise, pazarda lojistik avantaja sahip olan ve pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Hindistan'dır. Pazara 2014 yılında giren Hindistan'ın Türkiye ile rekabet etmesi yüksek olasıdır. Sonuç olarak Afganistan pazarında, kısa vadede Türkiye ile Hindistan arasında rekabet yaşanacağı, uzun vadede ise pazarda etkin ve hâkim olacak ülkelerin değişkenlik gösterebileceği öngörülmektedir.

Türkiye'nin vinçler alt sektörüne yönelik gerçekleştirilen dış ticaret analizinde öne çıkan hususlara aşağıda yer verilmiştir:

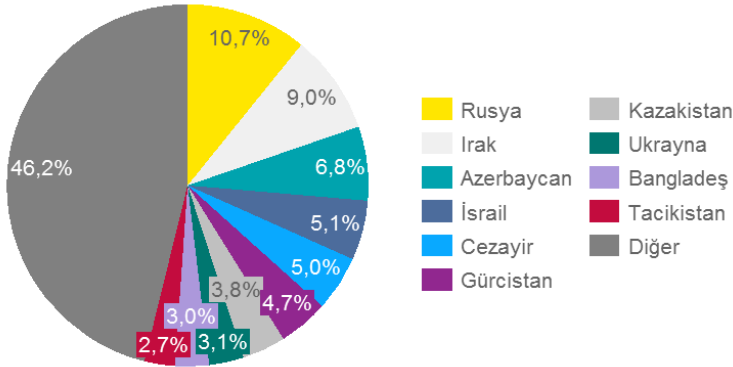
- ▶ Türkiye'nin vinçler ürün grubundaki ihracatı, küresel ihracata paralel şekilde büyümüş ve Türkiye küresel pazardaki konumunu korumuştur.
- ▶ Belçika, Cezayir ve Irak, Türkiye'nin vinçler ihracatının yaklaşık üçte ikisini karşılamaktadır.
- ▶ Vinç ihracatında Afganistan, Türkmenistan ve Irak, Türkiye'nin lider olduğu pazarlardır.

- ▶ Türkiye'nin pazardaki payını yüksek oranda artırdığı ülkeler, Belçika, Cezayir, Arjantin, Umman ve Afganistan'dır. Bu pazarların tümüne – Afganistan hariç – Türkiye yeni giriş yapmıştır.
- ▶ Vinç ihracatında Türkiye'nin en önemli rakibi Çin'dir. Küresel pazarda Türkiye'nin diğer önemli rakipleri, ihracat pazarına göre değişkenlik gösterebilmektedir. Almanya ve İtalya, bu ülkeler arasında öne çıkanlardan bazılarıdır.

Asansörler:

Asansörler ürün grubunda Türkiye'nin küresel ihracatı 2015 yılı itibariyle 41,9 Milyon \$'dır. Türkiye'nin bu ürünlerdeki ihracatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %4,5 artmıştır. Aynı dönemde küresel ihracat değeri ise yılda ortalama %3,1 artmış ve 5,6 Milyar \$ olmuştur. Yapılan analizler, küresel pazara paralel büyüme gösteren Türkiye'nin küresel pazardaki payını koruduğunu göstermektedir.

Şekil 40: Türkiye 2015 Yılı Asansörler İhracatının Ülkelere Dağılımı (%)

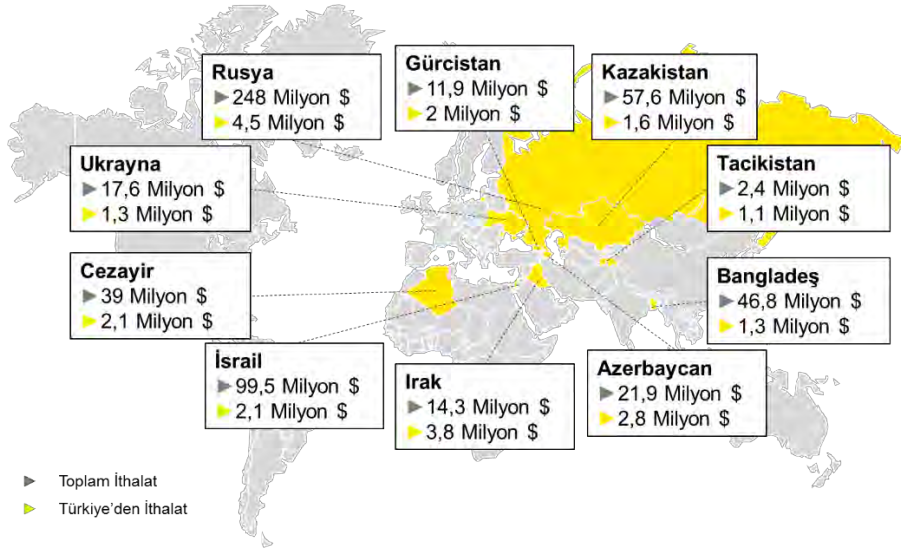


Kaynak: Trademap

Türkiye'nin asansörler ürününde en fazla ihracat gerçekleştirdiği pazar Rusya'dır. %10,7'lik payı olan Rusya'nın yanında, Irak da %9'luk payla Türkiye'nin ihracatında önemli konumda bulunmaktadır. BDT⁵¹ ülkelerinin ön plana çıktığı Türkiye asansörler ihracatı dağılımında, Orta Doğu ülkelerinin varlığı da dikkat çekmektedir. Bu durumun başlıca sebebi, Türk inşaat firmalarının pazarda etkin olmasıdır. Ek olarak, Irak, Azerbaycan, Gürcistan ve Ukrayna gibi ülkelerde Türkiye'nin lojistik avantajının bulunması, Türkiye'nin ihracatında bu ülkelerin ön plana çıkmasında etkili olmuştur.

⁵¹ Bağımsız Devletler Topluluğu

Şekil 41: Türkiye'nin En Çok Asansörler İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri (2015)



Kaynak: Trademap

Rusya, 248 Milyon \$'lık asansörler ithalatının 4,5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalat değerini koruyan Rusya'nın, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %1,7 artmıştır. Bu değerler, Rusya'ya gerçekleştirdiği ihracatı pazar hacmine kıyasla düşük olan Türkiye'nin pazardaki payında önemli bir değişiklik yaratmamıştır. Rusya pazarına 2012 yılında giren Beyaz Rusya lider konumdadır. Beyaz Rusya'nın pazara yakınlığıyla elde ettiği lojistik avantaj ve gümrük vergisinden muaf olması, pazardaki etkinliğinin başlıca nedenlerindendir. Çin ve Almanya, Rusya'ya yüksek değerde ihracat gerçekleştiren diğer ülkelerdir. Beyaz Rusya ve Çin, Rusya'nın düşük fiyatlı ürün talebini karşılarken, Almanya pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Pazarda düşük fiyat segmentindeki ürün talebinin artması ve yüksek talep görmesi, pazara ağırlıklı olarak düşük fiyatlı ürün ihraç eden Türk firmalar için pazarı cazip hale getirmektedir.

Irak, Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği üçüncü ülkedir. Türkiye'nin pazara yakınlığıyla sahip olduğu lojistik avantaj ve Türk ürünlerinin pazardaki bilinirliğinin yüksek olması, bu durumun başlıca sebeplerindendir. Irak'ın 14,3 Milyon \$'lık küresel ithalatının 3,8 Milyon \$'lık kısmını karşılayan Türkiye, son dört yıllık periyotta Irak'a ihracatını yılda ortalama %3,7 azaltmıştır. Aynı dönemde büyüyen Irak pazarında Türkiye'nin pazar payının düşmesinin ana nedeni, fiyatta rekabetçiliği yüksek olan Çin'in pazardaki etkinliğini yüksek

oranda artırmasıdır. Pazarda %38'lik payla lider olan Çin'in yanı sıra, Güney Kore de Irak pazarına yüksek değerlerde ihracat gerçekleştirmektedir. Çin ve Türkiye, Irak'a düşük fiyatlı ürün ihraç ederken, Güney Kore pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Bu analizler, Irak'ın ithalatının üçte ikisinden fazlasını düşük fiyatlı ürünlerin oluşturduğunu göstermektedir. Pazarda tercih edilen diğer ürünler ise ağırlıklı olarak orta fiyat segmentindedir.

Azerbaycan asansörler ürünündeki 21,9 Milyon \$'lık küresel ithalatını 2011-2015 yılları arasında korumuştur. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat ise %25,8 artmış ve 2,8 Milyon \$ seviyesine yükselmiştir. Türkiye'nin rakiplerine kıyasla fiyatta rekabetçi olması, yüksek oranlı ihracat artışının öne çıkan nedenlerindendir. Azerbaycan pazarında toplam talebin yaklaşık yarısı Çin ve İspanya'dan karşılanmaktadır. Pazara Türkiye gibi düşük fiyatlı ürün ihraç eden Çin'in aksine, İspanya pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Bu ülkelerin pazardaki paylarının arttığı da göz önünde bulundurulduğunda, Azerbaycan'ın asansörler ürün grubunda düşük ve orta fiyat segmentindeki ürünlere yöneldiği tespit edilmiştir.

İsrail Orta Doğu pazarında Suudi Arabistan ve BAE'den sonra en fazla asansör ithal eden üçüncü ülkedir. Ülkenin 2011-2015 yılları arasında küresel asansör ithalatı yılda ortalama %6,3 artmış ve 2015 yılında 99,5 Milyon \$ seviyesine yükselmiştir. İthalat artışındaki en önemli etkenlerden biri, 2012 ve 2013 yıllarında inşaat sektöründeki büyümedir. İsrail'in aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %16,3 artmış ve 2,1 Milyon \$ olmuştur. Bu artış, Türkiye'nin pazar payını yaklaşık %1 oranında yükseltmiştir. İspanya'nın lider olduğu İsrail pazarına, Finlandiya ve Çin de önemli değerlerde ihracat gerçekleştirmektedir. İspanya ve Finlandiya pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, Çin ve Türkiye pazarın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Bu ülkelerin son dört yıllık dönemde pazara ihracatlarını artırması, İsrail'deki talebin düşük ve orta fiyat segmentindeki ürünler üzerine yoğunlaştığını göstermektedir.

Cezayir asansörler ürün grubunun da dâhil olduğu makineler & aksam ve parçaları ürün grubunda Türkiye'nin en önemli ihracat pazarlarından biridir. 39 Milyon \$'lık küresel asansörler ithalatının 2,1 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılayan Cezayir, 2011-2015 yılları arasında Türkiye'den ithalatını yılda ortalama %17,3 oranında artırmıştır. Aynı dönemde ülkenin küresel ithalatının da yılda ortalama %19 artması, Türkiye'nin pazardaki payını büyük oranda koruduğunu göstermektedir. İspanya'nın %39'luk payla lider olduğu Cezayir'de, Çin, İtalya, Fransa, Finlandiya ve Türkiye arasındaki rekabet yüksek seviyededir. Ağırlıklı olarak orta fiyat segmentindeki ürünlerin tercih edildiği pazarda, İspanya, Fransa, İtalya gibi AB ülkelerinin ön plana

çıkmasında gümrük vergisi ve lojistik avantaja sahip olmaları önemli rol oynamaktadır.

Gürcistan, Türkiye'nin pazara yakınlığı sebebiyle lojistik avantaja sahip olduğu pazarlardandır. 2011-2015 yılları arasında asansörler ürünündeki ithalatını yılda ortalama %5 artıran ülke, ithalat değerini 2015 yılında 11,9 Milyon \$'a yükseltmiştir. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat yılda ortalama %4,7 azalmış ve 2 Milyon \$ seviyesine gerilemiştir. Tayland ve Yunanistan'ın pazara yeni girmesi ve pazardaki rekabeti artırmaları, Türkiye'den yapılan ithalatın azalmasındaki başlıca etkenlerdir. Bu durum, pazarda %20'nin üzerindeki payı ile lider olan Çin'in de, Gürcistan'a ihracatını düşürmüştür. Genel olarak düşük fiyatlı asansör ithal eden Gürcistan pazarında, son dönemlerde orta fiyat segmentindeki ürünlere olan talebin arttığı görülmektedir.

Kazakistan, asansörler ürün grubundaki ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %8 artırmış ve 57 Milyon \$'lık hacmin üzerine çıkarmıştır. Kazakistan inşaat sektöründe görülen büyüme, ithalat değerinin artmasına önemli katkı sağlamıştır. Gelecek dönemde de inşaat sektöründeki büyümenin devam edeceği öngörülmektedir. Bu sebeple, asansörler ürünündeki ithalatın artması da yüksek olasıdır. 2011-2015 yılları arasında Türkiye'den yapılan ithalat ise yılda ortalama %11 azalmıştır. Büyüyen pazara rağmen Türkiye'den yapılan ithalatın azalması, Türkiye'nin pazar payında da düşüş meydana getirmiştir. Pazara yeni ülkelerin girmesiyle artan rekabet seviyesi ve pazarda lider olan Çin'in payında yaşanan artış, Türkiye'den yapılan ithalatın daralmasındaki başlıca nedenlerdir. Güney Kore ve Beyaz Rusya, pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Genel olarak düşük ve orta fiyat segmentinde ürün ithal eden Kazakistan pazarında, Uzak Doğu ülkelerinin ağırlığı ve etkinlikleri dikkat çekmektedir.

Ukrayna ekonomisi, 2013 yılından itibaren Rusya ile yaşadığı siyasi kriz ve doğal kaynakların fiyatlarındaki düşüş sebebiyle küçülmektedir. Bu durum, ülkenin tüm sektörlerdeki ithalat değerinin düşmesine neden olmuştur. Asansörler ürün grubundaki ithalat da 2013 yılı sonrasında azalmıştır. Son dört yıldaki veriler analiz edildiğinde, Ukrayna'nın asansör ithalatının yılda ortalama %18,5 düştüğü gözlemlenmiştir. 17,6 Milyon \$'lık hacme sahip olan pazarda, Türkiye'den yapılan ithalat 1,3 Milyon \$ seviyelerindedir. Ukrayna'ya düşük fiyatlı ürün ihraç eden Türkiye'nin pazardaki en önemli rakipleri Beyaz Rusya ve Çin'dir. Slovakya, Yunanistan ve Bulgaristan, pazarda etkinliği yüksek olan diğer ülkelerdir. Yapılan analizler, Ukrayna'nın ağırlıklı olarak düşük fiyatlı ürün ihraç ettiğini ve pazarda Çin'le beraber Doğu Avrupa ülkelerinin belirli bir ağırlığa sahip olduğunu göstermektedir.

Bangladeş küresel asansörler ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %10 artırmış ve 45 Milyon \$'ın üzerine çıkarmıştır. Pazara 2013 yılında giren Türkiye'den ise 1,3 Milyon \$'lık asansör ithal edilmiştir. Türkiye'nin pazardaki payı %3 seviyelerindedir. Pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden ve pazardaki payını son dört yılda yüksek oranda artıran Çin, Bangladeş'te lider konumdadır. Pazardaki ithalatın %22'sini karşılayan ve pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden Güney Kore'nin ise, pazardaki payı aynı dönemde yüksek oranda dşmştır. Bu durum, Bangladeş'teki asansör talebinin düşük fiyatlı ürünlere kaydığını göstermekte olup pazara, Çin gibi düşük fiyatlı ürün ihraç eden Türkiye'nin pazardaki etkinliğinin giderek artabileceğinin göstermektedir.

Tacikistan, 2,4 Milyon \$'lık asansör ithalatının 1,1 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Türkiye'den yapılan ithalat son dört yıllık dönemde yılda ortalama %45 artmıştır. Pazar büyümesinin üzerinde performans gösteren Türkiye'nin, Tacikistan pazarındaki payı artmıştır. Öte yandan, %40'lık pay ile pazarda etkin olan Çin'in de Türkiye gibi pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmesi, iki ülke arasındaki rekabet düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir. Ancak, Türkiye'nin son yıllarda fiyatta Çin'e göre daha rekabetçi olması, Türkiye'yi pazarda ne çıkarmıştır.

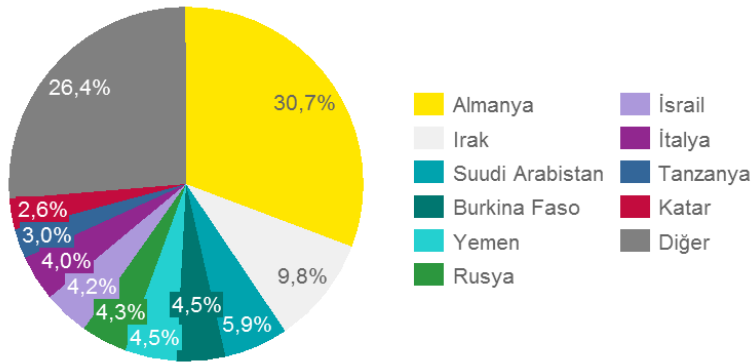
Türkiye'nin asansörler alt sektörüne yönelik gerçekleştirilen dış ticaret analizinde ne çıkan hususlara aşağıda yer verilmiştir:

- ▶ Türkiye'nin asansörler ürün grubundaki ihracatı, küresel ihracata paralel şekilde büyümüş olup, Türkiye küresel pazardaki konumunu korumuştur.
- ▶ BDT lkeleri Türkiye asansör ihracatının en fazla yoğunlaştığı pazarlardır.
- ▶ Tacikistan pazarında lider olan Türkiye, 2011-2015 yılları arasında pazardaki payını yüksek oranda artırmıştır. Ek olarak, Azerbaycan ve Ukrayna pazarları da Türkiye'nin büyüdüğü pazarlar olarak dikkat çekmektedir.
- ▶ Türkiye'nin yoğunlaştığı ihracat pazarlarındaki rekabet analiz edildiğinde, en önemli rakibin Çin olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak, Beyaz Rusya'nın BDT lkelerinde güçlü olduğu tespit edilmiştir.
- ▶ Güney Kore ve İşpanya da, asansörler ürün grubunda Türkiye'nin önemli rakipleri arasındadır.
- ▶ Türkiye'nin en fazla asansör ihraç ettiği pazarlarda, talebin ağırlıklı olarak düşük fiyat segmentindeki ürünlere yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Dorse:

Türkiye'nin dorse ihracatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %23 artmış ve 140 Milyon \$ seviyesine yaklaşmıştır. 2015 yılında 8,8 Milyar \$ olan küresel dorse ihracat hacmi ise, son dört yıllık periyotun sonunda yaklaşık aynı değerde kalmıştır. Bu analizler sonucunda, Türkiye'nin küresel pazardaki payını iki katına çıkardığı tespit edilmiştir. Yürürlüğe giren *ADR yönetmeliği*⁵² ile birlikte Türk firmalarının uluslararası standartlara uygun üretim yapmaları, ihracatın artmasına önemli katkıda bulunmuştur.

Şekil 42: Türkiye 2015 Yılı Dorse İhracatının Ükelere Dağılımı (%)

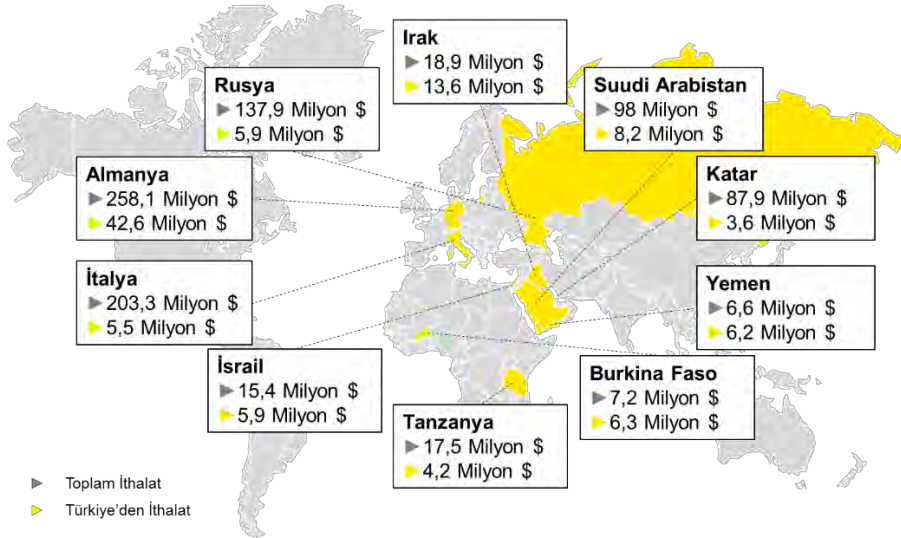


Kaynak: Trademap

Dorse ürününde Türkiye'nin ihracatının coğrafi dağılımı incelendiğinde, Orta Doğu ülkeleri ile Almanya ve İtalya'nın ağırlığı dikkat çekmektedir. Fransa'dan sonra Avrupa'da en fazla dorse ithal eden ülke olan ve ağır yük taşıtları üretiminde dünyada ilk sıralarda yer alan Almanya, Türkiye'nin dorse ihracatının %30'undan fazlasını karşılamaktadır. Irak yaklaşık %10'luk payı ile Almanya'nın ardından Türkiye'nin en fazla dorse ihraç ettiği ikinci pazardır. Afrika ülkelerinin de dağılımdaki varlığı düşünüldüğünde, Türkiye menşeli ürünlerin farklı coğrafyada bulunan pazarlarda yer aldığı tespit edilmiştir.

⁵² Tehlikeli maddelerin karayoluyla taşınması hakkında yönetmelik

Şekil 43: Türkiye'nin En Çok Dorse İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri (2015)



Kaynak: Trademap

Almanya, 2015 yılında 258 Milyon \$'lık küresel dorse ithalatının 42,6 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den tedarik etmiştir. 2011-2015 yılları arasında ithalatı yılda ortalama %2 oranında azalan Almanya'nın, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat %26 artmıştır. Türkiye'nin pazarda büyümesinin ana sebepleri, pazardaki rakiplerine kıyasla fiyatta rekabetçi olması ve Almanya'da düşük ve orta fiyat segmentindeki ürün talebinin artmasıdır. Almanya dorse ithalatında, Türkiye ile beraber Hollanda, Belçika ve Polonya'nın pazar payları yüksektir. Pazara Türkiye gibi düşük ve orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden Polonya'nın da Almanya'ya ihracatı yüksek oranda artmıştır. Polonya'nın pazarda talep gören düşük ve orta fiyatlı ürünleri tedarik etmesi ve pazara yakınlığı, gelecek dönemde Türkiye ile Polonya arasındaki rekabetin artacağını göstermektedir. Yapılan analizler sonucunda, Almanya'nın dorse ithalatında Avrupa ülkelerinin ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir.

Irak, dorse ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %11,7 artırarak 18,9 Milyon \$ seviyesine yükseltmiştir. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat ise yılda ortalama %36,5 artmış ve 13,6 Milyon \$ olmuştur. Bu durum, Türkiye'nin pazarda yüksek oranda büyümesine neden olmuştur. Irak'ta yaşanan terör ve güvenlik sorunları sebebiyle Almanya'nın pazar payının düşmesi ve Irak'ın gelir seviyesindeki gerileme sebebiyle düşük fiyatlı ürünlere yönelmesi, Türkiye'nin Irak pazarında büyümesindeki başlıca faktörlerdir. Pazarda %70'lik payı bulunan Türkiye'nin dışında, Irak'ta etkin olan ülkelerin

pazar payları %10'un altında seyretmektedir. Dolayısıyla, Irak'ın dorse ithalat pazarında büyük ölçüde Türkiye'nin hâkimiyeti görülmektedir.

Suudi Arabistan, Orta Doğu'da en fazla dorse ithal eden ülke olma özelliğine sahiptir. 2015 yılında 98 Milyon \$'lık dorse ithal eden ülkenin ithalat değeri, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %14 artmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat ise yılda ortalama %46 büyümüş ve 8,2 Milyon \$ seviyesine yükselmiştir. Suudi Arabistan'ın Türkiye'den de ithal ettiği düşük fiyat segmentindeki ürünlerin ithalatına yoğunlaşması, pazarında üzerinde büyüyen Türkiye'nin pazar payını artırmasındaki temel nedenlerdendir. Almanya'nın lider olduğu Suudi Arabistan pazarında, BAE, ABD ve Çin'den yapılan ithalat da yüksek değerdedir. ABD'den yapılan ithalat yüksek fiyatlı, Çin'den yapılan ithalat ağırlıklı olarak düşük fiyatlıdır. Almanya ve BAE ise pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Sonuç olarak, Suudi Arabistan pazarındaki talebin düşük fiyatlı ürünlere kaymış olması, pazarda Türkiye için fırsat yaratmaktadır.

Burkina Faso, Türkiye'nin dorse pazarında baskın yapıda olduğu ülkelerden biridir. 7,2 Milyon \$ olan toplam ithalatın 6,3 Milyon \$'lık kısmını karşılayan Türkiye, pazara 2014 yılında girmiş olup %87'lik paya sahiptir. Türkiye'nin, geçmiş yıllarda pazarda etkin olan Çin'e kıyasla daha düşük bir fiyat politikası izlemesi, pazardaki hâkimiyetinin sebebidir. Yine de yüksek ekonomik büyüme sebebiyle inşaat sektörünün hızla geliştiği Burkina Faso'da, olgunlaşmamış bir pazar yapısı bulunmaktadır. Bu yüzden, pazardaki rekabet, fiyat, ürün segmenti gibi dinamiklerin değişkenlik gösterebileceği tespit edilmiştir.

Yemen dorse pazarı da Burkina Faso'ya benzer özellikler taşımaktadır. Türkiye'nin 2014 yılında girdiği ve 2015 yılında 6,6 Milyon \$'lık ithalatın %94'ünü karşıladığı pazarda, olgunluk seviyesinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, inşaat sektörünün hacmi ve yapılan yatırımlar yıllar içinde dalgalanmaktadır. Buna bağlı olarak, pazara yüksek değerde ihracat gerçekleştiren ülkelerin, talep edilen ürün segmentlerinin ve fiyat aralıklarının sıkça farklılaştığı gözlemlenmiştir. Bu sebeple, yapılan analizler pazarın gidişatı hakkında öngörü sunmamaktadır

Rusya, ana gelir kaynağı olan petrol ve doğalgaz gibi doğal kaynak fiyatlarının düşmesinin etkisiyle birçok sektörde olduğu gibi dorse ithalatını da azaltmıştır. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %36 daralan Rusya pazarında, ithalat değeri 140 Milyon \$'ın altına gerilemiştir. Pazardaki talebin yaklaşık üçte ikisini karşılayan Almanya, Rusya'da lider konumdadır. Ancak, Almanya'dan yapılan ithalat pazara paralel olarak düşmüştür. Pazarda Türkiye'den yapılan ithalat yaklaşık 6 Milyon \$ değerindedir. Fakat Türkiye'den yapılan ithalat daralan pazara rağmen artma eğilimindedir. Rusya'nın düşük

fiyatlı ürünlere olan talebindeki artışın, Türkiye'nin pazarda büyümesinde önemli rol oynamaktadır. Benzeri şekilde, pazara Türkiye ile aynı segmentte ürün ihraç eden Beyaz Rusya da pazarda büyümüştür. Yapılan analizler sonucunda, Rusya'nın dorse ithalatında fiyat ve katma değer standardını düşürdüğü gözlemlenmiştir.

İsrail, 15,4 Milyon \$'lık küresel dorse ithalatının 5,9 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. 2011-2015 arasında İsrail'in küresel ithalatı yılda ortalama %19 artmıştır. Ülkenin aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatı yılda ortalama %34 artırması, Türkiye'nin pazarın üzerinde büyüdüğünü ve payını yüksek oranda artırdığını göstermektedir. Yüksek fiyat ve katma değerli Alman ürünlerine olan talebin azalması ve pazardaki talebin düşük fiyatlı ürünlere kayması, Türkiye'nin pazarda büyümesinde etkin rol oynamıştır. Pazarda %38'lik payı olan Türkiye'nin yanı sıra, %27'lik payı bulunan Almanya'nın ihracat değeri de yüksektir. Ancak, Almanya'nın ihracatı bahsi geçen fiyat stratejisi sebebiyle azalma eğilimindedir. Dolayısıyla, İsrail dorse pazarında düşük fiyatlı ürünlere kayması, pazarı Türk ihracatçılar için cazip hale getirmektedir.

İtalya küresel dorse ithalatının değeri, 200 Milyon \$'ın üzerindedir. İthalat 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %12 büyümüştür. %55'lik payla Almanya'nın lider olduğu pazarda, bu ülkeden yapılan ithalat azalma eğilimindedir. Son yıllarda Doğu Avrupa ülkelerinin etkinliğinin artması ve rekabet seviyesinin yükselmesi Almanya'nın, pazardaki etkinliğinin azalmasının başlıca sebepleridir. İtalya'ya 5,5 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştiren Türkiye ise, pazara paralel büyümüş olup ve İtalya'daki payını korumuştur. Türkiye'nin İtalya'da rekabet halinde olduğu ülkeler, pazara benzer segmentte ürün ihraç eden ve pazara Türkiye'ye kıyasla daha yakın olmalarıyla lojistik avantaja sahip olan Doğu Avrupa ülkeleridir. Bu durum, Türkiye için tehdit oluşturmaktadır.

Tanzanya, Afrika'da en fazla dorse ithalatı yapan beşinci ülkedir. Ancak 2015 yılında 17,5 Milyon \$'lık ithalat yapan pazar, son dört yıllık dönemde daralma eğilimindedir. Pazarı 2013 yılında giren Türkiye ise, Tanzanya'nın dorse talebinin yaklaşık dörtte birini karşılamaktadır. 2014 ve 2015 yılları incelendiğinde, Türkiye'den yapılan ithalat da pazara paralel olarak azalma eğilimindedir. Pazardaki talebin %68'ini karşılayan Çin, Tanzanya'da lider konumdadır. Çin ve Türkiye'nin pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmesi, Tanzanya'nın dorse ithalatında düşük fiyatlı ürünlere yoğunlaştığını göstermektedir.

Katar, Konya araç üstü ekipman sektörü küresel seviye hedef pazarları arasında yer almakta olup, Orta Doğu bölgesinde de en fazla dorse ithal eden ikinci ülkedir. Pazarın dorse ithalatı, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama

%40 artmıştır. Pazarın yüksek oranda büyümesindeki başlıca etkenler, ilgili sektörlerde gözlenen büyümedir. Katar'ın dorse ithalatında öne çıkan ülkeler dikkat çekici bir şekilde Suudi Arabistan ve BAE'dir. Pazardaki ithalatın toplamda üçte ikisini karşılayan ülkeler, Katar'a ihracatlarını *reeksport*⁵³ yoluyla gerçekleştirmektedir. İki ülkenin Katar pazarında gümrük vergisinden muaf olmaları ve lojistik avantaja sahip olmaları da, pazarda etkinliklerinin önemli nedenlerindendir. Katar'a 3,6 Milyon \$'lık ürün ihraç eden Türkiye ise, pazara 2014 yılında girmesine rağmen ihracatını yüksek hızla artırmaktadır. Türkiye de pazara Suudi Arabistan ve BAE gibi düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Geçmiş dönemde pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden Almanya'nın pazar payını kaybetmesi, Katar pazarındaki talebin düşük fiyatlı ürünlere kaydığının göstergesidir.

Türkiye'nin dorse alt sektörüne yönelik gerçekleştirilen dış ticaret analizinde öne çıkan hususlara aşağıda yer verilmiştir:

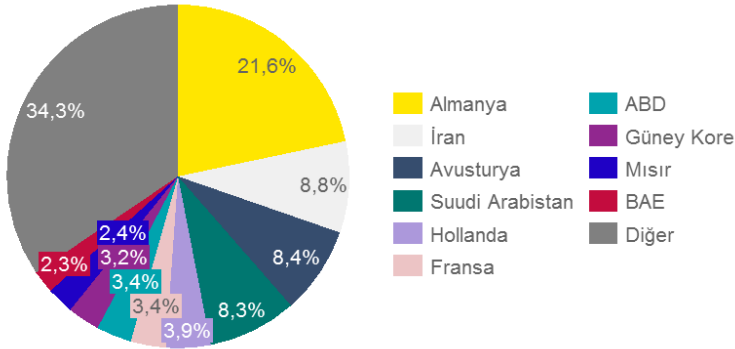
- ▶ Son dört yıllık dönemde aynı seviyelerde kalan küresel dorse ihracatına karşın Türkiye'nin ihracatı, yılda ortalama %23 artmış ve Türkiye'nin küresel ihracat pazarındaki konumu güçlenmiştir.
- ▶ Türkiye'nin dorse ihracatının %30'undan fazlasını karşılayan Almanya, mevcut durumda en önemli ihracat pazarı konumundadır.
- ▶ Çin ve Almanya, Türkiye'nin faaliyet gösterdiği pazarlarda en önemli rakipleridir. Avrupa bölgesinde Doğu Avrupa ülkelerinin etkinliğinin arttığı gözlemlenirken, Arap Yarımadası'nda *reeksport* yoluyla ihracat gerçekleştiren BAE önemli paya sahiptir.
- ▶ Türkiye, analiz edilen ülkelerden Irak, Burkina Faso, Yemen ve İsrail pazarlarında lider konumdadır. Ek olarak, son dört yıllık dönemde, analiz edilen pazarların tümünde - Rusya ve İtalya hariç - Türkiye'nin payı yüksek oranda artmıştır.
- ▶ Türkiye, analiz edilen pazarlara ağırlıklı olarak düşük fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir.
- ▶ Ekonomileri doğal kaynaklara bağlı olan ülkelerde gelir seviyesindeki düşüş, dorse ürünündeki talebin ağırlıklı olarak düşük fiyat segmentindeki ürünlere kaymasına neden olmuştur.
- ▶ Burkina Faso ve Yemen pazarlarında oturmamış bir yapı olması sebebiyle, pazarda etkin olan ülkeler ve rekabet yapısı, segment, fiyat aralıkları gibi dinamikler sıkça değişkenlik göstermektedir.

⁵³ İthal edilen ürünün ihraç edilmesi

Hidrolik Güç Motorları:

17,5 Milyar \$ hacimli küresel hidrolik güç motorları ihracat pazarı, 2011-2015 yılları arasında %1 daralmıştır. Türkiye'nin bu ürün grubundaki ihracatı ise 62,3 Milyon \$'dır. Küresel ihracatını son dört yıllık dönemde yılda ortalama %1 artıran Türkiye'nin, küresel pazardaki konumunda kayda değer bir değişiklik olmamıştır.

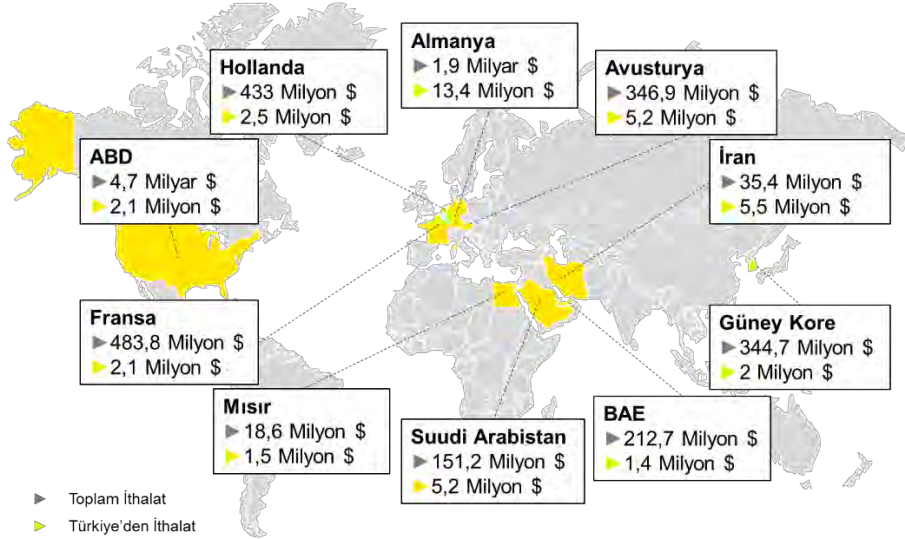
Şekil 44: Türkiye 2015 Yılı Hidrolik Güç Motorları İhracatının Ülkelere Dağılımı (%)



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin hidrolik güç motorları ihracatında en fazla yoğunlaştığı bölgeler Avrupa ve Orta Doğu'dur. Almanya %21'in üzerindeki payıyla, Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği pazardır. Aynı zamanda İran, Avusturya ve Suudi Arabistan da Türk ihracatçıları için önem arz etmektedir. Bu üç ülke Almanya ile birlikte Türkiye'nin hidrolik güç motorları ihracatının yaklaşık yarısını karşılamaktadır. Ayrıca, hidrolik güç motorlarında Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği pazarlar, hidrolik pompalar ürünü ile paralellik göstermektedir.

Şekil 45: Türkiye'nin En Çok Hidrolik Güç Motorları İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri (2015)



Kaynak: Trademap

Almanya 1,9 Milyar \$ ile Avrupa'da en fazla hidrolik güç motorları ithal eden ülke konumundadır. Ancak, Almanya'nın ithalatında 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %23'lük gerileme olduğu hesaplanmıştır. İç pazardaki üretimin artması, Almanya ithalat pazarının daralmasındaki başlıca etkindir.⁵⁴ Almanya'nın, Türkiye'den yaptığı ithalat ise aynı dönemde artma eğilimindedir. 13,4 Milyon \$ hacme sahip olan ithalatın artmasında, Almanya'daki talebin düşük ve orta fiyat segmentindeki ürünlere kayması etkili olmuştur. %16'lık pay ile pazarda lider olan ABD'nin yanında, birçok Avrupa ülkesi de pazara önemli değerlerde ihracat gerçekleştirmektedir. Ülkelerin pazar paylarının birbirine yakın olması, Almanya'daki rekabet seviyesinin yüksek olduğunu göstergesidir. Sonuç olarak, katma değerli ve yüksek fiyatlı ürün talebini iç pazardan karşılayan Almanya, ithalatta düşük fiyat segmentindeki ürünlere yoğunlaşmıştır.

İran, son dönemlerde izlediği dışa açılma politikası sebebiyle yüksek potansiyel vaat eden pazarlardan biridir. Ancak, son yıllarda İran'ın ana gelir kaynağı olan petrol ve doğalgaz fiyatlarındaki düşüş, ülkenin gelir seviyesini olumsuz yönde etkilemiştir. Bu durum, birçok sektörde olduğu gibi hidrolik güç motorları ithalatına da olumsuz yansımıştır. İnşaat, makine, demir-çelik gibi

⁵⁴ Centre for the Promotion of Imports, Metal parts for hydraulics in Europe, 2015

sektörlerdeki yatırımların azalması, bunun en somut örneğidir.⁵⁵ 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3 daralan İran pazarı, 2015 yılında 35,4 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştirmiştir. %60'lık paya sahip olan ve yüksek oranda büyüyen Çin, İran pazarında lider konumda olup, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Pazara 5,5 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştiren Türkiye ise, İran'da %15,4'lük paya sahiptir. İran'ın yüksek fiyatlı ürün talebini karşılayan Almanya'nın İran'a ihracatı ise azalmaktadır. Yapılan analizler, İran'daki hidrolik güç motoru talebinin düşük fiyatlı ürünlere kaydığını ve bu durumun lojistik avantaja sahip olan Türkiye için fırsat yarattığını göstermektedir.

Avusturya, 345 Milyon \$'ın üzerindeki küresel hidrolik güç motorları ithalatının 5,2 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %5 büyüyen Avusturya pazarında, Türkiye'den yapılan ithalat aynı dönemde yılda ortalama %13 azalmıştır. Büyüyen pazara rağmen Türkiye'den yapılan ithalatın azalması, Türkiye'nin pazar payının düşmesine neden olmuştur. Almanya, İtalya ve Çek Cumhuriyeti gibi AB ülkelerinin pazardaki etkinliklerini artırması, Türkiye'den yapılan ithalatın azalmasındaki önemli faktörlerdendir. Avusturya'nın sınır komşusu olan ve küresel pazarda önde gelen tedarikçiler arasında yer alan Almanya, pazardaki talebin %45'ini karşılamaktadır. Bulgaristan, İtalya ve Çek Cumhuriyeti, pazarda yüksek değerde ihracata sahip olan diğer ülkelerdir. Avusturya'nın hidrolik güç motorları ithalatında genel olarak AB üyesi ülkeleri tercih ettiği tespit edilmiştir. AB ülkelerinin pazarda ön plana çıkmasındaki en önemli etken, lojistik maliyetlerin düşük olmasıdır. Ayrıca, Batı Avrupa'daki üreticilerin işçilik maliyetlerinin düşük olduğu Doğu Avrupa'da üretim tesisi kurmaları da göz önünde bulundurulmalıdır. Bu durum, Çek Cumhuriyeti ve Bulgaristan gibi ülkelerin etkin olmasına neden olmuştur.⁵⁶

Suudi Arabistan 2011-2015 yılları arasında hidrolik güç motorları ithalatını yılda ortalama %18 artırmıştır. 150 Milyon \$'ın üzerinde ithalat hacmine sahip olan ülkede, Türkiye'den gerçekleştirilen ithalatın değeri 5,2 Milyon \$'dır. Son dört yıllık dönemde Türkiye'den yapılan ithalat büyümesi, pazar büyümesinin altında kalmıştır. Bu sebeple, Türkiye'nin pazardaki etkinliği azalmıştır. ABD, pazardaki talebin üçte birini karşılamakta olup, pazara ihracatını yüksek oranda artırmıştır. Ek olarak, Almanya'nın da pazardaki %19'luk payıyla önemli tedarikçiler arasında yer aldığı görülmektedir. İki ülke de pazara yüksek fiyat ve katma değerli ürün ihraç etmektedir. Bu durum, pazarda ağırlıklı olarak talep gören segmentin yüksek katma değerli ve yüksek fiyatlı ürünler olduğunu göstermektedir.

⁵⁵ Business Monitor International, Iran Data Tool, 2016

⁵⁶ Centre for the Promotion of Imports, Metal parts for hydraulics in Europe, 2015

Hollanda, AB ülkeleri içerisinde en fazla hidrolik güç motoru ithal eden üçüncü ülkedir. 2011-2015 yılları arasında bu ürün grubundaki ithalatını yılda ortalama %6 artıran ve 430 Milyon \$'ın üzerine çıkaran Hollanda, bu değer 2,5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den tedarik etmiştir. İhracatı pazar büyümesine paralel artan Türkiye, pazardaki payını incelenen dönemde korumuştur. Hollanda'nın hidrolik güç motorları ithalatının dörtte birini karşılayan Almanya, pazarda lider konumdadır. ABD ise %20'lik payı ile pazardaki önemli oyuncular arasında yer almaktadır. Son dört yılda ABD'den yapılan ithalatın yüksek oranda artması dikkat çekmektedir. Pazarda etkin olan diğer ülkeler Japonya, Güney Kore, İtalya ve Belçika olarak sayılabilir. Bu ülkeler Almanya ve ABD ile birlikte pazara orta ve yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Sonuç olarak, ithalatta Hollanda hidrolik güç motorları tedarik ağının geniş bir coğrafyaya yayıldığı ve genellikle orta ve yüksek fiyat segmentindeki ürünlerin talep gördüğü tespit edilmiştir.

Fransa 483,3 Milyon \$'lık küresel hidrolik güç motorları ithalatının 2,1 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatını yılda ortalama %3,5 artıran Fransa, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatı yılda ortalama %1 artırmıştır. Bu durum, pazardaki payı düşük olan Türkiye'nin konumunu etkilememiştir. Fransa'nın hidrolik güç motorları ithalatının üçte birini karşılayan Almanya, Fransa pazarında lider konumdadır. ABD de Fransa'ya yüksek değerde ihracat gerçekleştiren ülkelerdendir. İki ülkenin de pazara gerçekleştirdiği ihracat, artma eğilimindedir. Ek olarak, pazarda etkin olan ülkelere Çin ve Güney Kore'den yapılan ithalat artarken, İtalya ve İngiltere'den yapılan ithalat azalmaktadır. Yapılan analizler sonucunda, Fransa pazarının ithal edilen ürün segmenti ve tedarik ağının geniş bir coğrafyaya yayılması gibi özellikleri açısından Hollanda ile benzerliğe sahip olduğu gözlemlenmiştir.

ABD küresel pazarda en fazla hidrolik güç motorları ithal eden ülke olup (4,7 Milyar \$), küresel ithalatın yaklaşık dörtte birini karşılamaktadır. Bu ürün grubunda aynı zamanda önemli bir üretici ve ihracatçı olan ülke, ithalatının önemli bir kısmını düşük fiyatlı ürün aldığı Çin'den gerçekleştirmektedir. Çin'den yapılan ithalatın 2011-2015 yılları arasında yüksek oranda artması, pazardaki düşük fiyatlı ürün talebinin arttığını göstermektedir. Pazara yüksek değerde ihracat gerçekleştiren diğer ülkelerin paylarının birbirine yakın olması, ülkeler arasındaki rekabet seviyesinin yüksek olduğunun göstergesidir. Pazara 2013 yılında giren Türkiye, pazardaki talebin düşük fiyatlı ürünlere kaymasıyla 2013 yılındaki ihracatını yaklaşık iki katına çıkarmıştır. ABD'ye ihracatı 2,1 Milyon \$ olan Türkiye'nin, gelecek dönemde pazardaki etkinliğini artırması yüksek olasıdır.

Güney Kore, rapor kapsamında analiz edilen hedef pazarlardan biri olma özelliğine sahiptir. Yaklaşık 350 Milyon \$'lık hidrolik güç motoru ithal eden

ülkenin ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1,4 daralmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat ise artma eğiliminde olup 2 Milyon \$ seviyesine yükselmiştir. Türkiye'den yapılan ithalatın artmasında ve Türkiye'nin pazarda büyümesinde, pazara yeni girmiş olmasının etkisi büyüktür. Rekabet seviyesinin yüksek olduğu Güney Kore pazarında, ABD, Japonya, Çin, Hollanda, Almanya ve Norveç'ten yüksek değerlerde ithalat gerçekleştirilmektedir. Pazarda farklı coğrafyalardan farklı ürün segmentlerinin ithal edilmesi, pazardaki talebin ve tedarikçilerin farklılaştığının göstergesidir.

Mısır, Türkiye'nin hidrolik güç motorları ihracatının yüksek oranda büyüdüğü pazarlardan biridir. 2011-2015 yılları arasında Türkiye'den yapılan ithalat pazarın üzerinde büyümüş ve 1,5 Milyon \$ seviyesine yükselmiştir. Mısır'a düşük fiyatlı ürün ihraç eden Türkiye'nin pazar payında da paralel bir artış olmuştur. 18,6 Milyon \$ hacimli Mısır pazarında, Almanya %43'lük payıyla lider konumdadır. İtalya, ABD ve Çin ise %10 seviyelerindeki paylarıyla pazarda etkindir. Bu ülkelerden Çin'in pazardaki payı yüksek oranda artmıştır. Çin de Türkiye gibi pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Sonuç olarak, Mısır pazarında düşük fiyat segmentindeki ürün talebinin arttığı tespit edilmiştir.

BAE Orta Doğu bölgesinde en fazla hidrolik güç motoru ithal eden ülkedir. Ülkenin yüksek değerli ithalatında *reeksport* önemli rol oynamaktadır. 2015 yılında 210 Milyon \$'ın üzerinde hidrolik güç motoru ithal eden BAE, bu değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %13 artırmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat yılda ortalama %30 büyümüş ve 1,4 Milyon \$ seviyesine yükselmiştir. Buna rağmen, Türkiye'nin pazardaki payında kayda değer bir değişiklik olmamıştır. ABD'nin %36'lık payla lider olduğu BAE pazarında, İngiltere, Almanya ve Çin'den de önemli değerlerde ithalat yapılmaktadır. ABD'nin pazardaki etkinliğinin başlıca sebebi, dünyanın en büyük üreticilerinden olan ABD menşeli **Parker** firmasının Orta Doğu'daki dağıtım lokasyonunun BAE olmasıdır. BAE, ABD'den orta, İtalya ve Almanya'dan yüksek, Çin'den düşük fiyatlı ürün ithal etmektedir. Bu ülkelerden ABD'nin pazardaki payının yüksek oranda artması, pazardaki talebin orta fiyat segmentindeki ürünlere kaydığını göstermektedir.

Türkiye'nin hidrolik güç motorları alt sektörüne yönelik gerçekleştirilen dış ticaret analizinde öne çıkan hususlara aşağıda yer verilmiştir:

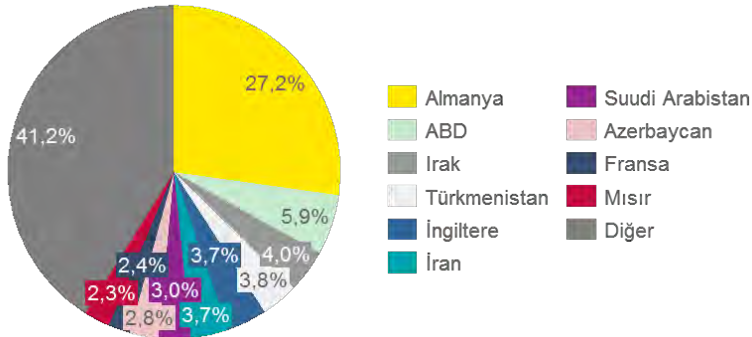
- ▶ 2011-2015 yılları arasında Türkiye'nin küresel pazardaki mevcut konumunu korumuştur.
- ▶ Avrupa ve Orta Doğu, Türkiye'nin hidrolik güç motorları ihracatının yoğunlaştığı pazarlardır. Almanya, %21,6'lık pay ile Türkiye'nin en fazla ürün ihraç ettiği ülkedir.

- Analiz edilen pazarlarda Türkiye'nin en önemli rakibi, ABD'dir. ABD gerek Avrupa gerekse Orta Doğu pazarında etkin konumdadır. Almanya ve Çin, küresel pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Almanya ağırlıklı olarak Avrupa'da, Çin ise Orta Doğu pazarlarında yer almaktadır.
- Türkiye'nin Mısır pazarındaki payı yüksek oranda artmıştır. Ayrıca, ABD, Almanya, BAE ve Güney Kore pazarlarında Türkiye'nin ihracatı yüksek oranda artma eğilimindedir.
- Türkiye İran pazarında %15'in üzerindeki payıyla ikinci ülke konumundadır.

Hidrolik Pompalar:

Rapor kapsamında analiz edilen ürünler içerisinde Türkiye'nin en fazla ihraç ettiği ürün hidrolik pompalardır. Hidrolik pompalar aynı zamanda küresel pazarda da en fazla ihraç edilen üründür. Ürünün makine, demir-çelik, otomotiv sektörlerinde girdi olarak kullanılması, bu durumun başlıca sebebidir. 380 Milyon \$'ın üzerinde olan Türkiye'nin ihracat değeri, son dört yıllık dönemde yılda ortalama %1 artmıştır. Aynı dönemde, 59,2 Milyar \$'lık hacme sahip olan küresel ihracat pazarı yılda ortalama %1 daralmıştır. Bu durum, Türkiye'nin küresel pazardaki konumunu koruduğunu göstermektedir.

Şekil 46: Türkiye 2015 Yılı Hidrolik Pompalar İhracatının Ülkelere Dağılımı (%)

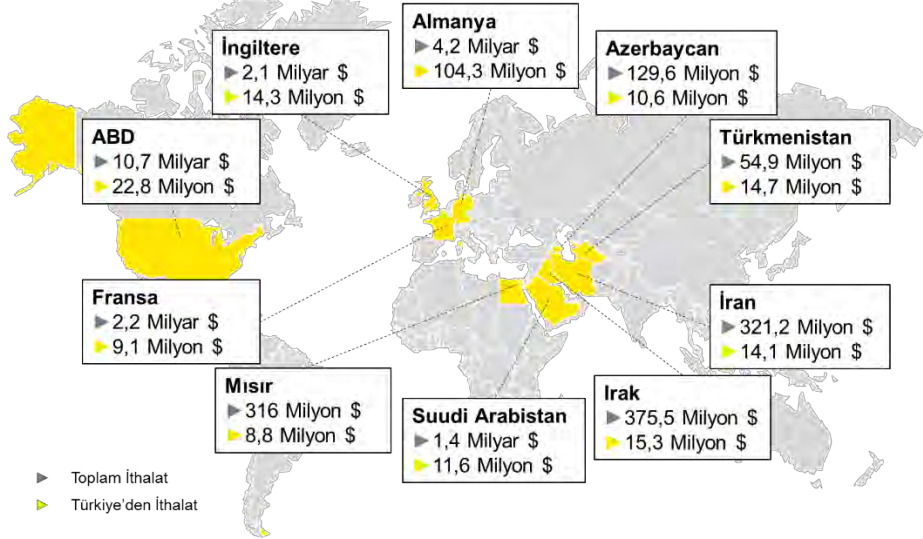


Kaynak: Trademap

Hidrolik pompalar ürün grubunda da dorse ve hidrolik güç motorlarında olduğu gibi Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği pazar Almanya'dır (%27,2). Almanya'nın sanayisinin gelişmiş olması, bu durumun en önemli nedenidir. Türkiye'nin ihracatının yoğunlaştığı diğer ülkelerin payları ise birbirine yakındır. Bu ürün grubunun ihracatında Avrupa, Orta Doğu ve Orta Asya

lkelerinin ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir. Bu pazarların hidrolik güç motorlarındaki ihracat pazarlarıyla benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir.

şekil 47: Türkiye'nin En ok Hidrolik Pompalar İhracatı Yaptığı lkelerin İthalat Değerleri (2015)



Kaynak: Trademap

Almanya, Avrupa pazarında en fazla hidrolik pompa ithal eden ülkedir. Sanayi sektörünün gelişmişliği Almanya'nın bu ürün grubunda yüksek değerde ithalat gerçekleştirmesinin başlıca sebebidir. 4,2 Milyar \$ hacimli pazarda, Türkiye'den yapılan ithalat 100 Milyon \$'ın üzerindedir. 2011-2015 yılları arasında toplam ithalatı %4 azalan Almanya'nın, aynı dönemde Türkiye'den ithalatı %6,4 azalmıştır. Bu değerler, Türkiye'nin pazardaki payının bir miktar düştüğünün göstergesidir. İtalya, Fransa ve ABD gibi ülkelerin pazardaki etkinliklerini artırmaları, Türkiye ve ek Cumhuriyeti'nin pazardaki payının düşmesine neden olmuştur. Buna rağmen, ek Cumhuriyeti %13'lk payla Almanya'nın hidrolik pompa ithalatındaki en önemli tedarikçisidir. Ağırlıklı olarak orta ve yüksek fiyat segmentindeki ürünleri ithal eden Almanya'nın, hidrolik pompalar ithalatında Avrupa ülkelerine yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

ABD, hidrolik pompa ürününde küresel pazardaki toplam ithalatın %15'inden fazlasını karşılamakta olup, dünyada en fazla ithalat gerçekleştiren ülke konumundadır. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatı yılda ortalama %4 artan pazarda, Çin ve Meksika en etkin ülkelerdir. İki lke, ABD'deki talebin yaklaşık %40'ını tedarik etmektedir. Bu ülkelerden Çin, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç ederken, Meksika ise pazarın orta fiyat segmentindeki ürün talebinin önemli bir kısmını karşılamaktadır. Ayrıca, Meksika'nın pazardaki

lojistik avantajı ve gümrük vergisinden muaf olması da dikkat çekmektedir. Almanya, Kanada ve Japonya da pazara yüksek değerlerde ihracat gerçekleştiren diğer ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Ancak, bu ülkelerin pazardaki fiyat rekabetçiliğine karşılık veremedikleri ve pazardaki paylarının düştüğü gözlemlenmiştir. Türkiye ise, pazara 22,8 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştirmekte olup, ihracatını artırma eğilimindedir. ABD hidrolik pompa talebinin düşük ve orta fiyat segmentindeki ürünlere kayması, Türkiye'nin ihracatını artırmasında önemli rol oynamış olup, Türk firmalar için uzun vadede fırsat yaratmaktadır.

Irak, hidrolik pompalardaki ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %8,6 artırmış ve 375 Milyon \$'ın üzerine çıkarmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat ise yılda ortalama %10 azalmış ve 15 Milyon \$ seviyelerine inmiştir. Büyüyen pazara rağmen Türkiye'den yapılan ithalat hacminin daralması, Türkiye'nin pazardaki payının düştüğünü göstermektedir. Son yıllarda İtalya'nın pazara ihracatını yüksek oranda artırması, Türkiye'den yapılan ithalatın azalmasındaki önemli faktörlerdendir. Çin ve İtalya, Irak'ın hidrolik pompa ithalatının yarısından fazlasını karşılamaktadır. Çin, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç ederken İtalya, yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Bu durum, pazarda farklı segmentlerdeki ürünlerin talep edildiğinin göstergesidir.

Türkmenistan, 54,9 Milyon \$'lık hidrolik pompalar ithalatının 14,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Son dört yıllık periyotta pazarda ithalat hacmi yılda ortalama %16 oranında daralırken, aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat yılda ortalama %7,6 artmıştır. Pazara yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç eden Finlandiya ve Japonya'nın etkinliğinin azalması ve pazardaki talebin düşük fiyatlı ürünlere kayması, Türkiye'nin pazarda büyümesindeki başlıca nedendir. Türkiye, lider olduğu Türkmenistan pazarında Çin ve Rusya ile rekabet etmektedir. Türkiye ile birlikte bu iki ülke, pazara düşük fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Diğer yandan, pazarda Rus ürünlerinin bilinirliğinin yüksek olması ve Rusya'nın gümrük vergisinden muafiyeti, Türk ihracatçıları için pazardaki tehditlerdendir.

İngiltere, 2015 yılında 2,1 Milyar \$ değerinde hidrolik pompa ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %5 oranında daralan pazara, AB üyesi ülkeler hâkimdir. Ancak, İngiltere'nin AB üyeliğinden çıkacak olmasının, AB ülkelerinin pazardaki etkinliğini azaltması olasıdır.⁵⁷ Yaklaşık %30'luk payla pazarda lider olan Almanya'nın yanında, İtalya, Fransa ve Çek Cumhuriyeti pazara yüksek değerlerde ihracat gerçekleştiren diğer AB ülkeleridir. Bu ülkelerin tümünün İngiltere'ye ihracatları azalma eğilimindedir. Pazarda %15'lik payı bulunan ABD ile birlikte, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Çin de pazarda etkin konumdadır. Çin'in pazara ihracatının artma

⁵⁷ Oxford Economics, 2016

eğiliminde olması, İngiltere'nin düşük fiyat segmentindeki ürünleri geçmiş döneme kıyasla daha fazla tercih ettiğini göstermektedir. İngiltere'nin Türkiye'den ithalatı ise 15 Milyon \$ seviyesine yakındır. Gerek düşük fiyatlı ürünlerin pazardaki talep eğilimi gerek AB üyelerinin pazardaki etkinliklerinin azalması dikkate alındığında, İngiltere'nin Türk ihracatçıları için uzun vadede yüksek potansiyel barındırdığı analiz edilmiştir.

İran, hidrolik pompalar ürün grubundaki ithalatı son dört yıllık dönemde yılda ortalama %12 azalmış ve 320 Milyon \$ seviyesine gerilemiştir. Pazardaki daralmanın başlıca sebebi, petrol ve doğalgaz fiyatlarının düşmesinden kaynaklı gelir seviyesinin azalmasıdır. Bu durum, pazarda talep edilen ürün segmentlerini de etkilemiştir. Pazara orta ve yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç eden İtalya, Almanya ve Güney Kore'nin pazardaki payları azalma eğilimindedir. Pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Çin ve Türkiye'nin ise pazar payları artmaktadır. Pazardaki talebin düşük fiyatlı ürünlere kaymasından dolayı, Türkiye'nin 14,1 Milyon \$ olan İran'a ihracatını gelecek dönemde artırması yüksek olasıdır.

Suudi Arabistan, 1,4 Milyar \$'lık hidrolik pompalar ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %4,5 oranında artırmıştır. Ülke ithal ettiği ürünlerin bir kısmını reeksport yoluyla ihraç etmek için kullanmaktadır. Pazar hacminin yüksek olmasının bir sebebi de budur. Büyüyen pazarda Türkiye'den yapılan ithalat da artma eğilimindedir. Suudi Arabistan'a ithalatını 11,6 Milyon \$'a yükselten Türkiye'nin, pazar payında önemli bir değişiklik olmamıştır. ABD'nin %27'lik pay ile lider olduğu Suudi Arabistan pazarında Almanya, İtalya, Japonya ve Güney Kore diğer önemli tedarikçiler konumundadır. Bu ülkeler pazara orta ve yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Yapılan analizler sonucunda Suudi Arabistan'ın ağırlıklı olarak ABD, Avrupa ve Asya ülkelerinden orta ve yüksek fiyatlı ürünleri ithal ettiği tespit edilmiştir.

Azerbaycan, 2015 yılında yaklaşık 130 Milyon \$ değerinde hidrolik pompa ithal etmiştir. Bu değer 10,6 Milyon \$'lık kısmı Türkiye'den karşılanmaktadır. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %13 büyüyen pazarda aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat mevcut durumunu korumuştur. Dolayısıyla, Türkiye'nin pazardaki payı azalma göstermiştir. Pazarda son yıllarda dikkat çeken noktalardan biri orta ve yüksek fiyat segmentindeki ürünlere talebin artmasıdır. Azerbaycan'a bu segmentteki ürünleri ihraç eden ve pazarda lider olan İngiltere ile birlikte, aynı segmentte ürün ihraç eden Almanya ve ABD'nin de ihracatları yüksek oranda artma eğilimindedir. Bu durum, Türkiye'nin pazar payındaki düşüşün başlıca sebebidir.

Fransa pazarı daralmasına rağmen, Almanya'dan sonra Avrupa'daki en büyük hidrolik pompalar pazarıdır (2,2 Milyar \$). Avrupa ülkelerinin hâkimiyetinin bulunduğu pazarda, toplam ithalatın üçte birini karşılayan

Almanya lider konumda yer almaktadır. İtalya ve ABD, pazara yüksek değerde ihracat gerçekleştiren diğer ülkelerdir. Ağırlıklı olarak orta ve yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç eden Fransa, Türkiye'den 9,1 Milyon \$'lık hidrolik pompa ithal etmiştir. Türkiye'den yapılan ithalatın 2011 yılı ile kıyaslandığında aynı seviyelerde kaldığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak, Fransa genellikle yakın coğrafyasında bulunan Avrupa ülkelerinden orta ve yüksek fiyatlı hidrolik pompa ithal etmektedir.

Mısır, 2011-2015 yılları arasında hidrolik pompa ithalatını yılda ortalama %4 artırarak 316 Milyon \$'a yükseltmiştir. Büyüyen pazarda, aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat da yılda ortalama %20 artarak 8,8 Milyon \$ olmuştur. Türkiye'den yapılan ithalat yüksek oranda artmasına rağmen, değerler pazar hacmine kıyasla düşük olması, Türkiye'nin pazardaki payında önemli bir değişiklik yaratmamıştır. İtalya'nın lider olduğu Mısır'da, ABD, Almanya ve Çin de yüksek pazar paylarına sahiptir. Pazardaki talebin toplamda üçte ikisini karşılayan bu ülkelerin, pazara farklı segmentlerde ürün ihraç etmeleri dikkat çekmektedir. Bu durum, Mısır'ın hidrolik pompalar ithalatındaki tedarik yapısının farklı coğrafyalar ve farklı segmentler üzerinden ilerlediğini göstermektedir.

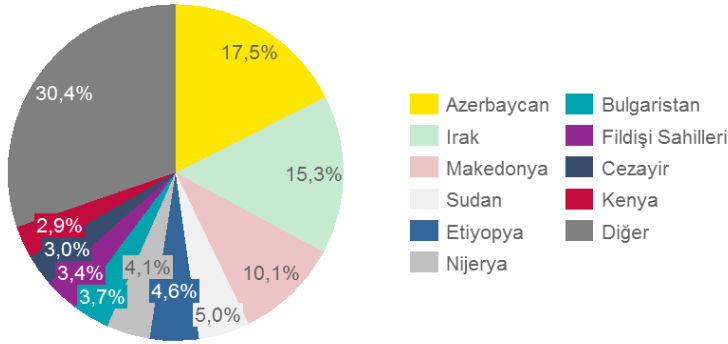
Türkiye'nin hidrolik pompalar alt sektörüne yönelik gerçekleştirilen dış ticaret analizinde öne çıkan hususlara aşağıda yer verilmiştir:

- ▶ Hidrolik pompalar ürününde toplam 383,8 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştiren Türkiye, 2011-2015 yılları arasında küresel pazardaki yerini korumuştur.
- ▶ Ağırlıklı olarak Avrupa, Orta Doğu ve Orta Asya pazarlarına yoğunlaşan Türkiye'nin en fazla hidrolik pompa ihraç ettiği ülke Almanya'dır (104,3 Milyon \$).
- ▶ Türkiye, Türkmenistan pazarında lider konumdadır. Pazarda Türkiye'den yapılan ithalat yüksek oranda artmakta olup, Türkiye'nin pazar payında yükselme gözlemlenmiştir. ABD, Suudi Arabistan ve Mısır, Türkiye'den yapılan ithalatın yüksek oranda arttığı diğer pazarlardır.
- ▶ Türkiye'nin sınır komşuları olan Irak ve Azerbaycan pazarlarının hacmi, makine ithalatının artmasıyla 2011-2015 yılları arasında yüksek büyüme performansı göstermiştir.
- ▶ Çin, İtalya, Almanya ve ABD, analiz edilen tüm pazarlarda Türkiye'nin en önemli rakipleridir.

Römorklar:

Türkiye'nin römork ihracatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %31,5 artmış ve 4,4 Milyon \$ seviyesine yükselmiştir. Küresel ihracat pazarında ise, tersi bir eğilim söz konusudur. Aynı dönemde yılda ortalama %4,6 daralan pazardaki ihracat değeri, 600 Milyon \$ seviyelerine gerilemiştir. Küresel ihracat hacmine kıyasla düşük seviyelerde olan Türkiye'nin ihracatı, yüksek oranda artmasına rağmen, Türkiye'nin küresel pazardaki payında önemli bir değişiklik olmamıştır. Ayrıca römork, rapor kapsamında analiz edilen ilgili alt sektörler arasında Türkiye'nin en düşük ihracat hacmine sahip grubu olduğu gözlemlenmiştir.

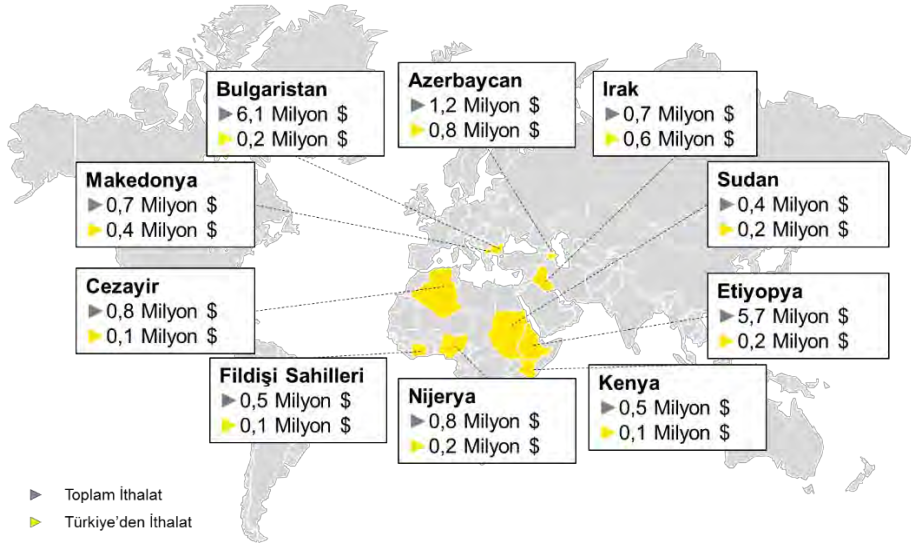
Şekil 48: Türkiye 2015 Yılı Römork İhracatının Ülkelere Dağılımı (%)



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin römork ihracatında sınır komşularının ve Afrika ülkelerinin ağırlığı dikkat çekmektedir. Bu ülkelerin bir kısmında Türkiye'nin lojistik avantajının olması ve bazılarında ise tarım sektörünün ekonomideki payının yüksek olması ülkeleri öne çıkaran faktörlerdendir. Azerbaycan, Irak, Makedonya ve Bulgaristan, Türkiye römork ihracatının %46,6'sını karşılamaktadır. Türkiye'nin en fazla römork ihraç ettiği 10 ülkenin altısı ise Afrika'da yer almaktadır.

Şekil 49: Türkiye'nin En Çok Römorklar İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri (2015)



Kaynak: Trademap

Azerbaycan 1,2 Milyon \$'lık römork ithalatının 800 Bin \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Pazardaki talebin yaklaşık üçte ikisini karşılayan Türkiye, Azerbaycan'da baskın yapıdadır. Son 10 yıllık dönemde sürekli olarak büyüyen tarım sektörünün de etkisiyle 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %25 büyüyen Azerbaycan römork pazarında, aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat pazar büyümesinin üzerinde artırmıştır. Bu durum, Türkiye'nin pazardaki payının yüksek oranda artırdığını göstermektedir. Geçmiş dönemde Azerbaycan'da lider olan Almanya'nın pazara ihracatının azalması ve pazardaki talebin düşük fiyatlı ürünlere kayması, Türkiye'nin etkinliğinin artmasının başlıca nedenidir. Ayrıca, Türkiye'nin pazara yakınlığı da lojistik avantaj yaratmaktadır.

Irak da Azerbaycan gibi Türkiye'nin baskın yapıda olduğu pazarlardandır. 700 Bin \$'lık talebin 600 Bin \$'lık kısmı Türkiye'den tedarik edilmektedir. Son dört yıllık dönemde Türkiye'den yapılan ithalat pazarın üzerinde büyümüş ve Türkiye'nin pazardaki payı yükselmiştir. Daha önce Irak'ta etkin olan ABD'nin pazardan çıkması, Türkiye'nin pazarda büyümesinde önemli rol oynamıştır. Pazara ihracat gerçekleştiren bir diğer ülke ise Almanya'dır. Ancak, Türkiye'nin pazara coğrafi yakınlığı ve fiyattaki rekabetçiliği, gelecek dönemde de Türkiye'yi pazarda öne çıkaracağı tahmin edilmektedir.

Makedonya, römork ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %40 seviyelerinde artırmıştır. Pazardaki yüksek oranlı büyümenin sebebi, tarım

sektöründeki mekanizasyonun artmasıdır. Yaklaşık 700 Bin \$ hacimli pazarda Türkiye'nin payı %60'ın üzerindedir. İhracatı pazara paralel şekilde büyüyen Türkiye'nin Makedonya'da en fazla öne çıkan ülke olmasında, kalite/fiyat oranı yüksek ürünleri ihraç etmesinin payı büyüktür. Pazara ihracat gerçekleştiren diğer ülkeler, Avrupa'da yer almaktadır. Ancak, pazarın son dört yıldaki gelişimi, bu ülkelerin Türk ihracatçılara rekabet açısından tehdit oluşturmadığını göstermektedir.

Sudan ithal ettiği römorkların yarısını Türkiye'den tedarik etmektedir. 400 Bin \$ hacimli pazar, 2011-2015 arasında yılda ortalama %9 büyümüştür. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat ortalama %90 artmıştır. Fransa'nın pazardan çıkması ve Çin'in pazara ihracatının azalması, Türkiye'nin pazar büyümesindeki başlıca sebeplerdir. Diğer yandan, pazardaki talebin üçte ikisini karşılayan İspanya da pazarda etkin konumda olup, Türkiye ile rekabet etmektedir.

Etiyopya, tarım sektörünün ülke ekonomisindeki konumu sebebiyle ön plana çıkan pazarlardan biridir. 5,7 Milyon \$ hacimli pazarda 2011-2015 arasında yapılan römork ithalatı, yılda ortalama %100'ün üzerinde artmıştır. Bu duruma, Etiyopya'nın %10 seviyelerindeki ekonomik büyümesinin önemli katkısı bulunmaktadır. Çin, %70'in üzerindeki payla hâkim olduğu Etiyopya römork pazarına, düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Pazarda etkin olan diğer ülkeler İtalya ve Türkiye'dir. 200 Bin \$ seviyelerinde ihracat gerçekleştiren Türkiye, pazara 2015 yılında girmiştir. Sonuç olarak, Etiyopya pazarındaki talebin düşük fiyatlı ürünlere yoğunlaşması, Türk ihracatçılar için Etiyopya'yı cazip hale getirmektedir.

Nijerya son yıllarda petrol fiyatlarının düşmesinin de etkisiyle birçok ürün grubunda olduğu gibi römork ithalatını da azaltmıştır. 800 Bin \$ hacimli Nijerya römork ithalatı pazarı, son dört yıllık periyotta yılda ortalama %19 daralmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat da pazara paralel olarak azalmış ve 200 Bin \$ seviyesine gerilemiştir. %41'lik payla pazarda lider olan ABD, katma değeri yüksek ürünleri daha düşük fiyatla ihraç etmesinin avantajına sahiptir. Pazarda, İrlanda da Türkiye'nin rakipleri arasındadır. İki ülke de pazara düşük ve orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Bu durum, Nijerya pazarında Batı ülkelerinin fiyatta rekabet ederek güçlendiğini göstermektedir.

Bulgaristan Türkiye'nin pazara yakınlığıyla lojistik avantaja sahip olduğu ülkelerden biridir. Ancak, son yıllarda pazarda talep edilen ürünlerin orta ve yüksek fiyat segmentinde olması, Batı Avrupa ülkelerinin payının artmasına neden olmuştur. 6,1 Milyon \$ hacimli pazardaki segment eğilimi ve Batı Avrupa ülkelerinin pazardaki konumu, pazarda %3 seviyelerinde payı olan Türkiye için tehdit oluşturmaktadır. Diğer yandan, AB'den alınacak 8 Milyar

Euro'luk tarım desteğinin, römork ithalatını ve Türkiye için pazardaki fırsatları artırması beklenmektedir.⁵⁸

Fildişi Sahilleri pazarında römork talebi yakın zamanda oluşmaya başlamıştır. 500 Bin \$ hacimli pazara Türkiye, 2015 yılında girmiş olup pazara ihracatı 100 Bin \$ seviyelerindedir. Tarım sektörünün ekonomide önemli yer kapladığı ülkede, römork ithalatının da gelecek dönemde artması yüksek olasıdır. Ancak, pazarın henüz gelişmemiş bir yapıya sahip olması sebebiyle ürün segmentleri, fiyat aralıkları ve rekabet analizi gibi konularda net bulgulara ulaşılamamaktadır.

Cezayir tarım sektörünün büyüklüğüyle öne çıkan Afrika ülkelerinden biridir. Ülkede tarım sektöründeki mekanizasyon oranı yüksek olmasa da, Cezayir Hükümeti'nin yatırımlarıyla bu oranın gelecek dönemde artacağı öngörülmektedir. Mekanizasyondaki artışın, römork ithalatını da olumlu yönde etkilemesi yüksek olasıdır. 2011-2015 arasında yılda ortalama %11 büyüyen ve 800 Bin \$'lık hacme ulaşan pazarda, Türkiye'den yapılan ithalat 100 Bin \$ seviyelerindedir. Pazara 2013 yılında giren Türkiye, Çin ile beraber pazarın düşük fiyat segmentindeki ürün talebini karşılamaktadır. Pazarda lider olan Fransa'nın ise, Cezayir'deki payı düşme eğilimindedir. Yapılan analizler, Fransa'nın pazardaki hâkimiyetinin azaldığını, Türkiye ve Çin gibi düşük fiyatlı ürün tedarikçilerinin pazarda büyüdüğünü göstermektedir.

Kenya da henüz oturmamış pazar yapısı nedeniyle Fildişi Sahilleri'ne benzer özellikler taşımaktadır. Bununla birlikte pazarda, gerçekleştirilen römork ithalatı son dört yıllık dönemde yüksek oranda artmıştır. Pazara yeni giren ve lider olan Türkiye'den yapılan ithalat 100 Bin \$ seviyelerindedir. Ancak, pazarda etkin olan ülkeler ve talep edilen ürün segmentleri sürekli olarak farklılık göstermektedir. Bu sebeple, pazardaki rekabet yapısı, fiyat aralıkları, öne çıkan oyuncular için yapılan analizler, pazarın gelecek dönemdeki yapısını tahmin etmeyi zorlaştırmaktadır.

Türkiye'nin römork alt sektörüne yönelik gerçekleştirilen dış ticaret analizinde öne çıkan hususlara aşağıda yer verilmiştir:

- ▶ Türkiye'nin römork ihracatı 2011-2015 arasında yüksek oranda artma eğilimindedir.
- ▶ Türkiye'nin römork ihracatında yakın coğrafyadaki ülkelerin yanı sıra, Afrika pazarına da yoğunlaştığı tespit edilmiştir.
- ▶ Azerbaycan, Irak, Makedonya ve Sudan pazarlarında lider olan Türkiye, bu ülkelerin tümüne ihracatını son dört yılda yüksek oranda artırmıştır.

⁵⁸ T.C. Ekonomi Bakanlığı, Bulgaristan, 2016

- ▶ Türkiye, Kenya, Bulgaristan, Fildişi Sahilleri, Cezayir ve Etiyopya pazarlarına yeni giriş yapmıştır.
- ▶ Analiz edilen pazarlarda Türkiye'nin öne çıkan rakipleri coğrafi farklılık göstermektedir. Çin, ABD, Almanya ve İtalya, bu ülkelerden bazılarıdır.
- ▶ Fildişi Sahilleri ve Kenya pazarlarında ürün segmentleri, rekabet yapısı ve fiyat aralıkları açısından henüz analize elverişli yeterlilikte olgunlaşmamış bir pazar yapısı söz konusudur. Bu sebeple, pazarlardaki eğilimlerin analizleri pazarın gelecek dönemdeki yapısını net bir şekilde yansıtmamaktadır.

4. Hedef Pazarların Analizi

4.1 Hedef Pazarların Belirlenmesi

Konya Ticaret Odası bünyesinde faaliyet gösteren Araç üstü ekipman firmalarına yönelik EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi ile seçilen beş pazar aşağıda yer almaktadır:

Şekil 50: Konya Ticaret Odası Araç Üstü Ekipman Kümesi Hedef Pazarları



Metodoloji doğrultusunda, yaklaşık 200'den fazla ülke için ülkelerin 2015 yılı toplam ithalat büyüklükleri, ülkelerdeki 2011-2015 yılı ithalat değişim oranı, Türkiye'nin ilgili ülkeye 2015 yılı ihracatı ve 2011-2015 ihracat değişim oranı ile Konya ihracat verileri ışığında hesaplama gerçekleştirilmiştir. Hesaplamalar sonucunda en yüksek puanı alan **ilk 30 ülke** belirlenmiştir. **Belirlenen ülkeler**; Bangladeş, ABD, Almanya, Etiyopya, Gabon, Ürdün, Kenya, Yemen, Mozambik, Suudi Arabistan, Slovakya, Fildişi Sahili, Irak, Panama, Libya, Kongo, Cezayir, Pakistan, Mısır, Gine, Danimarka, Kamerun, Tanzanya, Arjantin, Güney Kore, Belçika, Senegal, Singapur, Katar ve Kuveyt'tir.

Bu kapsamda, **30 ülkelik uzun liste** EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi çerçevesinde yer alan Filtre 1 kriterlerine tabi tutularak 15 ülkeye indirilmiştir. **Filtre 1** kapsamında analiz edilen parametreler aşağıda yer almaktadır:

- ▶ 2015 yılı toplam araç üstü ekipman ithalat büyüklüğü
- ▶ 2011-2015 pazar büyüklüğünün değişim oranı
- ▶ 2015 yılı ürünlerin toplam ithalatı
- ▶ Türkiye'den gerçekleştirilen 2015 yılı toplam ihracat değerleri
- ▶ Konya'dan ilgili ülkelere gerçekleştirilen ihracat değerleri

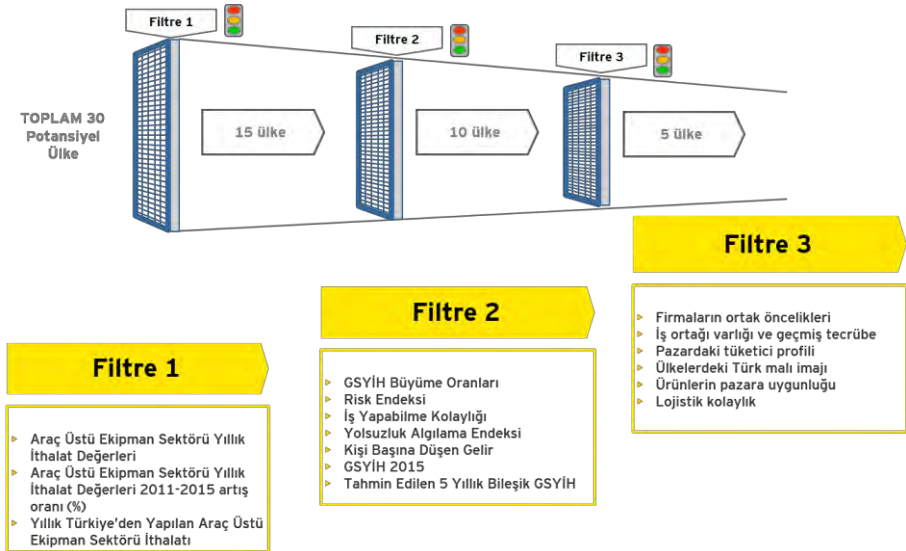
Filtre 1 kapsamında ulaşılan listeyi; Bangladeş, ABD, Almanya, Etiyopya, Gabon, Ürdün, Kenya, Yemen, Mozambik, Suudi Arabistan, Slovakya, Cezayir, Danimarka, Güney Kore ve Katar oluşturmaktadır.

Filtre 2 kriterleri doğrultusunda, 15 ölkelik liste, 10 ölkeye indirilmiştir. Filtre 2 kapsamında analiz edilen parametreler aşağıda yer almaktadır:

- ▶ Genel risk skoru
- ▶ Yolsuzluk endeksi sıralaması
- ▶ İş yapma kolaylığı
- ▶ GSYİH değeri
- ▶ GSYİH büyüme oranı
- ▶ Kişi başına düşen GSYİH
- ▶ 5 yıllık tahmini GSYİH değerleri

Bu durumda; ABD, Danimarka, Almanya, Slovakya, Katar, Güney Kore, Suudi Arabistan, Ürdün, Cezayir ve Mozambik filtre 2 sonucu ulaşılan ölkeler olmuştur.

Şekil 51: EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi



Filtre 3 kriterleri dikkate alınarak ilk beş ülke belirlenmiştir. Filtre 3 kapsamında analiz edilen parametreler aşağıda yer almaktadır:

- ▶ Firmaların ortak öncelikleri
- ▶ İş ortağı varlığı ve geçmiş tecrübe
- ▶ Pazardaki tüketici profili
- ▶ Ülkelerdeki Türk malı imajı
- ▶ Ürünlerin pazara uygunluğu

Konya'da araç üstü ekipman sektöründe faaliyet gösteren Konya Ticaret Odası üyesi firmaların görüşleri ve KTO'nun onayı alınarak, ihracat yapılması hedeflenen ülkeler değerlendirilmiş ve hedef pazarlar; Cezayir, Katar, Danimarka, Güney Kore ve Suudi Arabistan olarak belirlenmiştir.

4.2 Hedef Pazarların Analizi

4.2.1 Cezayir

Hedef Pazarların Genel Ekonomik ve Sosyo-Politik Durumu:

Afrika kıtasının en büyük ülkelerinden biri olan Cezayir, Güney Avrupa'da yer alan ülkelere yakınlığı sebebiyle kıtadaki önemli ticaret noktalarından biridir. Nüfus yoğunluğunun en fazla olduğu bölgesi, ülkenin kuzeyinde yer almaktadır. Bu bölge Akdeniz'e kıyısı ve verimli toprakları olması sebebiyle yoğun göç almaktadır. 2014 yılındaki nüfusu 39 Milyon seviyelerinde olan ülkenin, 2020 yılında 43,5 Milyonluk nüfusa sahip olacağı öngörülmektedir.

Afrika kıtasının dördüncü büyük ekonomisine sahip olan Cezayir'in, temel gelir kaynakları petrol ve doğalgaz rezervleridir. Doğal kaynaklara bağlı olan ekonominin, uluslararası pazarda yaşanabilecek fiyat dalgalanmalarından etkilenmesi yüksek olasıdır. Cezayir Hükümeti, ekonominin doğal kaynaklara bağımlılığını azaltmak ve ülkedeki yüksek oranlı işsizliğe çözüm getirmek amacıyla, petrol dışı sanayi alanlarında ve tarımda yatırımlarını artırmaktadır.⁵⁹ Hükümetin bu girişiminin, ülkenin rapor kapsamında analiz edilen ürünlerdeki ithalatını olumlu yönde etkileyeceği öngörülmektedir.

Tablo 2: Makroekonomik Göstergeler

GSYİH (Milyar \$) (2014)	214	GSYİH (Milyar \$) (2020)	191
Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)	5.459	Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)	4.400
GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)	3,8	GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)	3,1
Enflasyon (%) (2014)	4,7	Enflasyon (%) (2020)	4
Nüfus (Milyon) (2014)	39,1	Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)	43,5

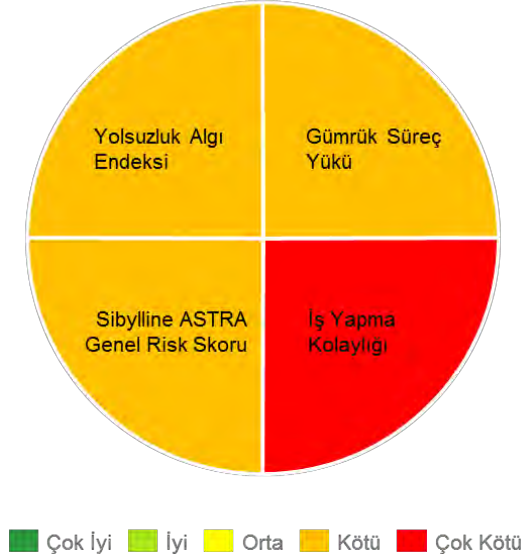
Kaynak: IMF, World Economic Outlook

2014 yılında %3,8 büyüyen Cezayir ekonomisinin, gelecek dönemde de %3-4 bandında büyümesi beklenmektedir. Bununla birlikte, Cezayir GSYİH'si ise ABD Doları'nın değer kazanmasına bağlı olarak, azalma eğilimindedir. 2014 yılında 214 Milyar \$ olan GSYİH'nin 2020 yılında 191 Milyar \$ seviyesine gerileyeceği öngörülmektedir. Ülke GSYİH'sindeki gerileme, nüfusu yüksek

⁵⁹ TC Ekonomi Bakanlığı, Ülke Masaları, Cezayir, 2016

oranda artan ülkenin kişi başına düşen gelirini de olumsuz yönde etkileyecektir.

Şekil 52: Risk Göstergeleri



Kaynak: EY Growing Beyond Borders

Rapor kapsamında analiz edilen hedef pazarlar içerisinde en yüksek risk değerlerini barındıran ülke Cezayir'dir. Genel anlamda ortalama risk değerlerinin üzerinde olan göstergeler, pazara ihracat gerçekleştirecek firmalar için tehdit oluşturmaktadır. İş yapma kolaylığı endeksinde, 189 ülke arasından 163. sırada yer alan Cezayir'de iş yapma süreçleri birçok ülkeye göre verimsiz işlemektedir. Cezayir'in gümrük süreç yükü, yolsuzluk algı endeksi ve genel risk skoru göstergeleri de kötü seviyesinde yer almaktadır. Bu nedenle, ihracatçıların ülkede gümrük işlemleri, ticari işlemler, ticari haklar vb. konularda problemle karşılaşması olasıdır.

İlgili Sektörler:

Cezayir inşaat sektörü, enerji fiyatlarının düşmesinin ardından daralma göstermiştir. 2016 ve 2017 yıllarında da devam etmesi beklenen daralmanın ana sebepleri; gelir düzeyinin düşmesiyle hükümetin sektördeki harcamalarını kısıması ve yabancı yatırımcıların önündeki ticari engellerdir. Sektörde, orta vadede ise büyüme beklenmektedir. Ülkedeki konut açığının fazla olması, altyapı çalışmalarına önemli değerlerde bütçe ayrılması ve Rusya ve Çin ile gelişen ilişkilerin yatırım olarak geri dönebileceği ihtimali, uzun vadedeki büyüme beklentisinin başlıca nedenleridir.⁶⁰

Makine sektöründe Cezayir’de yapılan üretim düşük değerlerdedir. Bu yüzden, özellikle tarım ve inşaat sektörlerinin önemli hacme sahip olduğu Cezayir, yüksek değerlerde makine ithalatı yapmaktadır. Ülkenin tarım, maden ve inşaat makineleri ithalatı son dört yıllık dönemde %15 YBBO ile artarak 1,5 Milyar \$ seviyesine ulaşmıştır. Bu durum, makine sektöründe satış sonrası servis hizmeti için önem arz etmektedir. Ek olarak, pazardaki ham çelik üretiminin 2020 yılına dek iki katına çıkacağı öngörülmektedir.

Şekil 53: Cezayir - İlgili Sektörler



Kaynak: Business Monitor International, Trademap, EY Analizi

Cezayir Hükümeti, tarımsal üretimdeki dışa bağımlılığın azaltılması ve tarımdaki istihdamın artırılması gibi politikaları sebebiyle, sektöre yatırım yapmakta, sektördeki yatırımları da teşvik etmektedir. Bu doğrultuda, tarım

⁶⁰ Business Monitor International, Algeria Infrastructure Report, 2016

sektörü 2010 yılı sonrasında büyüme göstermiştir. Enerji fiyatlarının düşmesi tarım sektöründe hükümet yatırımlarını azaltması sebebiyle olumsuz yansırken, orta ve uzun vadede sektörün tekrar büyüme eğilimini yakalaması ve yüksek hacme ulaşması beklenmektedir. Gelecek dönemde, ekonomik büyümeyle beraber yatırımların artması ve tarım kredilerinin yaygınlaşması, sektörel büyümede önemli rol oynayacaktır.⁶¹

Ağır yük taşıtları sektörü incelendiğinde, kısa vadede Cezayir'de araç satışlarının düşmesi beklenmektedir. Beklentinin ana nedeni, Cezayir Dinar'ının değer kaybetmesiyle ithal edilen araçların fiyatlarının yükselmesidir. Ayrıca, araç ithalatındaki kısıtlamalar da satışların düşmesinde önemli rol oynamıştır. Bunlara karşın, bazı uluslararası üreticiler Cezayir'de üretim tesisi kurmuştur. Volkswagen ve Renault firmalarının da ağır yük taşıtları için pazarda üretim tesisi kurması beklenmektedir. Ek olarak, traktörle beraber ağır yük taşıtları araç park sayısının gelecek dönemde artacağı öngörülmektedir. Bu gelişmeler, Cezayir otomotiv sektöründe hareketlilik meydana getirecektir.⁶²

Sonuç olarak, Cezayir tarım sektöründeki teşviklerle beraber büyüme beklentisinin olması, römork ithalatı için pazarı cazip kılmaktadır. Diğer yandan, Cezayir için traktörü de kapsayan ağır yük taşıtları sayısının artacak olması da bu durumu desteklemektedir. Bununla beraber, Volkswagen ve Renault firmalarının ülkede ağır yük taşıtı üretimi için tesis kurmasının beklenmesinin, gelecek dönemde pazardaki doruk talebini artırması olasıdır. Artan taleple birlikte Cezayir'in doruk ithalatı da büyüyecektir. Makine ithalatının artması ise, satış sonrası servis sektöründeki büyümeyi sağlayacaktır. Bu durum, makine sektöründe girdi olarak kullanılan hidrolik sistemler ürünlerinin ithalat potansiyelini de artıracaktır. Ek olarak, ham çelik üretiminin yüksek oranda artacağının beklenmesi de hidrolik sistemler ürünleri üreticileri için pazarı cazip hale getirmektedir.

⁶¹ Business Monitor International, Algeria Agribusiness Report, 2016

⁶² Business Monitor International, Algeria Autos Report, 2016

2011-2015 İthalat Eğilim Analizi:

İncelen tüm ürünlerde yaklaşık 450 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştiren Cezayir, bu değeri son dört yıllık periyotta yılda ortalama %8,6 azaltmıştır. İthalatın düşmesindeki önemli nedenlerden biri, ülke gelirinin azalmasıyla inşaat ve sanayi alanında yapılan yatırım ve harcamaların düşmesidir. Pazara yüksek değerde ihracat gerçekleştiren ülkelerden, Almanya ve Fransa, Cezayir'e yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. İtalya, pazarın yüksek ve orta fiyat segmentindeki ürün talebini karşılarken Çin, Cezayir'e düşük fiyatlı ürün tedarik etmektedir. Ayrıca, AB ülkelerinin pazarda gümrük vergisi ve lojistik avantajı bulunmaktadır.

Vinçler, asansörler ve römorklar ürün gruplarına yönelik ithalatı büyüme gösteren Cezayir'in, hidrolik güç motorları, hidrolik pompalar ve dorse ürünlerindeki ithalatı ise azalma eğilimindedir. En fazla ithal edilen ürün, hidrolik pompalardır. Römorklar ise, en düşük değerde ithal edilen ürün grubudur.

Tablo 1: Cezayir İthalat Değerleri ve İthalat Büyümeleri

Dış Ticaret Verileri	İthalat (Milyon \$) (2015)	İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)	Türkiye'den İhracat (Milyon \$) (2015)	Türkiye'den İhracat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)
842619	9,1	%101	2,3	-
842810	39,0	%100	2,1	%89
871639	39,5	%-24	3,4	%418
8412	9,9	%-24	1,1	%319
8413	348,6	%-37	5,8	%110
871620	0,8	%53	0,1	-

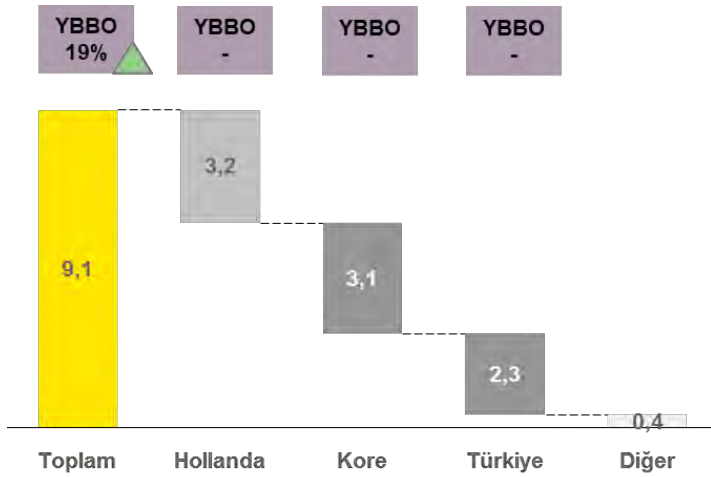
Kaynak: Trademap

Cezayir'in Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat incelendiğinde, Türkiye'nin tüm alt sektör pazarlarında yer aldığı ve tüm ürünler için -römorklar hariç- pazarda büyüdüğü tespit edilmiştir. Türkiye'den en fazla ithal edilen ürün küreselde olduğu gibi hidrolik pompalardır. Vinçler ürün grubunda Türkiye pazara 2012 yılında girmiştir.

Vinçler:

Hacmi 9 Milyon \$'ın üzerinde olan Cezayir vinçler pazarında, Hollanda ve Güney Kore'den yüksek değerlerde ithalat yapılmaktadır. İki ülke pazardaki talebin toplamda %70'ini karşılamaktadır. Ülkedeki talebin dörtte birinden fazlasını karşılayan Türkiye de önemli oyuncular arasında yer almaktadır. Pazarda lider olan Hollanda, Cezayir'e yüksek ve orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Türkiye ve Güney Kore ise, Cezayir'in düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Bu sebeple, Türkiye'nin pazarda Güney Kore ile rekabet ettiği analiz edilmiştir.

Şekil 54: Cezayir'in 2015 Yılı Vinçler (GTIP: 842619) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)⁶³



Kaynak: Trademap

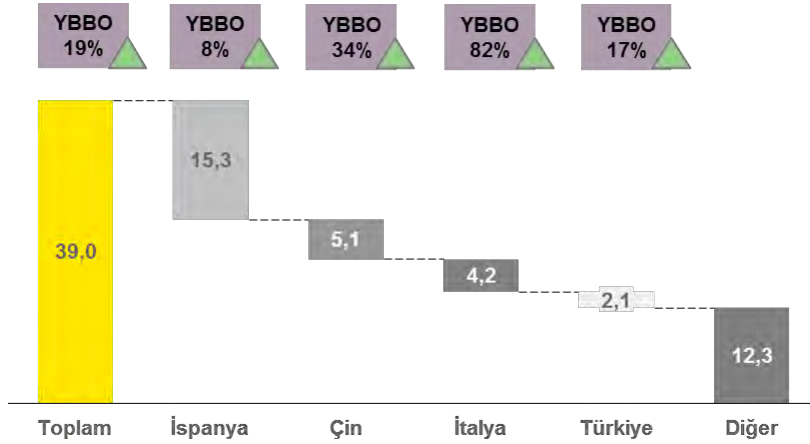
Son dört yıllık dönemde yılda ortalama %19 büyüyen Cezayir vinçler pazarına, incelenen üç ülke de yakın zamanda girmiştir (2012). Cezayir'de kısa sürede yüksek pay elde eden ülkeler, fiyattaki rekabetçilikleri sayesinde Almanya ve İtalya'nın pazardan çıkmasına neden olmuştur. Sonuç olarak, Cezayir'deki talebin ağırlıklı olarak orta ve düşük fiyat segmentindeki ürünlere kaydığı ve Türkiye'nin pazarda yüksek hızda büyüdüğü tespit edilmiştir.

⁶³ Pazarı 2011 yılı sonrasında giren ülkelerin 2011-2015 arası YBBO değerleri "-" ile gösterilmiştir.

Asansörler:

Cezayir 2015 yılında 39 Milyon \$'lık asansör ithal etmiştir. İspanya'nın yaklaşık %40'lık payla lider olduğu pazarda, Çin ve İtalya da önemli oyuncular arasında yer almaktadır (sırasıyla %13 ve %11). Türkiye'nin payı ise %5 seviyelerindedir. Çin ve Türkiye'nin düşük fiyatlı ürün ihraç ettiği pazara, İtalya ve İspanya orta fiyat segmentinde ürün tedarik etmektedir. Pazarda etkin olan diğer ülkeler de incelendiğinde, Cezayir'in ağırlıklı olarak orta fiyat segmentindeki ürünleri ithal ettiği tespit edilmiştir.

Şekil 55: Cezayir'in 2015 Yılı Asansörler (GTIP: 842810) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



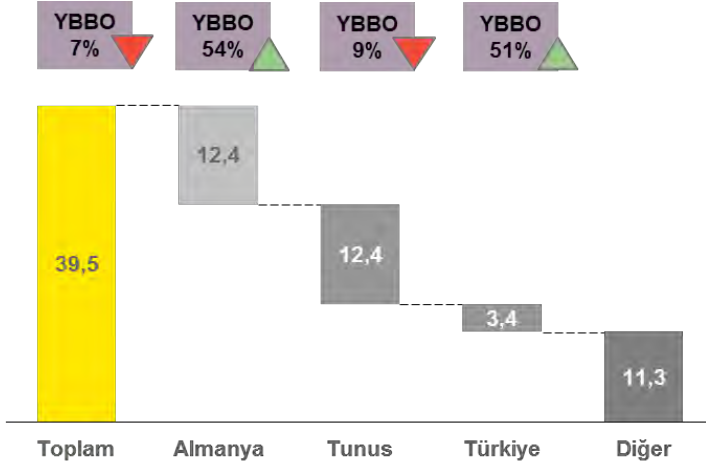
Kaynak: Trademap

Cezayir asansörler pazarı 2011-2015 arasında yılda ortalama %19 büyümüştür. Büyüyen pazarda incelenen ülkelerin tümünden yapılan ithalat artmıştır. Buna rağmen, pazarın altında büyüyen İspanya'nın pazardaki payı azalmıştır. Türkiye'nin pazar payını yaklaşık olarak koruduğu Cezayir'de, İtalya ve Çin'in paylarında artış tespit edilmiştir. Pazarda yeni ülkelerin ihracat değerlerini yüksek oranda artırıp önemli oyuncular haline gelmesi, rekabet seviyesinin yükseldiğinin göstergesidir. İspanya'nın pazar payındaki düşüşün sebebi de budur.

Dorse:

Dorse ürün grubunda yaklaşık 40 Milyon \$'lık pazar hacmine sahip olan Cezayir, en fazla ithalatı Almanya ve Tunus'tan gerçekleştirmektedir. Cezayir'e aynı değerde dorse ihraç eden iki ülkenin, ihracatına yoğunlaştıkları segmentler ise farklılık göstermektedir. Almanya pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç ederken, Tunus düşük fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Pazarda yaklaşık %10'luk payı olan Türkiye de pazara düşük fiyatlı ürün tedarik etmekte olup, bu segmentte Tunus ile rekabet etmektedir.

Şekil 56: Cezayir'in 2015 Yılı Dorse (GTIP: 871639) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



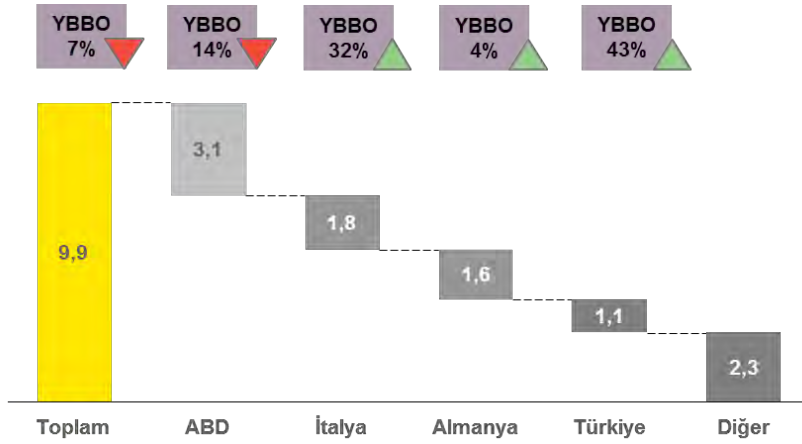
Kaynak: Trademap

Son dört yıllık dönemde daralan pazara, Almanya'nın ihracatını yüksek oranda artırması dikkat çekmektedir. Pazardaki payını artıran Almanya gibi Türkiye'nin de pazarda büyüdüğü gözlemlenmiştir. Bu ülkelerin aksine, Tunus'un pazar payında azalma görülmektedir. Yapılan analizler sonucunda, son dönemde Cezayir pazarındaki odağın fiyat kadar kaliteye de kaydığını tespit edilmiştir.

Hidrolik Güç Motorları:

Yaklaşık 10 Milyon \$'lık pazar hacminin olduğu Cezayir hidrolik güç motorları ithalatında ABD, Almanya ve İtalya gibi yüksek fiyat ve katma değerli ürünler üreten oyuncular ön plana çıkmaktadır. ABD, lider olduğu pazarda Almanya ve İtalya ile birlikte toplam talebin üçte ikisini karşılamaktadır. Diğer yandan, pazardaki düşük fiyatlı ürün talebinin önemli bir kısmını karşılayan Türkiye'nin, Cezayir'deki payı %10'un üzerindedir.

Şekil 57: Cezayir'in 2015 Yılı Hidrolik Güç Motorları (GTIP: 8412) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



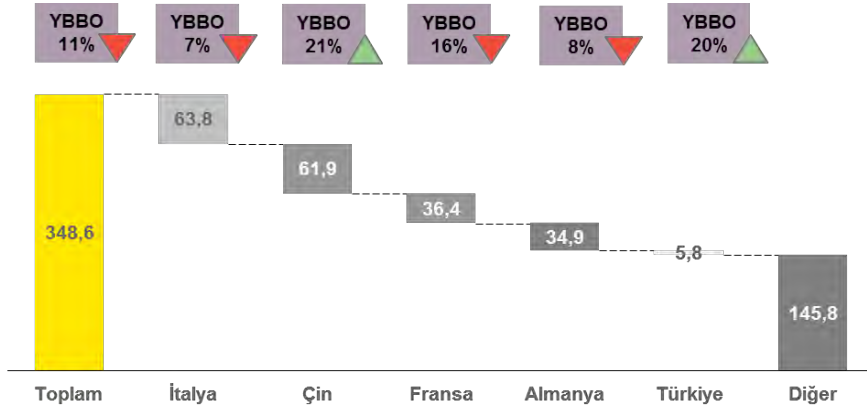
Kaynak: Trademap

Gelişmiş bir makine endüstrisinin bulunmadığı ülkede, hidrolik güç motorları pazarının hacmi düşük olup, yapılan ithalat 2011-2015 yılları arasında azalmıştır. Pazar hacmi düşmesine rağmen, İtalya, Almanya ve Türkiye'nin pazarda yüksek oranda büyümesi dikkat çekmektedir. ABD'nin pazar payında ise gerileme tespit edilmiştir. Sonuç olarak, Cezayir'in hidrolik güç motorları ithalatında son dönemlerde Avrupa ülkelerine yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Hidrolik Pompalar:

Cezayir hidrolik pompalar ürün grubunda 2015 yılında yaklaşık 350 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştirmiştir. Pazar hacminin hidrolik güç motorlarına kıyasla yüksek olmasının ana nedeni inşaat ve maden makineleri gibi ürünlerin yüksek değerinde ithal edilmesi ve bu ürünlerin satış sonrası servis ağlarının geniş olmasıdır. İtalya ve Çin'in ön planda olduğu pazarda, Fransa ve Almanya da etkin konumdadır. Pazarda Türkiye'den de 5,8 Milyon \$ değerinde ithalat yapılmıştır. İtalya ve Türkiye pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, Çin'den düşük fiyatlı ürünler ithal edilmektedir. Fransa ve Almanya ise, pazarın yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

Şekil 58: Cezayir'in 2015 Yılı Hidrolik Pompalar (GTIP: 8413) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



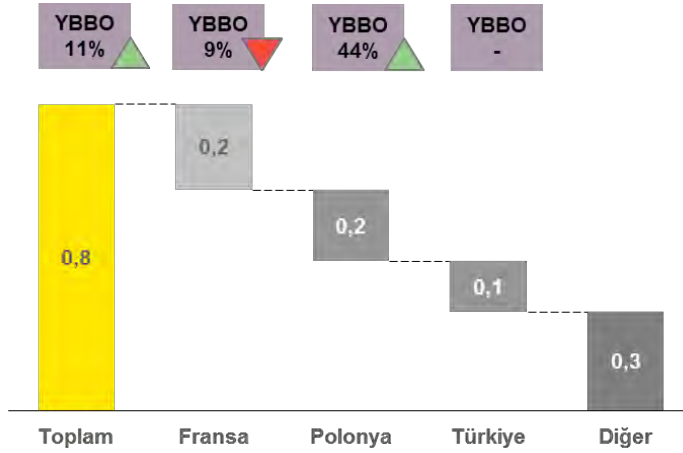
Kaynak: Trademap

İthalatın 2011-2015 arasında yılda ortalama %11 azaldığı pazarda, daralmanın ana nedeni enerji fiyatlarının düşmesiyle gelirlerin azalmasıdır. İncelenen ülkelerden sadece Çin ve Türkiye'nin pazara ihracatı artmıştır. İtalya ve Almanya'nın ihracatındaki düşüşün pazar daralmasının altında olması, ülkelerin paylarında herhangi bir değişim olmamasına neden olmuştur. Fransa'nın pazardaki payı ise gerilemiştir. Yapılan analizler sonucunda, Cezayir'de düşük fiyatlı ürünlerin talebinin arttığı, orta fiyat segmentindeki ürünlerin talebinin ise korunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, pazarda Batı Avrupa ülkelerinin ve Çin'in hâkimiyeti bulunmaktadır.

Römorklar:

Hükümetin yatırımları ve teşvikleriyle büyüme eğiliminde olan Cezayir tarım sektöründe, mekanizasyon oranı düşüktür. Bu nedenle, römorklar ürün grubunun pazar hacmi düşük olup, 1 Milyon \$'ın altında seyretmiştir. Pazar orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden Fransa, Cezayir'de lider konumdadır. İkinci en büyük tedarikçi olan Polonya ise, pazarın yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Pazar 2013 yılında giren Türkiye ise, Cezayir'e düşük fiyatlı ürün tedarik etmektedir.

Şekil 59: Cezayir'in 2015 Yılı Römorklar (GTIP: 871620) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



Kaynak: Trademap

Tarım sektöründe destek ve teşvik gibi olumlu gelişmelerle beraber, mekanizasyon oranının artma eğiliminde olması, römorklar ürün grubunda yapılan ithalatın da artmasına neden olmuştur. Polonya'nın pazara ihracatının yüksek oranda artmasının nedeni, pazara yeni girmesidir. Ek olarak, Türkiye'nin de pazara yeni girdiği ve pazarda kısa sürede önemli pay elde ettiği tespit edilmiştir. Diğer yandan, Fransa'nın pazardaki payının azalması, Türkiye için Cezayir'de fırsat yaratmaktadır.

Satış Dağıtım Kanalları:

Tarım, makine ve inşaat sektöründe kullanılan araç üstü ve diğer ithal malı ekipmanların yerel distribütörler ve acentalar aracılığı ile müşterilere satışı ve dağıtımı yapılmaktadır⁶⁴. Bu bağlamda ülkede satış konusunda etkili olunabilmesi için yerel dağıtım acentaları ve ortaklıkların kullanılması tavsiye

⁶⁴ IBP, Inc. - Algeria Business and Investment Opportunities Yearbook Volume 1 Strategic, Practical Information and Opportunities, syf: 231.

edilmektedir. Acentaların hem müşteri bulunmasında hem de Türk ve Cezayirli firmalar arasındaki bağlantıların sağlanmasında önemli katkıları bulunmaktadır⁶⁵. Cezayirli firmalar, yurtdışı üretimi olan ekipmanlara leasing verebilmektedir. Dolayısıyla, leasing, ülkedeki yüksek ücretli makinelerin ve ekipmanlarının satışında da oldukça etkin bir satış ve dağıtım kanalıdır.

⁶⁵ T.C. Ekonomi Bakanlığı - Cezayir Ülke Raporu

Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
▶ Ekonominin doğal kaynaklara bağımlılığını azaltmak ve ülkedeki yüksek oranlı işsizliğe çözüm getirmek amacıyla, petrol dışı sanayi alanlarında ve tarımda yatırımların artırılmasının hedeflenmesi ▶ Ekonominin gelecek dönemde %3-%4 bandında büyümesinin beklenmesi ▶ Tarım sektöründe artan yatırım ve teşviklerin römork ithalatına olumlu yansıtacağı beklentisi ▶ Volkswagen ve Renault firmalarının ülkede ağır yük taşıtı üretim tesisi kurma planlarının, dorse ve hidrolik sistemler ürünleri için gelecek dönemde pazarın talep hacmini artırma olasılığı ▶ Makine ithalatının artmasıyla büyüyen satış sonrası servis sektörü ve artan ham çelik üretimiyle büyüyen demir-çelik sektörlerinin hidrolik sistemler ürünleri ihtiyacı ▶ Cezayir'in asansörler, vinçler ve römork alt sektörlerindeki küresel ithalatını 2011-2015 arasında yüksek oranda arttırması ▶ Vinçler ve Hidrolik Pompalar alt sektörlerinde düşük fiyat segmentindeki ürün talebinin artması ▶ Cezayir Asansörler ve Vinçler pazarlarının yüksek oranda büyümesi ▶ ABD'nin pazardaki etkinliğinin azalması	
Tehditler	
▶ Ülke ekonomisinin doğal kaynaklara bağımlı olması ve kamu gelirlerinin enerji fiyatlarındaki dalgalanmalardan kolayca etkilenmesi ▶ Yüksek oranda artan nüfusla birlikte kişi başı gelirden düşüş beklenmesi ▶ Risk değerlerinin dünya ortalamasının üzerinde olması ▶ 2016 ve 2017 yıllarında inşaat sektöründe daralma beklenmesi ▶ Dorse, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar ithalatının 2011-2015 yılları arasında azalması ▶ Pazarda güçlü konumda olan İtalya, Almanya ve Fransa'nın gümrük vergisinden muaf olması ve İtalya ve Fransa'nın pazara yakınlıklarıyla elde ettikleri lojistik avantaj ▶ Asansörler alt sektöründe rekabet seviyesinin yüksek olması ▶ Pazara düşük fiyat segmentinde ürün ihraç eden Çin'in Cezayir'de büyümesi ▶ Almanya'nın pazarda artan etkinliği	

4.2.2 Katar

Genel Ekonomik ve Sosyo-Politik Durum:

Katar, kişi başına düşen gelir açısından dünyanın en zengin ülkelerinden biridir. Basra körfezinde yer alan ülkenin tek kara sınır komşusu Suudi Arabistan'dır. Nüfusu yüksek hızda artan ülkede iş gücüne önemli katkısı bulunan göçmenler, nüfusun yüksek hızda artmasının başlıca nedenidir. 2014 yılı itibarıyla 2,2 Milyon olan nüfusun, 2020' de 2,7 Milyona ulaşacağı öngörülmektedir. Nüfusun en fazla yoğunlaştığı bölgeler ise Doha ve Er Reyyan'dır.

Katar'ın ekonomik yapısı petrol ve doğal gaz rezervlerinin keşfiyle tamamen değişmiştir. Ülkenin gelir yapısı petrol ve doğal gaz ihracatına bağımlı ilerlemektedir. Dinamik yapıya sahip iktisadi kalkınmanın olduğu ülkede, dünyaya entegre açık bir ekonomi yapısı oluşturulmuştur. Katar Hükümeti, enerji fiyatlarından kolayca etkilenebilen ekonominin doğal kaynaklara bağımlılığını azaltmak amacıyla, son zamanlarda petrol dışı sanayi alanlarına yönelik yatırımlarını artırmaktadır.⁶⁶ Hükümetin bu girişiminin, ülkenin sanayi alanında girdi olarak kullanılabilecek ürünlerin ithalatını olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir.

Tablo 5: Makroekonomik Göstergeler

GSYİH (Milyar \$) (2014)	210	GSYİH (Milyar \$) (2020)	216
Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)	93.990	Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)	77.710
GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)	4	GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)	2,5
Enflasyon (%) (2014)	3,4	Enflasyon (%) (2020)	2,1
Nüfus (Milyon) (2014)	2,2	Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)	2,7

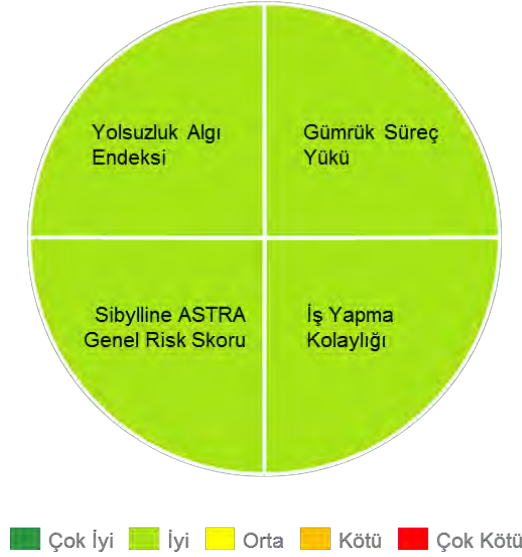
Kaynak: IMF, World Economic Outlook

2014 yılında %4 büyüyen Katar ekonomisinde, gelecek dönemde büyüme hızının düşmesi beklenmektedir. Ülkenin ana gelir kalemlerinden olan petrol ve doğal gaz fiyatlarındaki düşüş ile ABD Doları'nın yüksek oranda değer kazanması, büyüme hızının düşmesindeki başlıca etkenlerdir. Katar'ın analiz edilen makroekonomik verilerinde en dikkat çekici nokta ise kişi başına düşen

⁶⁶ T.C. Ekonomi Bakanlığı, Katar

gelir miktarının yüksekliğidir. Doğal kaynakların fazlalığı ve nüfusun görece düşük olması, 93.990 \$'lık kişi başına düşen gelirde önemli rol oynamaktadır. Ancak, büyüme hızındaki düşüşün uzun vadede kişi başına düşen geliri de olumsuz etkilemesi beklenmektedir.

Şekil 60: Risk Göstergeleri



Kaynak: EY Growing Beyond Borders

Dışa açık bir ekonomik yapının olduğu Katar'da, yabancı yatırımların çekilmesi adına uygulanan politikalar, beraberinde ekonomik ve ticari faaliyetlere uygun bir iş ortamı yaratmıştır. Katar, iş yapma kolaylığı endeksinde dünyada 189 ülke arasında 21. Sırada yer almaktadır. İncelenen tüm risk göstergelerinde de iyi seviyesinde yer alan ülkenin, risk değerleri düşüktür. Bu durum, Katar'daki ticari işlemler, gümrük işlemleri, ticari haklar vb. konularda süreçlerin büyük oranda sorunsuz işlediğini göstermektedir.

İlgili Sektörler:

Ticari yapılar ve ulaşım altyapısı alanlarında yapılan yatırımlar, Katar inşaat sektörünün yüksek hacme ulaşmasını sağlamıştır. Geçmiş dönemde yılda ortalama %12'lik büyümenin görüldüğü ülkede, 2022 yılında FIFA Dünya Kupası'nın düzenlenecek olması gelecek dönemde de büyümenin devam etmesini sağlayacaktır. Sektör hacminin 2021 yılında 33 Milyar \$'a ulaşması beklenmektedir.⁶⁷

Makine sanayi altyapısının gelişmemiş olduğu pazarda talep, ithal ürünlerle karşılanmaktadır. Ancak, son dönemlerde özellikle inşaat makinesi ürünlerindeki ithalatın yüksek oranlarda artarak 600 Milyon \$ seviyesini geçmesi, pazarın satış sonrası hizmet pazarının da büyümesine yol açmıştır. Gelecek dönemde de inşaat sektöründeki yüksek büyümenin, makine ithalatına da olumlu yansıtacağı öngörülmektedir.

Şekil 61: Katar - İlgili Sektörler



Kaynak: BMI, Trademap, EY Analizi

Tarımsal alanların çok az olduğu Katar'da, potansiyelli bir tarım sektöründen bahsetmek mümkün değildir. Gerek tarımın ekonomi içindeki payı, gerekse tarımsal istihdamın düşük olması, bu durumu desteklemektedir.

Büyüyen inşaat sektörü, ağır yük taşıtları sektöründeki satış rakamlarını da doğrudan etkilemektedir. 2013, 2014 ve 2015 yıllarında yüksek oranda artan ağır yük taşıtları satışının gelecek dönemde de yılda ortalama %3 oranında

⁶⁷ Business Monitor International, Qatar Infrastructure Report, 2016

artması beklenmektedir. 30 Bin adet olan araç park sayısının ise 2020 yılında 35 Bin seviyesine yükseleceği öngörülmektedir. *MAN Trucks* ve *Volvo Trucks* pazarda en fazla satılan ağır yük taşıtlarıdır.⁶⁸

Sonuç olarak, rapor kapsamında analiz edilen ürünler için incelenen ilgili sektörlerden Katar'da en yüksek potansiyele sahip olanı inşaat sektörüdür. Yüksek hızda büyüyen ve bu büyümeyi gelecek dönemde de devam ettirmesi beklenen inşaat sektöründe, vinçler ve asansörler ürünleri için yapılan ithalatın artması yüksek olasıdır. Diğer yandan, özellikle inşaat makineleri ürünlerinde artan ithalatla birlikte, makine sektöründeki satış sonrası hizmet sektörünün büyümesi beklenmektedir. Bu durum, pazarda hidrolik sistemler ürünlerinin ithalatına olumlu yansıtacaktır. İnşaat sektöründeki büyümeyle beraber Katar'da ağır yük taşıtları sayısı ve satışlarının artması da, dorse ihracatçıları için pazarda fırsat yaratacaktır.

⁶⁸ Business Monitor International, Qatar Autos Report, 2016

2011-2015 İthalat Eğilim Analizi:

Katar'ın incelenen ürünlerdeki toplam ithalatı 2015 yılında 550 Milyon \$'dır. İthalat değeri son dört yıllık dönemde yılda ortalama %14 artan Katar'ın, inşaat sektöründeki büyüme, ithalat değerindeki yüksek oranlı artışta önemli rol oynamaktadır. Pazardaki toplam talebin yaklaşık %45'ini karşılayan Çin ve ABD, Katar'daki en önemli oyunculardır.

Hidrolik güç motorları haricinde Katar'ın tüm ürünlerdeki küresel ithalatı artma eğilimindedir. Bu ürünlerden, hidrolik pompalar ve vinçler, en fazla ithal edilen ürünler olarak öne çıkmaktadır. Vinçler, ayrıca, ithalatı en hızlı büyüyen üründür. Römorklar ise görece en düşük değerde ithal edilen ürün grubudur.

Tablo 2: Katar İthalat Değerleri ve İthalat Büyümeleri

Dış Ticaret Verileri	İthalat (Milyon \$) (2015)	İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)	Türkiye'den İhracat (Milyon \$) (2015)	Türkiye'den İhracat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)
842619	166,2	%4500	0,4	%42
842810	57,2	%9	0,5	%136
871639	87,9	%287	3,6	-
8412	26,4	%-48	0,3	%578
8413	212,4	%11	0,6	%-28
871620	0,2	%139	-	-

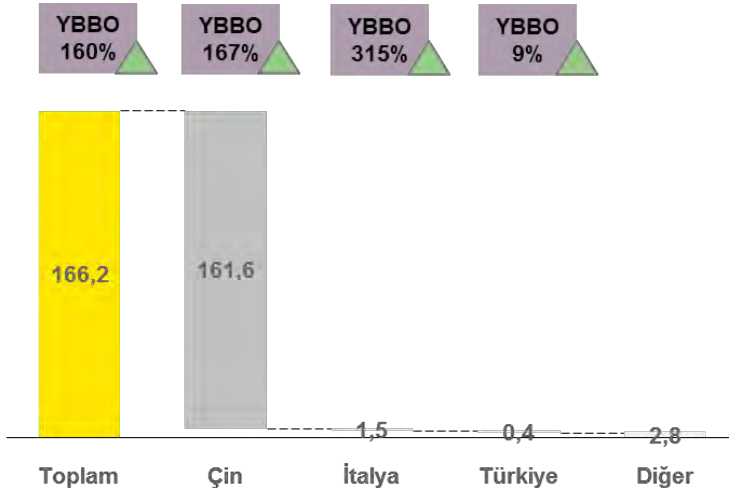
Kaynak: Trademap

Genel anlamda pazara ihracatını artıran Türkiye'nin, Katar'a en fazla ihrac ettiği ürün dorselerdir. Hidrolik güç motorları, Türkiye'den ithalatın en hızlı büyüdüğü üründür. Katar römorklar pazarında yer almayan Türkiye'nin, hidrolik pompalar ürünündeki ihracatı azalma eğilimindedir. Ayrıca, asansörler, dorse ve hidrolik güç motorları alt sektörlerinde, Türkiye pazara yeni girmiştir.

Vinçler:

166 Milyon \$ hacimli Katar vinçler pazarında, toplam talebin neredeyse tamamı Çin tarafından karşılanmaktadır. Pazardaki payı %97'nin üzerinde olan Çin, Katar'a düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Çin'in ithalattaki baskın yapısı, pazarın dinamiklerinin de Çin tarafından belirlendiğini göstermektedir. İtalya ve Türkiye, pazarda yer alan diğer ülkelerdir. Ancak, ülkelerin pazar paylarının %1'in altında olması, Katar'daki etkinliklerinin çok düşük olduğunu göstergesidir.

Şekil 62: Katar'ın 2015 Yılı Vinçler (GTIP: 842619) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)⁶⁹



Kaynak: Trademap

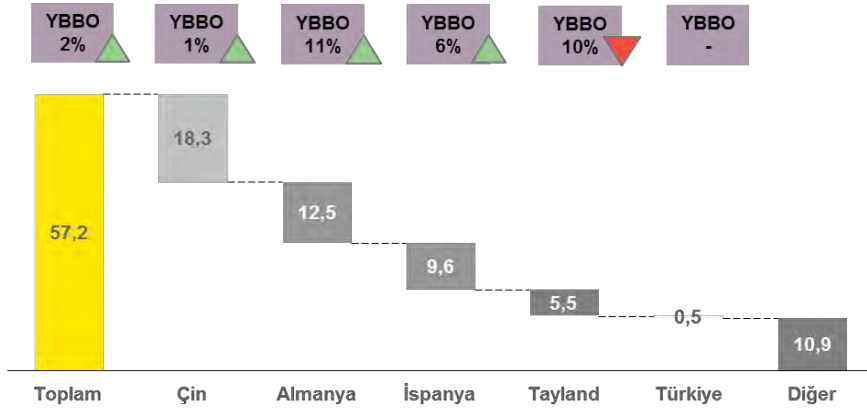
Son dört yıllık dönemde yılda ortalama %160 büyüyen Katar vinçler pazarında, inşaat sektöründeki yüksek oranlı büyümenin önemi büyüktür. Çin de aynı dönemde pazara paralel bir şekilde büyümüştür. İtalya pazara 2015 yılında girerken, Türkiye'nin pazara ihracatı 2011-2015 arasında yaklaşık olarak aynı değerlerde kalmıştır. Ancak, Türkiye pazara Çin gibi düşük fiyatlı ürün ihraç etmesine rağmen, pazardaki büyüme hızını yakalayamamıştır. Geçmiş dönemde pazarda lider olan Almanya ise, pazarda talep edilen segmentin değişmesinin ardından pazardan çıkmıştır.

⁶⁹ Katar'ın vinçler (GTIP: 842619) ürünündeki ithalat değerleri Trademap *Mirror Data* üzerinden elde edilmiştir. Büyüme oranlarındaki yüksek değerlerin sebebi budur.

Asansörler:

Katar'ın 2015 yılındaki asansörler ithalatının değeri 57,2 Milyon \$'dır. Çin'in %32'lik payla lider konumda olduğu pazarda, Almanya, İspanya ve Tayland'dan da önemli değerlerde ithalat yapılmıştır. Dört ülke, Katar'ın asansörler talebinin %80'ini karşılamaktadır. Katar'ın Türkiye'den yaptığı ithalat ise 500 Bin \$'dır. Çin, Tayland ve Türkiye, Katar'a düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Bu ülkelerin tersine Almanya, pazarın yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. İspanya ise, Katar'a orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Bu durum, pazarda düşük fiyatlı ürünler ağırlıklı olmak üzere farklı segmentlerdeki ürünlerin talep edildiğini göstermektedir.

Şekil 63: Katar'ın 2015 Yılı Asansörler (GTIP: 842810) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)⁷⁰



Kaynak: Trademap

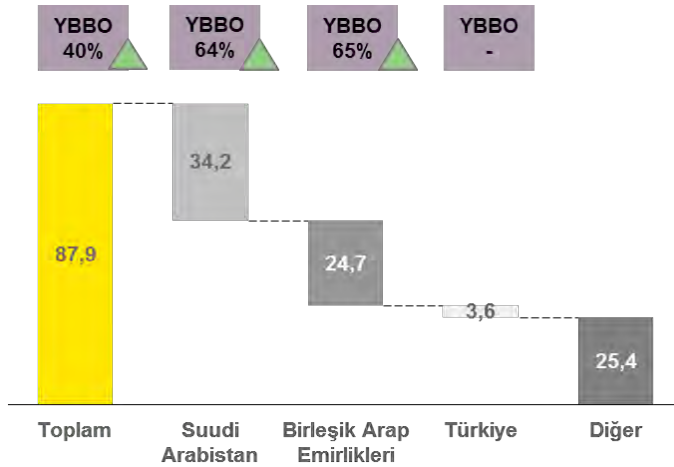
Katar asansörler pazarı 2011-2015 arasında yılda ortalama %2 büyümüştür. Tayland haricinde analiz edilen ülkelerin tümünden yapılan ithalat artma eğilimindedir. Ancak, Çin'in ihracatındaki büyüme, pazar büyümesinin altında kalmıştır. Bu yüzden, Tayland ile birlikte Çin'in de pazardaki payında gerileme olmuştur. Almanya ve İspanya ise pazarda büyümüştür. Yapılan analizler sonucunda, yüksek ve orta fiyat segmentindeki ürünlerin talebinin artma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir.

⁷⁰ Pazara 2011 yılı sonrasında giren ülkelerin 2011-2015 arası YBBO değerleri "-" ile gösterilmiştir.

Dorse:

2015 yılında yaklaşık 88 Milyon \$'lık dorse ithal eden Katar pazarı, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %40 büyümüştür. Pazarda ağır yük taşıtlarının sayısındaki artış⁷¹, yüksek oranlı büyümede önemli rol oynamıştır. Suudi Arabistan ve BAE, pazardaki talebin üçte ikisini karşılamaktadır. Bu ülkeler, dorse üretimi yapmamakta olup, *reeksport* yoluyla Katar'a ihracat gerçekleştirmektedir. Suudi Arabistan ve BAE'nin pazarda etkin olmalarında gümrük vergisi muafiyeti ve lojistik avantajın da önemli katkısı bulunmaktadır. Pazarda Türkiye'den yapılan ithalat ise toplam ithalatın %4'üne karşılık gelmektedir.

Şekil 64: Katar'ın 2015 Yılı Dorse (GTIP: 871639) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



Kaynak: Trademap

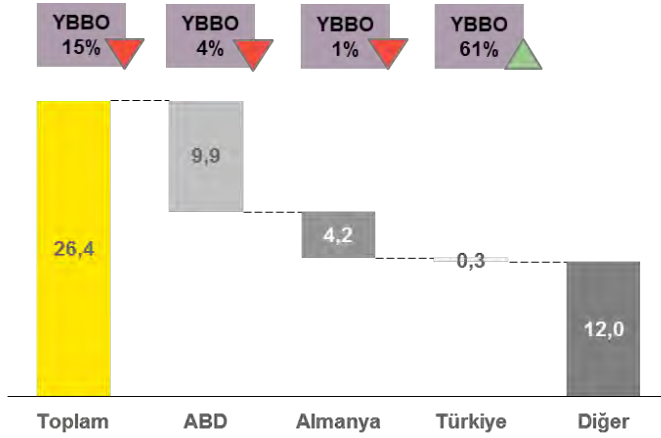
Suudi Arabistan ve BAE'nin Katar pazarındaki etkinlikleri yüksek hızda artmaktadır. Pazara 2014 yılında giren Türkiye'nin de pazardaki payında yüksek oranlı artış gözlemlenmiştir. Üç ülke de pazara düşük fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Pazarda geçmiş dönemde etkin olan ve Katar'a yüksek fiyatlı ürün ihraç eden Almanya ise, pazardan çıkmıştır. Yapılan analizler, Katar'daki dorse talebinin düşük fiyat segmentindeki ürünlere kaydığını göstermektedir.

⁷¹ Business Monitor International, Qatar Autos Report, 2016

Hidrolik Güç Motorları:

Hidrolik güç motorlarında Katar'ın 2015 yılındaki ithalatı 26,4 Milyon \$ değerindedir. Bu değerin yaklaşık 10 Milyon \$'lık kısmını karşılayan ABD'nin yanı sıra, Almanya da 4,2 Milyon \$'lık ihracatla dikkat çekmektedir. İki ülke Katar hidrolik güç motorları ithalatının yarısından fazlasını karşılamaktadır. Türkiye'den yapılan ithalat ise 300 Bin \$ seviyelerindedir. ABD ve Türkiye, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç ederken, Almanya yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir.

Şekil 65: Katar'ın 2015 Yılı Hidrolik Güç Motorları (GTIP: 8412) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



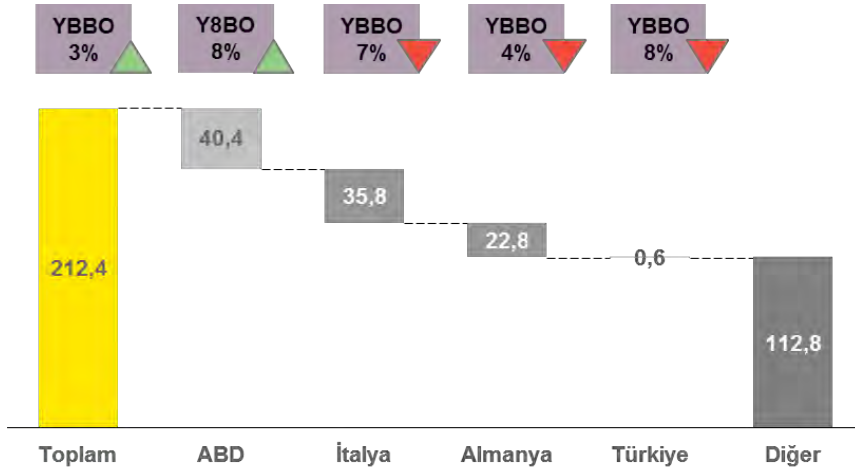
Kaynak: Trademap

Gelişmiş bir sanayi altyapısının bulunmadığı ve makine üretiminin yaygın olarak yapılmadığı Katar'da, ithal edilen ürünler ağırlıklı olarak satış sonrası servis sektörü için kullanılmaktadır. 2011-2015 arasında %15 daralan pazarda, ABD ve Almanya'dan yapılan ithalat da paralel bir azalma göstermiştir. Buna rağmen, ithalattaki düşüş oranlarının pazar daralmasının altında olması sebebiyle, ABD ve Almanya'nın Katar'daki payı yükselmiştir. Diğer yandan, Türkiye'den yapılan ihracat artma eğilimindedir. Ancak, Türkiye'nin ihracatının pazar hacmine kıyasla düşük olması sebebiyle, Türkiye'nin pazar payında önemli bir değişiklik olmamıştır.

Hidrolik Pompalar:

200 Milyon \$'ın üzerinde hacme sahip olan Katar hidrolik pompalar pazarında ABD, İtalya ve Almanya, en yüksek değerde ithalat yapılan ülkelerdir. Pazarı yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç eden üç ülke, Katar'ın ithalatının yaklaşık yarısını karşılamaktadır. Türkiye'den ise 600 Bin \$ değerinde orta fiyat segmentli ürün ithal edilmiştir.

Şekil 66: Katar'ın 2015 Yılı Hidrolik Pompalar (GTIP: 8413) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



Kaynak: Trademap

Özellikle inşaat makineleri sektörüne yönelik yüksek değerde ithalat yapan Katar'ın, satış sonrası servis sektörü nedeniyle yüksek miktarda hidrolik pompa ithal ettiği tespit edilmiştir. Son dört yıllık periyotta yılda ortalama %3 büyüyen pazarda, ABD'den yapılan ithalat pazarın üzerinde büyümüştür. Bu nedenle, ABD'nin pazardaki payı incelenen dönemde artmıştır. İtalya, Almanya ve Türkiye'den yapılan ithalat ise, büyüyen pazara rağmen azalmıştır. Çin, BAE, Hollanda ve Hindistan gibi farklı fiyat segmentlerinde ürün ihraç eden ülkelerin pazara girmesi, bu durumun en önemli nedenidir. Sonuç olarak, ABD'nin hızla büyüdüğü ve lider olduğu pazara, yeni ülkelerin girmesiyle rekabet seviyesi artmış ve daha önce pazarda etkin olan ülkelerin payları azalmıştır.

Römorklar:

Katar'da tarım sektörünün önemi diğer hedef pazarlara kıyasla oldukça düşüktür. Tarım sektörü, Katar ekonomisinin %0,1'inden daha azını oluşturmaktadır ve sektöre yönelik yatırımlar da minimum seviyede gerçekleşmektedir. Bu durum, römork pazarının da düşük hacimde olmasına sebep olmuştur. 200 Bin \$ hacimli pazarda Suudi Arabistan'dan yapılan 100 Bin \$'lık ithalat ile talebin yarısı karşılanmıştır.

Şekil 67: Katar'ın 2015 Yılı Römorklar (GTIP: 871620) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



Kaynak: Trademap

İthalat değeri artma eğiliminde dahi olsa pazarın Katar'ın römork ürün grubunda yaptığı ithalat için ağırlıklı olarak Arap Yarımadası'nda bulunan diğer ülkeleri tercih ettiği gözlemlenmiştir.

Satış Dağıtım Kanalları:

Katar'da, ithalata yönelik, küçük ve rekabetçi bir pazar yapısı olduğu için, pazarlama açısından acentalar önemli bir rol oynamaktadır. Malın pazardaki başarısı, acenta veya distribütörün pazarlama ağının yaygınlığı ve etkinliği ile doğru orantılıdır⁷². Bu bağlamda, iş birliği yapılan acentaların başka bir rakip firmayı da temsil edip etmediği bilgisi önem arz etmektedir.⁷³ Rakip firmaları

⁷² T.C. Ekonomi Bakanlığı – Katar'a İhracat

⁷³ U.S. Department of Commerce, The International Trade Administration – Qatar Country Commercial Guide

temsil eden acentaların bilgi paylaşımı açısından risk oluşturabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

İhracatçı firmaların pazara girişleri konusunda yerel acentalar ve temsilciliklerle çalışmalarını düzenleyen yasalarda bu tür kurumlarla çalışılmasının gerekliliğinin altı çizilmektedir. Bu bağlamda Katar yasalarına göre yerel temsilcilerin ya da acentaların en az %51'nin Katar'lı bir sahibinin olması gerekmektedir⁷⁴. Pazara yeni giren firmalar tarafından acenteler daha yoğunluklu kullanılırken, pazarda belirli bir konuma gelmiş firmalar yerel temsilciliklerle ve diğer endüstriyel araçlarla çalışmaktadır.

⁷⁴ Gil Feiler - The Middle East in the New Millennium: Economic Development & Business Law, syf: 309.

Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
▶ Kişi başına düşen gelir açısından dünyanın en zengin ülkesi olması ▶ Ekonominin doğal kaynaklara bağımlılığını azaltmak amacıyla, petrol dışı sanayi alanlarında yatırımların artırılması ▶ Dışa açık bir ekonomik yapının olması ve incelenen risk göstergelerinin dünya ortalamasının altında değere sahip olması ▶ Yüksek hızda büyüyen ve gelecek dönemde de aynı hızda büyümesi beklenen inşaat sektörü sayesinde asansörler ve vinçler alt sektörleri ithalatının artacağına öngörülmesi ▶ Özellikle inşaat makineleri ürünlerinde artan ithalatla birlikte, makine sektöründeki satış sonrası hizmet sektörünün büyümesi ve bu durumun yaratacağı hidrolik sistemler ithalatını artırması ▶ Artan makine ithalatıyla satış sonrası servis sektörünün hidrolik sistemler ürünleri talebini büyütecek olması ▶ Ağır yük taşıtları park sayısı ve satışlarındaki artışın dorse ithalatına olumlu yansıtacağına beklenmesi ▶ Rapor kapsamında analiz edilen ürünlerin toplam ithalatının 2011-2015 arasında yılda ortalama %14 artması	
Tehditler	
▶ Petrol ihracatına bağımlı ekonominin, petrol fiyatlarındaki değişimlerden kolayca etkilenebilen yapısı nedeniyle risk taşıması ▶ Ekonomik büyüme hızının düşmesinin beklenmesi ▶ Tarım sektörünün ekonomi içindeki payının az olması nedeniyle römork ithalat hacminin düşük olması ▶ Pazarda en önemli oyuncular olan Çin ve ABD'nin, Katar'ın toplam ithalatının %45'ini karşılaması ▶ Vinçler alt sektöründeki talebin neredeyse tamamının Çin'den karşılanması ▶ Özellikle dorse alt sektöründeki talebin önemli bir kısmını <i>reeksport</i> ile karşılayan Suudi Arabistan ve BAE'nin, pazarda gümrük vergisi ve lojistik avantaja sahip olması ▶ Hidrolik pompalar pazarındaki rekabet seviyesinin artması ▶ ABD'nin pazardaki etkinliğinin artması	

4.2.3 Danimarka

Genel Ekonomik ve Sosyo-Politik Durum:

Danimarka, Kuzey Avrupa'da yer alan ve Jutland Yarımadası ile 406 adadan oluşan bir İskandinav ülkesidir. Nüfus, özellikle kıyı bölgelerde yoğunlaşmış olup ülkenin en büyük şehirleri; başkent Kopenhag, Odense ve Aalborg'tur. 2014 yılında 5,6 Milyon olan nüfusun, 2020 yılında 5,8 Milyon kişiye ulaşacağı öngörülmektedir. Diğer yandan, yaşlı nüfus oranındaki artışın, uzun vadede ülkenin iş gücü kaynağında problem yaratması yüksek olasıdır.

Danimarka'nın ekonomisindeki yapı incelendiğinde, hizmet sektörünün %70'in üzerindeki payı dikkat çekmektedir. Sanayi sektörü ise, ihracat ve iç tüketim için önem arz etmektedir. Danimarka'nın hem ithalatının (%76) hem de ihracatının (%61) büyük bir kısmını sanayi ürünleri oluşturmaktadır. Ülkenin en önemli ticari partnerleri ise sınır komşusu olan Almanya ile birlikte, İsveç'tir. Son yıllarda ilaç ve eczacılık ürünleri, rüzgâr türbinleri, biyoteknoloji, bilgi teknolojileri ve yazılım, gıda ve içecek, çevre ve enerjiye yönelik sektörler de gelişme göstermektedir.⁷⁵

Tablo 3: Makroekonomik Göstergeler

GSYİH (Milyar \$) (2014)	346	GSYİH (Milyar \$) (2020)	357
Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)	61.508	Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)	61.639
GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)	1,3	GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)	1,9
Enflasyon (%) (2014)	0,6	Enflasyon (%) (2020)	2
Nüfus (Milyon) (2014)	5,6	Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)	5,8

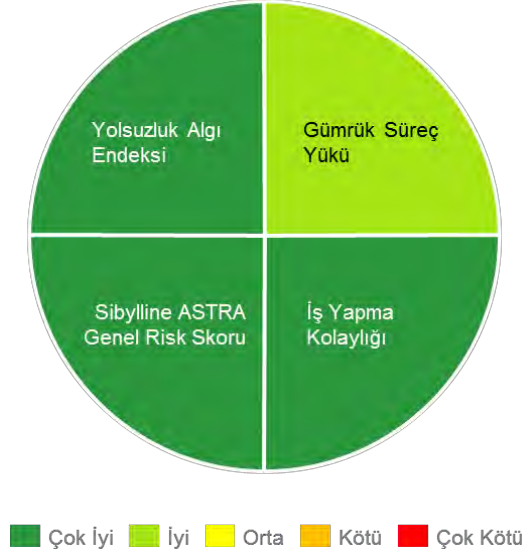
Kaynak: IMF, World Economic Outlook

Gelir dağılımının dengeli olduğu Danimarka, Batı Avrupa ülkeleri arasında en yüksek refah seviyesine ve yaşam standartlarına sahip ülkelerden biridir. Ülkenin makroekonomik göstergeleri de bu durumu destekler niteliktedir. Kişi başına düşen gelirin 60 Bin \$'ın üzerinde olduğu Danimarka'da, ekonomi geçmiş döneme kıyasla yavaşlasa da istikrarlı bir şekilde (%1-%2 bandında) büyümektedir. Bu büyüme ile birlikte, 2014 yılında 346 Milyar \$ olan GSYİH'nin, 2020'de 360 Milyar \$ seviyelerine ulaşacağı öngörülmektedir.

⁷⁵ T.C. Ekonomi Bakanlığı, Danimarka

Ülkedeki enflasyon oranının düşük olması da reel gelir seviyesinin korunmasını sağlamaktadır.

Şekil 68: Risk Göstergeleri



Kaynak: EY Growing Beyond Borders

Hedef pazarlar içerisinde risk göstergeleri en iyi durumda olan ülke Danimarka, ihracatçı firmalar için düşük değerlerde risk barındırmaktadır. Sadece gümrük süreç yükünde iyi seviyesinde yer alırken, diğer tüm göstergelerde çok iyi seviyesindedir. İş yapma kolaylığı endeksinde Avrupa'da ilk sırada yer alırken genel risk skorunda ise Avrupa kıtasında dördüncü sıradadır. Bu göstergeler, Danimarka'daki gümrük işlemleri, ticari işlemler, ticari haklar vb. süreçlerin büyük oranda sorunsuz işlediğini göstermektedir.

İlgili Sektörler:

Son dönemlerde ekonomik büyüme hızının düşmesi ve ekonomide yaşanan durgunluk, Danimarka inşaat sektörüne de yansımıştır. Sektör 2015 yılında %25 daralmış olup, hacmi 10 Milyar \$ seviyesine gerilemiştir. Fakat gelecek dönemde yılda ortalama %3'lük büyüme beklenmektedir. Büyümenin ulaşım altyapısı ve yenilebilir enerji yapıları alanında olacağı öngörülmektedir.⁷⁶

Analiz edilen sektörler arasında Danimarka'nın en yüksek potansiyel vaat ettiği sektör makine ve demir-çelik sektörüdür. Tarım, maden ve inşaat makineleri sektörlerinde toplamda 2 Milyar \$'lık hacme sahip olan ülkenin, özellikle inşaat ve maden makineleri üretimi yüksek değerdedir. Demir-çelik sektöründe de ön plana çıkan Danimarka'nın, ham çelik tüketimi 1,5 Milyon ton seviyelerindedir.

Şekil 69: Danimarka - İlgili Sektörler



Kaynak: BMI, VDMA, T.C. Ekonomi Bakanlığı, Statista, EY Analizi

Ekonomi içindeki payı yaklaşık %1,4 olan Danimarka tarım sektörünün hacmi, 5 Milyar \$'ın altındadır. Ülkede tarımsal alanların fazla olmasına rağmen, tarım sektörü hacminin düşük olması, ekonomik aktivitelerin hizmet sektörü ve sanayiye yoğunlaşmasından kaynaklanmaktadır.

Ağır yük taşıtları sektöründe düşük hacme sahip olan Danimarka'da, ağır yük taşıtlarının satış rakamının 6 Bin adet seviyesine yaklaşması beklenmektedir. 28 Bin olan araç park sayısında ise, gelecek dönemde önemli bir değişiklik

⁷⁶ Business Monitor International, Denmark Infrastructure Report, 2016

beklenmemektedir. Gelecek dönemde ticari araçlar için vergi oranlarının düşürülmesi planı, satış ve araç park sayısını arttırması yüksek olasıdır.⁷⁷

Danimarka sanayisinin gelişmişliği ve tarım, maden ve inşaat makinelerinde imalat değerinin yüksek olması, ülkenin hidrolik sistemler için ithalat potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir. Aynı durum, demir-çelik sektörünün gelişmişliği için de söylenebilmektedir. Diğer yandan, uzun vadede inşaat sektörünün büyümesi de, pazarın asansörler ve vinçler ürün grubundaki ithalatını artıracığı tahmin edilmektedir.

⁷⁷ Business Monitor International, Denmark Autos Report, 2016

2011-2015 İthalat Eğilim Analizi:

Rapor kapsamında analiz edilen ürünlerde toplamda 850 Milyon \$'ın üzerinde ithalat yapan Danimarka, en fazla ithalatı aynı zamanda en önemli ticari partneri olan Almanya'dan gerçekleştirmiştir. Almanya pazarda lojistik ve gümrük vergisi avantajlarına sahiptir. Danimarka'nın bu ürünlerdeki toplam ithalat değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2,4 azalmıştır. Ekonomik büyüme hızının düşmesi, pazarın daralmasındaki en önemli etkindir.

Hidrolik güç motorları haricinde incelenen tüm ürünlerin ithalatı azalmıştır. Dorse, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar en fazla ithal edilen ürünler olup, hidrolik sistemler ürünlerinin pazarda ön plana çıkmasının nedeni gelişmiş makine sektörüdür. Diğer yandan, vinçler ürün grubunda yapılan ithalatın 1 Milyon \$'ın altında olması da dikkat çekmektedir.

Tablo 3: Danimarka İthalat Değerleri ve İthalat Büyümeleri

Dış Ticaret Verileri	İthalat (Milyon \$) (2015)	İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)	Türkiye'den İhracat (Milyon \$) (2015)	Türkiye'den İhracat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)
842619	0,8	%-75	-	-
842810	13,9	%-37	-	-
871639	226,6	%-14	0,4	-
8412	232,3	%28	0,5	-
8413	378,2	%-19	0,9	%660
871620	5,9	%-15	0,1	-

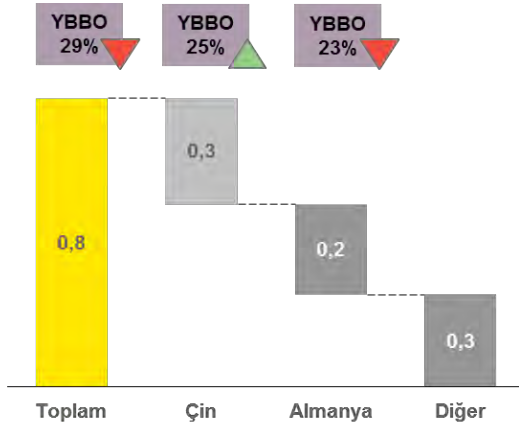
Kaynak: Trademap

Türkiye'nin, pazarda en fazla ithal edilen ürün olan hidrolik pompalardaki ihracatı artma eğilimindedir. İhraç ettiği ürünlerde Danimarka'ya 2011 sonrasında giren Türkiye, vinçler ve asansörler ürünlerinde pazarda yer almamaktadır. Ek olarak, Danimarka pazarında genel anlamda düşük fiyatlı ürünlere olan talebin artması, Türk ihracatçıları için fırsat yaratmaktadır.

Vinçler:

2015 yılı içerisinde 800 Bin \$'lık vinç ithalat hacmine sahip olan Danimarka, talebinin 300 Bin \$'lık kısmını Çin'den karşılamıştır. Bu değer, Danimarka toplam vinç ithalatının üçte birinden fazlasına karşılık gelmektedir. Pazarda öne çıkan diğer bir tedarikçi ise 200 Bin \$'lık ithalatı ile Almanya'dır. İki tedarikçi ülke, Danimarka'nın toplam vinç talebinin yaklaşık %70'lik kısmını karşılamaktadır. Danimarka'ya bu ürün grubunda Çin, düşük fiyat segmentinde ihracat yaparken lojistik yakınlık ve gümrük vergisinden muaf olmasına rağmen Almanya, yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Söz konusu ürün grubunda Türkiye ise Danimarka'ya ihracat gerçekleştirmemektedir.

Şekil 70: Danimarka'nın 2015 Yılı Vinçler (GTIP: 842619) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



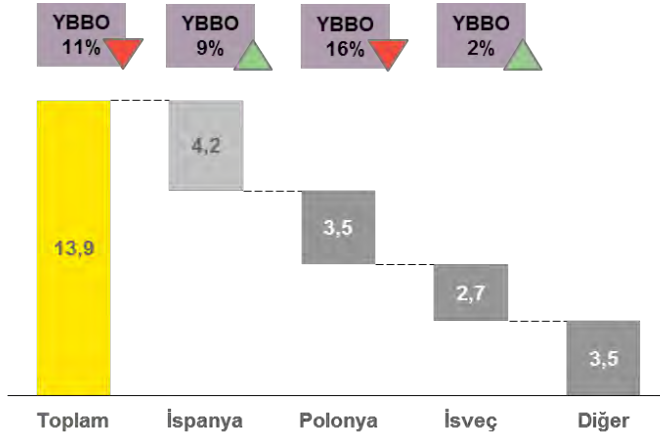
Kaynak: Trademap

Genel olarak Çin ve Almanya arasındaki rekabetin ön plana çıktığı Danimarka pazarı, son dört yıllık dönemde yılda ortalama %29 daralmıştır. Danimarka'nın, Avrupa'daki en önemli vinç üreticilerinden biri olması ve iç pazardaki talebin yerel üretimle karşılanması, bu durumun başlıca sebebidir. İthalatta Çin'in pazar payı artarken, Almanya'nın payı yaklaşık olarak aynı seviyede kalmıştır. Bu durum, son dönemlerde pazardaki talebin düşük fiyatlı ürünler üzerinde yoğunlaştığını göstermektedir.

Asansörler:

Danimarka 2015 yılı içerisinde toplam 13,9 Milyon \$ tutarında asansör ithalatı gerçekleştirmiştir. Ülkenin bu ürün grubundaki ithalatı 2011 – 2015 yılları arasında yılda ortalama %11 azalmıştır. İnşaat sektöründeki daralma, asansör ithalatının azalmasındaki başlıca sebeptir. Pazardaki en önemli tedarikçilerin sırasıyla İspanya, Polonya ve İsveç olduğu tespit edilmiştir. Bu üç ülke, pazardaki ithalatın dörtte üçünü karşılamaktadır. Pazardaki en önemli ihracatçı konumundaki İspanya, Danimarka'ya düşük fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, Polonya orta, İsveç ise yüksek fiyat segmentindeki ürünleri ihraç etmektedir.

Şekil 71: Danimarka'nın 2015 Yılı Asansörler (GTIP: 842810) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



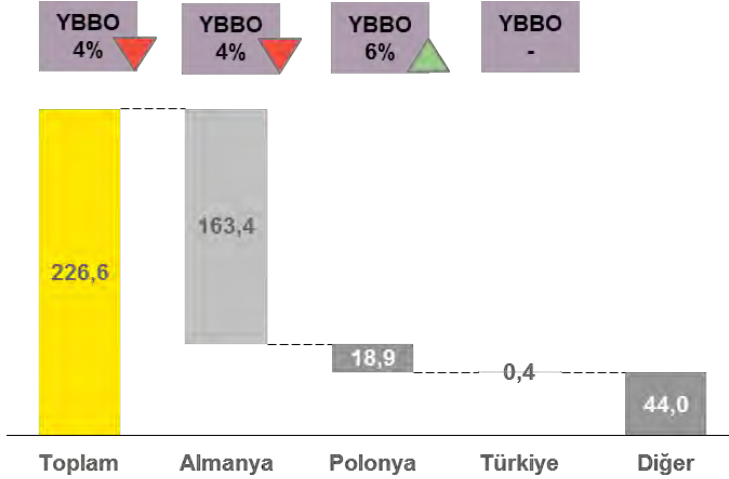
Kaynak: Trademap

Lider konumdaki İspanya, pazarın daralmasına karşın, sunduğu fiyat avantajı dolayısıyla pazardaki payını yılda ortalama %9 arttırmış ve güncel durumda pazarın %30,4'lük kısmına hâkim olmuştur. Danimarka'nın en önemli ikinci ticari partneri olan İsveç'ten yapılan ithalat ise yılda ortalama %2 artış göstermiştir. Bu artışta özellikle İsveç'in lojistik avantajı etkili olmuştur. İskandinav ülkelerinin kendi aralarında yaptıkları ticaretin artışına paralel olarak ileriki dönemlerde İsveç'in pazardaki payını artırması beklenmektedir. Pazardaki talebin ağırlıklı olarak düşük fiyat segmentindeki ürünlere kaydığı tespit edilmiştir. Diğer yandan, Türkiye'nin bu pazarda henüz faaliyeti bulunmamaktadır.

Dorse:

226,6 milyon \$ büyüklüğündeki Danimarka dorse pazarı 2011 – 2015 yılları arasında yılda ortalama %4 küçülmüştür. 2014 – 2015 döneminde ise pazarın %6 büyüdüğü gözlenmiştir. Danimarka'nın en çok ithalat yaptığı ülke olan Almanya, %72,1 pay ile pazarda baskın yapıdadır. Almanya'yı %8,3'lük pazar payı ile Polonya takip etmektedir. İki ülke de pazara düşük fiyat segmentinde ürünler ihraç etmektedir. Almanya dışındaki ülkelerin pazar paylarının birbirine yakın olması pazarda rekabet seviyesinin düşük olduğunu göstermektedir. Aynı yıl Türkiye'den yapılan ithalat ise 400 Bin \$ seviyelerindedir. Pazara 2014 yılında giren Türkiye de, Danimarka'ya Almanya ve Polonya gibi düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir.

Şekil 72: Danimarka'nın 2015 Yılı Dorse (GTIP: 871639) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)⁷⁸



Kaynak: Trademap

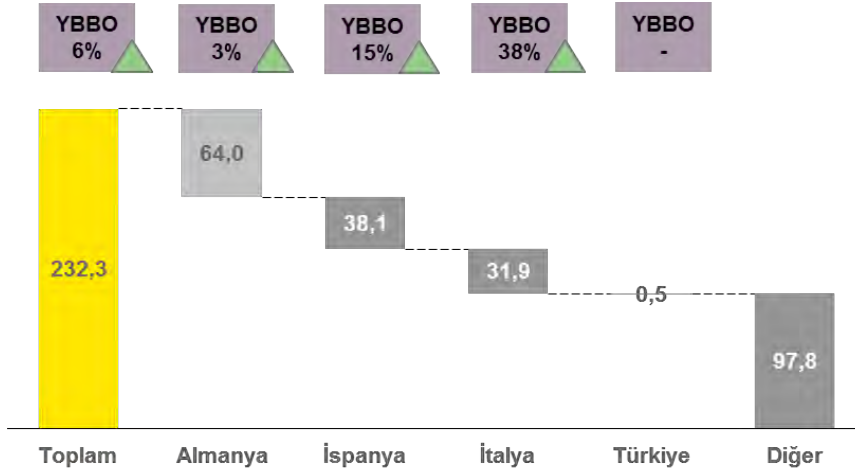
Genel anlamda düşük fiyatlı ürünlerin ithal edildiği Danimarka dorse pazarında, Almanya'dan yapılan ithalat da pazara paralel olarak azalmıştır. Pazardaki payını koruyan Almanya'nın aksine, Polonya pazarda büyümektedir.

⁷⁸ Pazara 2011 yılı sonrasında giren ülkelerin 2011-2015 arası YBBO değerleri "-" ile gösterilmiştir.

Hidrolik Güç Motorları:

Hacmi 232,3 Milyon \$ olan Danimarka hidrolik güç motorları ithalat pazarı, 2011 – 2015 arası dönemde yıllık ortalama %6 büyümüştür. Pazardaki talebin dörtte birinden fazlasını karşılayan Almanya ise pazarda lider konumda bulunmaktadır. Almanya'yı birbirine yakın oranlarla İspanya ve İtalya takip etmektedir. Almanya'dan orta fiyat segmentinde ürün ithal edilirken, İspanya'dan düşük fiyatlı ürünlerin talebi karşılanmaktadır. İtalya ise, Danimarka'ya yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Almanya'nın lojistik avantajını da kullanarak yüksek katma değerli ürünleri pazara daha düşük fiyatlarla ihraç etmesi, pazarda lider olmasında önemli rol oynamaktadır. Türkiye'den yapılan ithalat ise 500 Bin \$ seviyelerindedir. Danimarka'ya orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden Türkiye, pazara 2012 yılında girmiştir.

Şekil 73: Danimarka'nın 2015 Yılı Hidrolik Güç Motorları (GTIP: 8412) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



Kaynak: Trademap

Danimarka makine sektörünün güçlü yapısı, sektörde girdi ürün olarak kullanılan hidrolik güç motorlarına olan talebi arttırmıştır.⁷⁹ Nitekim son dönemde Danimarka hidrolik güç motorları ithalatının yılda ortalama %6 arttığı görülmüştür. Lider konumunda olan Almanya'nın, pazarın altında büyüme performansı nedeniyle pazardaki payında düşüş gözlenmiştir. İspanya ve İtalya ise pazar büyümesinin üzerinde performans göstermiştir. Bu durum, iki ülkenin de pazarda büyümesine neden olmuştur. Makine sektöründeki

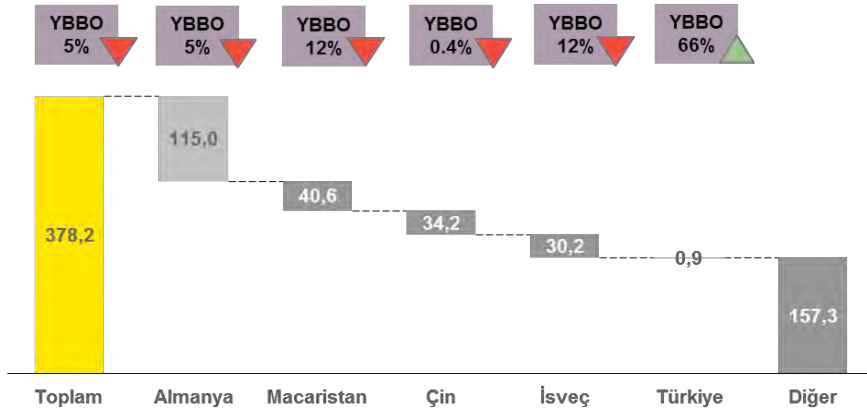
⁷⁹ Atradius Market Monitor, 2016

büyümenin gelecek dönemde hızlanması ve bu bağlamda hidrolik güç motorları talebinin artması olasıdır.

Hidrolik Pompalar:

Danimarka hidrolik pompalar pazarının 2015 yılı ithalat hacmi 378,2 Milyon \$ olmuştur. Almanya'nın %30'luk pay ile lider olduğu pazarda, Macaristan, Çin ve İsveç'ten de önemli değerlerde ithalat yapılmıştır. Bu ülkelerden Almanya ve İsveç'in pazarda lojistik avantajı bulunurken, Çin lojistik açıdan dezavantajlı olmasının yanında rakiplerinin aksine gümrük vergisi de ödemektedir. Türkiye'den yapılan ithalat ise yaklaşık 1 Milyon \$'dır. Macaristan, Çin ve İsveç, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç ederken, Almanya pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Türkiye ise pazarda Almanya gibi orta fiyatlı ürünlerle faaliyet göstermektedir.

Şekil 74: Danimarka'nın 2015 Yılı Hidrolik Pompalar (GTIP: 8413) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



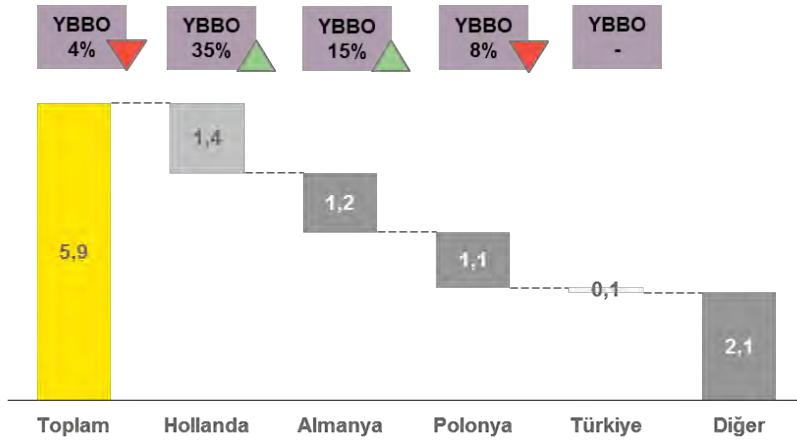
Kaynak: Trademap

Son dört yıllık dönemde daralan Danimarka pazarında, Almanya'dan yapılan ithalat da pazara paralel şekilde azalmıştır. Fakat pazardaki payını koruyan Almanya'nın aksine, Macaristan ve İsveç'in pazardaki payları azalmıştır. Bu iki ülke ile birlikte pazarın düşük fiyatlı ürün talebini karşılayan Çin ise Danimarka'daki payını artırmıştır. İncelenen ülkeler arasında ihracatını artırabilmiş tek ülke Türkiye'dir. 2011-2015 yılları arasında Danimarka'ya ihracatını yılda ortalama %66 artıran Türkiye'nin, pazara 2012 yılında girmesi de bu durumda etkili olmuştur.

Römork:

Danimarka römorklar ürününde 2015 sonu itibariyle 5,9 Milyon \$ ithalat hacmine sahiptir. Pazardaki talebin yaklaşık dörtte birini karşılayan Hollanda, pazarda lider konumda yer almaktadır. Almanya ve Polonya da pazarda önemli paya sahip diğer ülkelerdir. Hollanda ve Almanya pazara yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, Polonya Danimarka'nın düşük fiyatlı römork talebinin önemli bir kısmını karşılamaktadır. Pazara 2012 yılında giren Türkiye de, pazara düşük fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Türkiye'nin Danimarka'ya ihracatı 100 Bin \$ seviyelerindedir.

Şekil 75: Danimarka'nın 2015 Yılı Römorklar (GTIP: 871620) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



Kaynak: Trademap

Danimarka konvansiyonel tarım pazarı geçtiğimiz üç yıl içinde gerileme göstermiş, toplam tarım üretimi oranlarında da düşüş yaşanmıştır. Konvansiyonel tarım yerini sera tarımına bırakmaya başlamıştır.⁸⁰ Bu durum, söz konusu ürün grubunun ithalat pazarında daralmaya neden olmuştur. Daralan pazara rağmen, Hollanda ve Almanya'dan yapılan ithalatın yüksek oranda artması, pazarda yüksek fiyatlı ürün talebinin arttığının da göstergesidir.

Satış Dağıtım Kanalları:

Danimarka'da ithal edilen malların piyasada pazarlanması, ürün grubuna göre farklı kanallardan gerçekleştirilmektedir. Belirli bir alan için üretilmiş ürünler ve

⁸⁰ Statistics Denmark, 2015

yüksek teknolojili ürünler büyük oranda sayıları yaklaşık 400 kadar olan özel iştirakler tarafından satılmakta ve dağıtılmaktadır.⁸¹ Danimarkalı firmalar ithal ürünleri yurt dışından doğrudan almak yerine yerel acente ve distribütörler aracılığıyla tedarik etmektedir.⁸²

Tarım, makine ve inşaat sektöründe kullanılan ekipmanlar ve araç üstü ekipmanlar sınıfına giren ürünler, doğrudan hem perakende hem de toptancı firmalar tarafından satılabilmekte ve dağıtılabilmektedir⁸³. Bunun yanı sıra hem Danimarka hem de çıkış yapılan ülkedeki bir acenta aracılığı ile doğrudan bu ürünlere ihtiyaç duyan müşterilere de satış yapılabilmektedir. Bir diğer alternatif ise bu ürün segmentindeki ürünleri Danimarka içerisinde üreten firmalar aracılığı ile ürünlerin müşterilere ulaştırılmasıdır⁸⁴.

⁸¹ U.S. Department of Commerce, The International Trade Administration - Denmark Country Commercial Guide

⁸² T.C. Ekonomi Bakanlığı – Danimarka Ülke Raporu

⁸³ IBP, Inc., Denmark Investment and Business Guide Volume 1 Strategic and Practical Information

⁸⁴ CBI Ministry of Foreign Affairs – CBI Channels and Segments in Europe

Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
▶ Danimarka'nın toplam ithalatının %76'sını sanayi ürünlerinin oluşturması ▶ Batı Avrupa ülkeleri arasında en yüksek refah seviyesine ve yaşam standartlarına sahip ülkelerden biri olarak kişi başına düşen GSYİH'nin 60 Bin \$'ın üzerinde olması ve ekonominin istikrarlı bir şekilde büyümesi ▶ Risk değerlerinin düşük seviyede olması ve hedef pazarlar içerisinde risk göstergeleri en iyi durumda olan ülke olması ▶ İş yapma kolaylığı endeksinde Avrupa'da ilk sırada yer alması ▶ Sanayinin gelişmişliği, makine sektöründe imalat, demir-çelik sektöründe ise tüketim değerinin yüksekliği sebebiyle ülkenin hidrolik sistemler için ithalat potansiyelinin yüksek olması ▶ Uzun vadede inşaat sektörünün büyümesiyle pazarda vinçler ve asansörler ithalatının artacağına öngörülmesi ▶ Danimarka'nın yüksek hacimli hidrolik güç motorları ithalatını arttırması (2011- 2015 arasında %6 YBBO)	
Tehditler	
▶ Yaşlı nüfus oranındaki artışın uzun vadede ülkenin iş gücünde sorun yaratması ve bu durumun gelecek dönemde sanayi sektörünü olumsuz yönde etkileme ihtimali ▶ Ülkenin en önemli ticari partneri olan Almanya'nın pazardaki gümrük vergisi ve lojistik avantajı ▶ Pazara düşük fiyat segmentinde ürün ihraç eden Çin ve İspanya'nın pazardaki payını yüksek oranda artırması ▶ Pazardaki rekabet seviyesinin yükselmesi ▶ Tarım sektörü hacminin düşük olması ve tarımsal üretimin gerilemesiyle römorklar alt sektöründeki ithalatın azalma eğiliminde olması	

4.2.4 Güney Kore

Genel Ekonomik ve Sosyo-Politik Durum:

Asya kıtasının nüfus yoğunluğu ve gelişmişlik bakımından önde gelen ülkelerinden biri olan Güney Kore; Japonya, Çin gibi büyük pazarlara yakınlığıyla da önemli ticari bağlantılara sahip konumda yer almaktadır. Ülkenin ticaret merkezi, nüfusunun da yaklaşık yarısının yer aldığı başkent Seul'dur. 2014 yılında 50,4 Milyon olan nüfusun, 2020 yılında 51,7 Milyona ulaşacağı beklenmektedir. Ülkenin nüfus artış hızında düşüş gözlemlenmesiyle beraber, refah seviyesinin artması, yaşam standartlarının yükseldiğini göstermektedir.

Küresel pazardaki en büyük 11. ekonomiye sahip olan Güney Kore'de sanayi odaklı bir ekonomik yapı bulunmaktadır. İnovasyon ve AR-GE alanlarında yüksek yatırımların yapıldığı ülkede, ihracatın da ekonomideki yeri önem arz etmektedir. Ancak, kömür, petrol, demir-çelik gibi sanayi üretim girdilerinde ithalata olan bağımlılık, ülke ekonomisi için az da olsa risk oluşturmaktadır. Elektronik, makine, otomotiv, gemi yapımı, petrokimya gibi sektörler Güney Kore'nin güçlü olduğu sektörlerdir⁸⁵ ve rapor kapsamında analiz edilen ürünler bu sektörlerde girdi olarak kullanıldığı için pazar yüksek potansiyel taşımaktadır.

Tablo 4: Makroekonomik Göstergeler

GSYİH (Milyar \$) (2014)	1.411	GSYİH (Milyar \$) (2020)	1.747
Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)	27.989	Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)	33.817
GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)	3,3	GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)	3
Enflasyon (%) (2014)	1,3	Enflasyon (%) (2020)	2
Nüfus (Milyon) (2014)	50,4	Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)	51,7

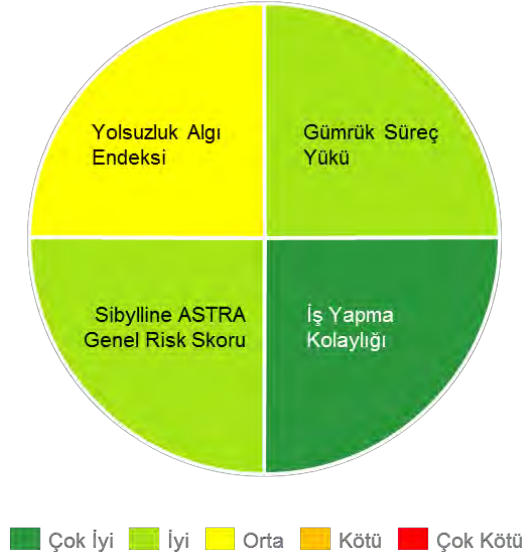
Kaynak: IMF, World Economic Outlook

Son 50 yıllık dönemde önemli bir büyüme ve kalkınma performansı gösteren Güney Kore, 2014 yılında 1,4 Trilyon \$ GSYİH'ye sahiptir. Aynı yıl %3,3 büyüyen ekonominin, gelecek dönemde de %3 seviyelerinde büyümesi ve GSYİH'nin 2020 yılında 1,7 Trilyon \$'ın üzerine çıkması beklenmektedir.

⁸⁵ T.C. Ekonomi Bakanlığı, Güney Kore

27.989 \$'lık kişi başı geliri olan ÷lkede, bu değerin ise 2020 yılında 33.817 \$'a y÷kseleceği öngör÷lmektedir. Yüksek oranda artan kişi başına düşen gelirin aksine enflasyon oranının düşük olması, ÷lkedeki reel gelir düzeyini de artıracaktır.

şekil 76: Risk Göstergeleri



Kaynak: EY Growing Beyond Borders

İş yapma kolaylığı açısından Asya kıtasında ikinci, dünyada ise dördüncü sırada olan Güney Kore, diğer göstergelerde de ortalamanın altında veya ortalama risk barındırmaktadır. Yolsuzluk algı endeksinde orta seviyesinde yer alan ÷lkede, kamu kurumlarında şeffaflık dünya ortalamasıdır. Genel risk skoru ve gümrük işlemlerinin verimliliğini ölçen göstergelerde ise, Güney Kore'nin risk değeri düşüktür. Bu analizler, firmaların ihracat süreçlerinde pazarda herhangi bir sorunla karşılaşma ihtimallerinin düşük olduğunu göstermektedir.

İlgili Sektörler:

Güney Kore inşaat sektöründe özellikle konut yapılarındaki talebin düşük olması sebebiyle, inşaat sektörü firmalarının nakit akışı konusunda problemlerle karşılaştıkları tespit edilmiştir. Bu durum, sektördeki yeni yatırım fırsatlarını azaltmaktadır. Bu sebeple, 2016 ve 2017 yıllarında sektörde duraksama olacağı öngörülmektedir. 2018 yılında düzenlenecek olan kış olimpiyatları ve eski yapıların fazlalığı nedeniyle yenileme sektöründeki büyüme beklentisi, Güney Kore inşaat sektöründeki fırsatlar arasında yer almaktadır.⁸⁶

Gelişmiş sanayi altyapısına sahip olan Güney Kore, makine üretiminde de Asya-Pasifik bölgesinde dördüncü sırada yer almaktadır. Tarım, maden ve inşaat makineleri sektöründe 1,1 Milyar \$'lık hacme sahip olan ülkenin, 2020 yılına dek %6 YBBO ile büyümesi beklenmektedir. Ham çelik üretim ve tüketim değerleri de sırasıyla 69 Milyon ve 56 Milyon tondur. Bu değerler, hedef ülkeler arasında en geniş hacimli demir-çelik sektörüne Güney Kore'nin sahip olduğunu göstermektedir.

Şekil 77: Güney Kore - İlgili Sektörler



Kaynak: BMI, Marketline, EY Analizi

Ekonomi içinde %2,5 payı olan Güney Kore tarım sektörünün gelecek beş yıllık dönemde toplamda 5 Milyar \$ büyümesi beklenmektedir. Büyümeye rağmen, tarım sektörünün ülke ekonomisi içindeki payının %2'ye gerileyeceği

⁸⁶ Business Monitor International, South Korea Infrastructure Report, 2016

öngörülmektedir. Sanayi ve hizmet sektörlerindeki odaklanmanın daha fazla olması, bu durumun başlıca sebebidir.

Dünyanın önemli otomotiv üreticilerinden olan Güney Kore, ağır yük taşıtlarında da öne çıkmaktadır. 273 Bin adet ağır yük taşıtı üreten ülkede 175 Bin adetlik satış yapılmıştır. Güney Kore'deki ağır yük taşıtı araç sayısı ise 3,4 Milyonun üzerindedir. Üretim ve tüketim değerinin gelecek dönemde yılda ortalama %2,5-%3 bandında artması beklenmektedir.

Yüksek hacimli Güney Kore makine sektörünün, gelecek dönemde de yüksek oranda büyümesinin beklenmesi, pazarda hidrolik sistemler ürünleri ithalatının artabileceğinin göstergesidir. Ülkede demir-çelik sektörü hacminin büyüklüğü de, bu durumu desteklemektedir. Diğer yandan, ağır yük taşıtları sektöründe yüksek üretim ve satış değerlerinin yanı sıra, araç park sayısının yüksek olması, dorse ürünü ihracatı için pazarı cazip hale getirmektedir. Araç üstü ekipman ürünleri için, uzun vadede inşaat sektöründeki yüksek oranlı büyüme beklentisi Güney Kore'nin potansiyelini artırırken, düşük oranda da olsa büyüyen tarım sektörünün ülkenin römork ithalatında artışa neden olması olasıdır.

2011-2015 İthalat Eğilim Analizi:

Güney Kore'nin 2015 yılında raporda analiz edilen ürünlerdeki ithalatı yaklaşık 2,5 Milyar \$'dır. 2011-2015 yılları arasında bu değer yılda ortalama %3,1 artmıştır. İlgili sektörlerde yaşanan büyüme, ithalat değerinin artmasındaki başlıca nedendir. Pazarda en etkin konumda olan ülkeler, Çin, Norveç, Japonya, ABD ve Almanya'dır. Bu ülkelerden yapılan ithalatın birbirine yakın değerde olması, Güney Kore'deki rekabet seviyesinin yüksek olduğunu göstermektedir. Çin ve Japonya'nın pazara yakınlıkları, ülkelere pazarda lojistik avantaj oluşturmaktadır. Çin, ayrıca, Güney Kore'nin en önemli ticari ortağıdır. Norveç, Almanya ve ABD'nin de Güney Kore'de etkin olmaları, yüksek katma değerli ürünlerin pazarda talebinin yüksek olduğunun göstergesidir. ABD'nin pazardaki konumunda Güney Kore ile 2012 yılında imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması KORUS⁸⁷ etkili olmuştur. 2012 yılında imzalanan serbest ticaret anlaşması dolayısıyla ileriki dönemde ABD ile yapılan ticaretin artması beklenmektedir.⁸⁸

Ülkenin en fazla ithal ettiği ürün hidrolik pompalardır ve bu ürünün 2011-2015 yılları arasındaki ithalatı da artma eğilimindedir. Römorklar ürün grubundaki ithalat hacmi 1 Milyon \$'ın altındayken, vinçler ve hidrolik güç motorları ithalatı ise azalma eğilimindedir. Diğer yandan, asansörler ve dorse ürünlerinde yapılan ithalat son dört yıllık dönemde artmaktadır. Bu artışın, büyüyen inşaat ve otomotiv sektörlerinden kaynaklanması yüksek olasıdır.

Tablo 4: Güney Kore İthalat Değerleri ve İthalat Büyümeleri

Dış Ticaret Verileri	İthalat (Milyon \$) (2015)	İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)	Türkiye'den İhracat (Milyon \$) (2015)	Türkiye'den İhracat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)
842619	172	%-17	-	-
842810	92,8	%105	-	-
871639	9,9	%164	0,1	-
8412	344,7	%-6	2	%851
8413	1878,8	%18	1	%122
871620	0,3	%340	-	-

Kaynak: Trademap

Türkiye Güney Kore pazarında üç alt sektörde faaliyet göstermektedir. Bu ürünler, hidrolik güç motorları, hidrolik pompalar ve dorsedir. Hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar ürünlerinde Türkiye'den yapılan ithalat 2011-

⁸⁷ ABD-Güney Kore arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması

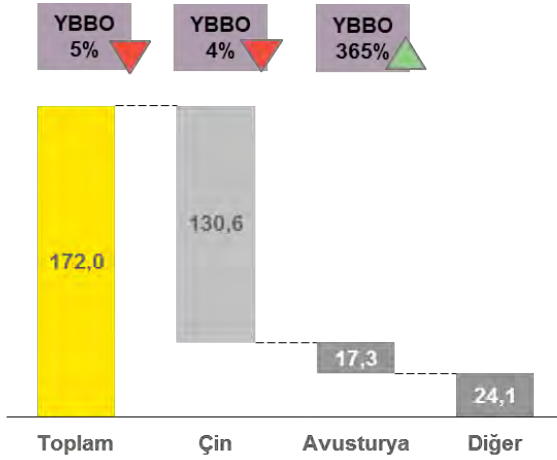
⁸⁸ United States of America Department of Commerce – International Trade Administration, 2016

2015 yılları arasında yüksek oranda artma eğiliminde olmakla beraber Türkiye'nin pazardaki payı oldukça düşüktür.

Vinçler:

172 Milyon \$ büyüklüğe sahip olan Güney Kore vinçler pazarında, en fazla ithalat Çin'den yapılmıştır. Çin, Güney Kore vinç talebinin dörtte üçünden fazlasını karşılamaktadır. Avusturya ise %10'luk pay ile pazarda dikkat çeken diğer bir oyuncudur. Güney Kore, Çin'den düşük fiyatlı ürün ithal ederken, Avusturya'dan orta fiyat segmentindeki ürünleri tedarik etmektedir. Türkiye ise, henüz pazara girmemiştir.

Şekil 78: Güney Kore'nin 2015 Yılı Vinçler (GTIP: 842619) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



Kaynak: Trademap

Vinçler ürün grubundaki talebi son yıllarda iç pazardaki üretimle karşılayan Güney Kore, ithalatını son dört yıllık periyotta yılda ortalama %5 azaltmıştır. Aynı dönemde Çin'den yapılan ithalat da pazara paralel olarak düşmüştür. Pazara, 2015 yılında giren Avusturya ise Güney Kore'de önemli bir pay elde etmiştir. Avusturya ve Güney Kore arasındaki ticaret hacminin yüksek olması ve Avusturyalı firmaların Güney Kore'de yaklaşık 1 Milyar \$'lık yatırımının bulunması⁸⁹, bu durumun gerçekleşmesinde önemli rol oynamıştır. Avusturya'nın pazardaki etkinliği, Güney Kore'de katma değerli ürünlerin rağbet görebileceğinin göstergesidir. Ayrıca, Güney Kore inşaat sektöründe

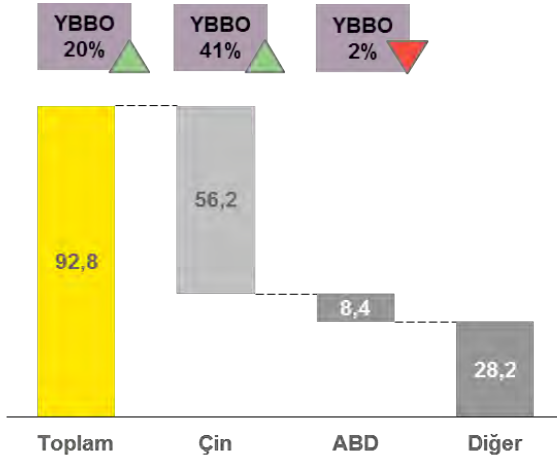
⁸⁹ Austria Federal Ministry of Science, Research and Economy, 2016

orta ve uzun vadede yüksek oranlı büyüme beklenmesi⁹⁰, pazardaki vinç ithalatının da artacağı görüşünü desteklemektedir.

Asansörler:

Güney Kore'nin 2015 yılında asansörler ürünündeki ithalat hacmi 92,8 Milyon \$'dır. Çin, pazarda %60,5 pay ile ilk sırada yer alırken, ABD %9,1 pay ile ikinci sıradadır. Çin'in pazardaki konumunda coğrafi yakınlığının yanı sıra fiyattaki rekabetçiliği de etkili olmuştur. Güney Kore, Çin ve ABD'den düşük fiyat segmentindeki ürünleri ithal etmektedir. Bu bağlamda pazardaki talebin ağırlıklı olarak düşük fiyat segmentindeki ürünlere yönelik olduğu anlaşılmaktadır. Pazarda Türkiye'den henüz ithalat gerçekleştirilmemektedir.

Şekil 79: Güney Kore'nin 2015 Yılı Asansörler (GTIP: 842810) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



Kaynak: Trademap

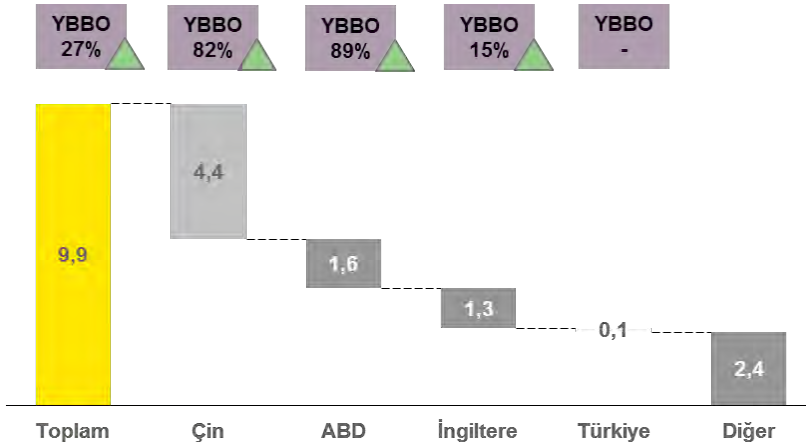
Son dört yıllık dönemde pazar yılda ortalama %20 büyümüş, buna paralel olarak Çin'in Güney Kore'ye ihracatı da yılda ortalama %41 artmıştır. Pazardaki payı artan Çin'in aksine, aynı dönem içerisinde ABD'den yapılan ithalatın ise yılda ortalama %2 azaldığı görülmüştür. Çin'in ABD'ye kıyasla fiyatta rekabetçi olması, pazardaki payının artmasındaki başlıca nedendir. İnşaat sektöründe beklenen büyümenin de gelecek dönemde Güney Kore'nin asansör ithalatını yükselteceği öngörülmektedir.

⁹⁰ Business Monitor International, South Korea Infrastructure Report, 2016

Dorse:

2015 yılı itibariyle Güney Kore dorse pazarı 9,9 Milyon \$'lık hacme ulaşmıştır. Pazarın lideri %45'lik pay ile Çin'dir. Çin'i, %16,2 ve %13,2 payları ile sırasıyla ABD ve İngiltere izlemektedir. İngiliz ürünlerinin pazardaki bilinirliğinin yüksek olması ve İngiliz firmaların Güney Kore otomotiv sektöründe faal olması, İngiltere'nin pazardaki etkinliğinin başlıca sebebidir.⁹¹ Çin'in pazar liderliğinde fiyat avantajının ve coğrafi konumunun etkili olduğu tespit edilmiştir. Çin ve İngiltere pazara düşük fiyatlı ürünler ihraç ederken, ABD ağırlıklı olarak pazara orta fiyat segmentindeki ürünleri tedarik etmektedir. Pazara 2014 yılında giren ve orta fiyat segmentinde ürün tedarik eden Türkiye ise, 100 Bin \$'lık ihracat değerine sahiptir.

Şekil 80: Güney Kore'nin 2015 Yılı Dorse (GTIP: 871639) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)⁹²



Kaynak: Trademap

Güney Kore dorse ithalatı geçtiğimiz son dört yılda ortalama %27 oranında büyüme göstermiştir. Pazardaki talebin yaklaşık üçte ikisini karşılayan ülkelerin de Güney Kore'ye ihracatları aynı dönemde artmıştır. Ancak, bu ülkelerden İngiltere'nin büyüme performansı pazarın altında kalırken, Çin ve ABD pazarın üzerinde büyümüştür. Bu nedenle, Çin ve ABD'nin pazardaki paylarını artırdığı, İngiltere'nin ise pazar payının düştüğü tespit edilmiştir. Güney Kore'ye aynı ürün segmentinde ürün ihraç eden Çin ve İngiltere'nin pazar paylarında farklılık görülmesi, Çin'in fiyatta rekabetçi olmasından kaynaklanmaktadır.

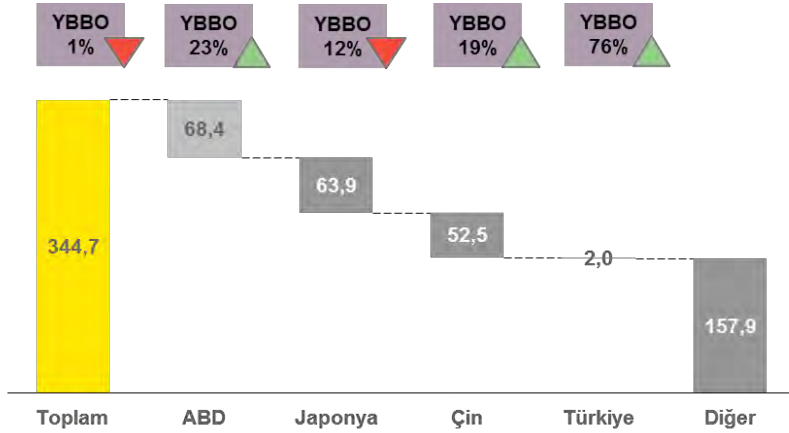
⁹¹ United Kingdom Department for International Trade, 2016

⁹² Pazara 2011 yılı sonrasında giren ülkelerin 2011-2015 arası YBBO değerleri "-" ile gösterilmiştir.

Hidrolik Güç Motorları:

Güney Kore hidrolik güç motorları pazarı 2015 yılı sonu itibariyle toplam 344,7 Milyon \$'lık hacme ulaşmıştır. Pazarda ABD %20, Japonya ise %18,5'lik payları ile öne çıkmaktadır. Çin ise %15'lik pay ile pazarda yer almaktadır. Ülkelerin paylarının birbirine yakın olması, pazardaki rekabet seviyesinin yüksek olduğunu göstermektedir. ABD, pazara yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç ederken Japonya orta, Çin ise düşük fiyatlı ürünler tedarik etmektedir. Pazara 2 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştiren Türkiye ise, Güney Kore'ye orta fiyat segmentinde ürün satmaktadır. Bu analizler, pazarda farklı segmentlerin talep edildiğinin göstergesidir.

Şekil 81: Güney Kore'nin 2015 Yılı Hidrolik Güç Motorları (GTIP: 8412) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



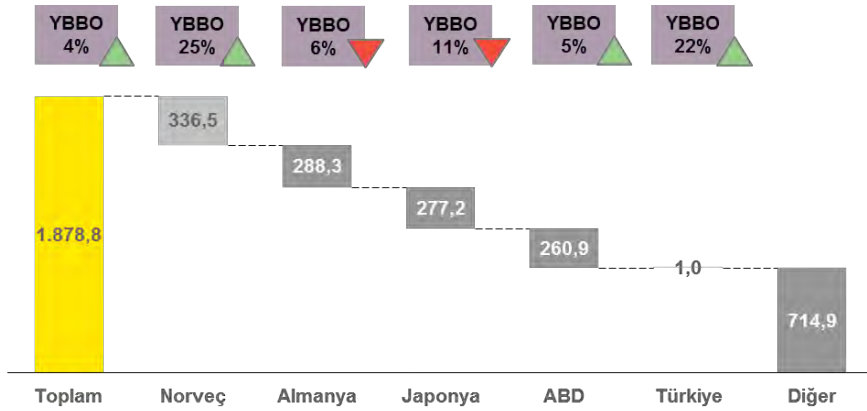
Kaynak: Trademap

Güney Kore hidrolik güç motorları pazarı 2011-2015 yılları arasında ithalat hacmini neredeyse korumuştur. Pazarda lider olan ABD'den ve Çin'den yapılan ithalat artarken, Japonya'dan gerçekleştirilen ithalat azalmıştır. Bu durum, Japonya'nın pazar payının azalmasına, ABD ve Çin'in ise pazarda büyümesine neden olmuştur. Türkiye ise, pazara yeni girmesinin de etkisiyle Güney Kore'ye ihracatını yüksek oranda artırmıştır.

Hidrolik Pompalar:

Güney Kore hidrolik pompalar pazarı 2011-2015 arasında yılda ortalama %4 büyümeye göstererek yaklaşık 1,9 Milyar \$'lık hacme ulaşmıştır. Pazarda en etkin ülkeler Norveç, Almanya, Japonya ve ABD'dir. Bu ülkelerin pazardaki payları birbirine yakındır. Ek olarak, Norveç, Almanya ve ABD'nin Güney Kore'ye aynı segmentte (yüksek fiyat segmenti) ürün ihraç etmeleri, ülkeler arasındaki rekabet seviyesinin yüksek olduğunu göstermektedir. Japonya ise pazara yakınlığıyla fiyatta rekabetçi olup pazara düşük fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Güney Kore'ye orta fiyat segmentinde ürün tedarik eden Türkiye'nin ihracatı ise, 1 Milyon \$ seviyelerindedir.

Şekil 82: Güney Kore'nin 2015 Yılı Hidrolik Pompalar (GTIP: 8413) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



Kaynak: Trademap

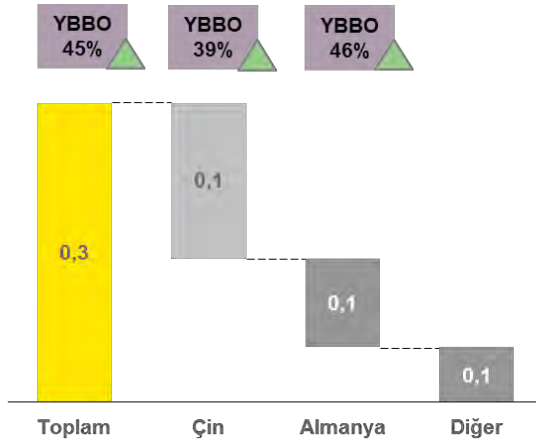
Hidrolik pompalar makine ve demir-çelik sektörleri için girdi niteliği taşımaktadır. İki sektörün de geniş hacimli ve büyüme eğiliminde olması⁹³, Güney Kore'nin ithalat değerine olumlu yansımıştır. Son dört yıllık dönemde yılda ortalama %4 büyüyen ithalat değerinin, gelecek dönemde de artması yüksek olasıdır. Pazarda Norveç'ten yapılan ithalatın yüksek oranda artması ve Norveç'in pazar payının büyümesi dikkat çekmektedir. Almanya ve Japonya'nın ise pazardaki payları incelenen dönemde düşmüştür. Sonuç olarak, Güney Kore'deki rekabet düzeyinin yüksek olduğu ve ülkede genellikle yüksek fiyat segmentindeki ürünlerin ithal edildiği tespit edilmiştir.

⁹³ Business Monitor International, Marketline

Römork:

2015 yılında 300 Bin \$'lık römork ithal eden Güney Kore, ithalatını ağırlıklı olarak Çin ve Almanya'dan karşılamaktadır. Bu ülkelerden, Çin'in pazara yakınlığıyla sahip olduğu lojistik avantaj dikkat çekmektedir. Çin, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç ederken Almanya'dan orta fiyat segmentinde ürün ithal edilmektedir. Türkiye ise, Güney Kore römorklar pazarına henüz giriş yapmamıştır.

Şekil 83: Güney Kore'nin 2015 Yılı Römorklar (GTIP: 871620) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



Kaynak: Trademap

Tarım sektörünün ekonomi içindeki payının düşük olduğu ülkede, römorklar ithalatının da paralel olarak düşük hacme sahip olduğu tespit edilmiştir. İç pazarda yapılan üretimin de ithalatın düşük olmasında önemli rolü bulunmaktadır. Öte yandan, yapılan ithalat artma eğiliminde olmasına rağmen, düşük hacimli pazarda ithalat potansiyelinin diğer hedef ülkelere kıyasla düşük olduğu gözlemlenmiştir.

Satış Dağıtım Kanalları:

Güney Kore satış ve dağıtım kanalları, ürünlerin segmentine göre oldukça farklılık göstermektedir. Ülkedeki endüstriyel ürünler, araç üstü ekipmanlar da dahil olmak üzere, diğer ülkelere benzer şekilde genellikle distribütörler ya da toptancı firmalar tarafından satılmakta ve dağıtılmaktadır. Diğer bir satış ve dağıtım kanalı ise toptancı firmalardır. Bu firmalar ithalat-ihracat toptancıları ve diğer toptancılar olarak ikiye ayrılmaktadır.

Ülkeye ihracat yapmak isteyen firmalar genellikle acenteleri kullanmakta, yukarıda bahsi geçen satış ve dağıtım kanallarına acenteler aracılığı ile ulaşabilmektedir. Acentelerin kullanılmasının avantajı ülkede yaşanabilecek dil sorununu ve kanuni uyumsuzlukların çözümü konusunda kolaylıklar sunmasıdır⁹⁴.

Herhangi bir ürünün Güney Kore pazarına girebilmesi için alıcının Güney Kore'de kayıtlı resmi bir firma olması gerekmektedir. Yabancı malların ithalatını ve dağıtımını yapan şirketlerin birleşerek oluşturduğu AFTAK (Association of Foreign Trading Agents of Korea) güvenilir bir dağıtıcı ya da alıcı bulmak için kullanılabilir. Alıcıların belli işlemleri yapabilmeleri için AFTAK'a üye olmaları zorunluluğu 2000 yılından itibaren kaldırılarak isteğe bağlı hale getirilmiştir.⁹⁵

⁹⁴ Sud de France Développement – South Korea: Selling

⁹⁵ T.C. Ekonomi Bakanlığı - Güney Kore Ülke Raporu

Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
▶ Asya kıtasının nüfus yoğunluğu ve gelişmişlik bakımından önde gelen ülkelerinden biri olarak yüksek refah seviyesi ve yaşam standartlarına sahip olması ▶ Sanayi odaklı bir ekonomik yapının bulunması ve bu alanda AR-GE ve inovasyona yönelik yüksek yatırımların yapılması ▶ Rapor kapsamında analiz edilen ürünlerin girdi olarak kullanıldığı makine ve otomotiv gibi sektörlerde dünyanın önde gelen üreticilerinden olması ▶ %3 seviyelerindeki ekonomik büyümeyle beraber GSYİH ve kişi başına düşen GSYİH'nin yüksek oranda artmasının beklenmesi ▶ İş yapma kolaylığı endeksinde dünyada dördüncü sırada yer alması, diğer risk göstergelerinde iyi durumda olması ▶ Yüksek hacimli makine sektörünün gelecek dönemde yılda ortalama %6 seviyesinde büyümesiyle hidrolik sistemler ithalatının artmasının beklenmesi ▶ Ağır yük taşıtlarında yüksek üretim, satış ve araç park sayısı değerleri sebebiyle pazarın dorse ithalatı için yüksek potansiyel barındırması ▶ İnşaat sektöründe uzun vadede beklenen büyümenin vinçler ve asansörler ithalatını artıracığının öngörülmesi ▶ Hacimsel olarak büyüyen tarım sektörünün römork ithalatını artırma olasılığı ve asansörler ve dorse pazarlarında düşük fiyat segmentindeki ürün talebinin artması ▶ Rapor kapsamında analiz edilen ürünlerde Güney Kore'nin ithalatının 2,5 Milyar \$ seviyelerinde olması ve bu değer 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3'ün üzerinde büyümesi ▶ Japonya'nın pazardaki etkinliğinin azalması	
Tehditler	
▶ Çin ve Japonya'ya yakınlığı sebebiyle bu ülkelerle gelişmiş siyasi ve ticari ilişkilere sahip olması ▶ Ülkenin, kömür, petrol ve doğal gaz gibi sanayi girdilerinde dışa bağımlı olmasının, sanayi üretim maliyetleri üzerinde oluşturduğu risk ▶ Pazardaki rekabet düzeyinin yüksek olması ▶ 2012 yılında ABD ile Serbest Ticaret Anlaşması imzalanması ▶ Vinçler ve hidrolik güç motorları pazarlarının daralması ▶ Çin'in pazarda yüksek oranda büyümesi ve ABD'nin hidrolik pompalar, hidrolik güç motorları ve dorse ürünlerinde pazardaki payını artırması ▶ Yüksek hacimli hidrolik pompalar pazarında Norveç'in yüksek oranda büyümesi ve lider olması	

4.2.5 Suudi Arabistan

Genel Ekonomik ve Sosyo-Politik Durumu:

Arap Yarımadası'nın en büyük ülkesi olan Suudi Arabistan, dünyanın en fazla petrol rezervine sahip olan ülkelerinden biridir. Yönetim şekli mutlak monarşi olan Suudi Arabistan'daki en büyük şehirler, Riyad ve Cidde'dir. Suudi Arabistan'ın demografik verilerine bakıldığında; 2014 yılında nüfusunun 30,7 milyon olduğu görülmektedir. Doğum oranının binde 19 olduğu ülkede, nüfusun 2020 yılında 34,6 milyon olacağı öngörülmektedir.

Suudi Arabistan ekonomisi, enerji fiyatlarındaki iniş çıkışlardan doğrudan etkilenmektedir. Bu sebeple, ülkedeki gelir seviyesi enerji fiyatlarındaki düşüş olasılığı sebebiyle risk taşımaktadır. Petrol, yabancı emek ve yatırım bağımlılığını azaltmayı hedefleyen Suudi Arabistan'da, yerli sanayinin gelişmesi için devlet tarafından teşvik programları uygulanmaktadır.⁹⁶

Tablo 1: Makroekonomik Göstergeler

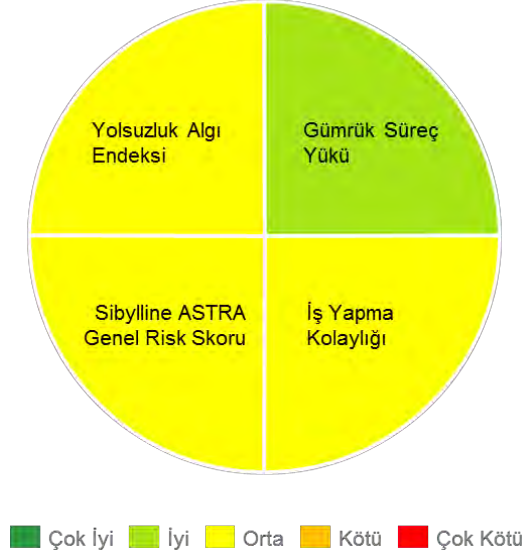
GSYİH (Milyar \$) (2014)	754	GSYİH (Milyar \$) (2020)	778
Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)	24.499	Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)	22.459
GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)	3,6	GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)	2,1
Enflasyon (%) (2014)	2,7	Enflasyon (%) (2020)	2
Nüfus (Milyon) (2014)	30,7	Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)	34,6

Kaynak: IMF, World Economic Outlook

Gelişmekte olan ekonomiler arasında hacimsel olarak üst sıralarda yer alan Suudi Arabistan ekonomisi, 2014 yılında %3,6 büyümüştür. Petrol fiyatlarındaki düşüşün de etkisiyle büyüme hızının 2020 yılında %2 seviyesine gerilemesi beklenen ekonomide, nüfusun yüksek hızla artması kişi başına düşen geliri düşürecektir. Ancak, bu durum sanayi alanındaki gelişim için uygulanan teşvikler nedeniyle, rapor kapsamında analiz edilen ürünlerin ithalatını olumsuz yönde etkilemeyeceği tahmin edilmektedir.

⁹⁶ TC Ekonomi Bakanlığı Ülke Masaları, Business Monitor International, Saudi Arabia Country Risk Report

Şekil 84: Risk Göstergeleri



Kaynak: EY Growing Beyond Borders

Gümrük süreçlerinin verimli işlediği Suudi Arabistan'ın gümrük işlemleri dünya ortalamasının üzerinde bir hızda yapılmaktadır. Bu göstergede Suudi Arabistan iyi seviyesinde bulunmaktadır. Ticari işlemler, ticari haklar vb. konuların baz alındığı yolsuzluk algı endeksi ve genel risk skorunda Suudi Arabistan, orta seviyede risk barındırırken iş yapma kolaylığı endeksinde ise 189 ülke arasında 82. sırada konumlanmıştır. Dolayısıyla, ülkelerde yasal düzenlemelerin iş yapma süreçlerini hangi seviyede kolaylaştırdığını ölçen endeks skoru açısından Suudi Arabistan orta seviyede bir tabloya sahiptir.

İlgili Sektörler:

Suudi Arabistan hükümeti son dönemlerde bütçe harcamalarını kısmasıyla beraber, inşaat sektöründeki yatırımlarını da azaltmıştır. Bu nedenle, kısa vadede inşaat sektöründe duraksama olması beklenmektedir. Ancak, ülkedeki önemli projelerden Riyad Metrosu ve Sadara Sanayi Kompleksi inşasına devam edilmektedir. *Vizyon 2030*⁹⁷ doğrultusunda yapılması planlanan projeler için atılacak adımların, sektörde orta ve uzun vadede büyüme yaratacağı öngörülmektedir. Ayrıca, özel sektördeki girişimlerin artmasının dışında, yabancı yatırımcılar için de pazarda fırsatlar oluşmaktadır. Bu gelişmeler, gelecek dönemde Suudi Arabistan inşaat sektörü hacminin büyümesine katkı sağlayacaktır.⁹⁸

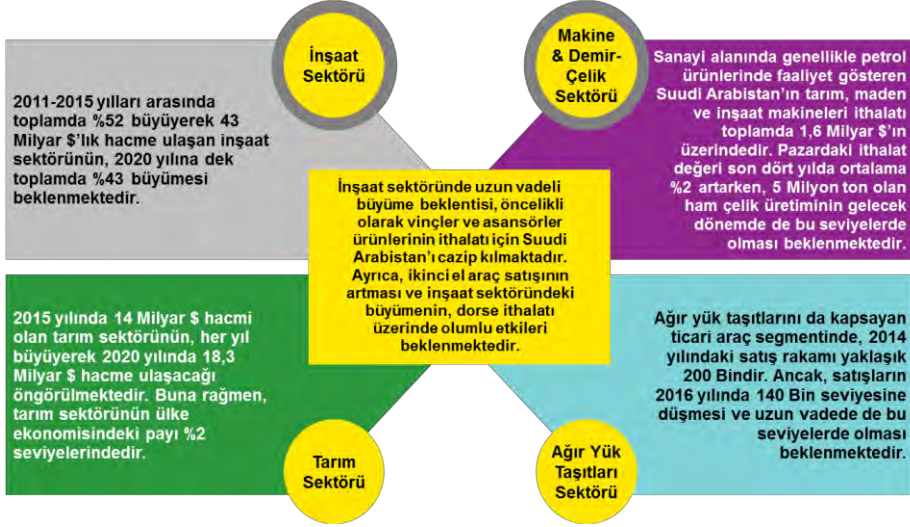
Petrol ihracatına bağımlılığı azaltmak için alternatif sektörlerle yatırımların yapıldığı Suudi Arabistan'da, ağır sanayi alanında devletin hakimiyeti göze çarpmaktadır. Sanayide öncelikli alanlar petrokimyasallar, kimyasallar ve plastik gibi petrolün girdi olarak kullanıldığı sektörlerdir. Tarım makineleri, maden makineleri ve inşaat makineleri alanlarında ise ülkede iç talebi karşılayacak üretim yapılmamaktadır. Bu sebeple, makine sektöründe ağırlıklı olarak ithalata bağımlı olan Suudi Arabistan, 2015 yılında 1,6 Milyar \$'ın üzerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Uzun vadede inşaat sektöründeki büyümenin makine kullanımına ve ithalatına da olumlu yansıtacağı öngörülmektedir.⁹⁹

⁹⁷ Vizyon 2030, 2016 yılında Suudi Arabistan hükümeti tarafından onaylanan, ekonomik ve sosyal açıdan bazı hedeflerin belirlendiği yol haritasıdır. Vizyon 2030 doğrultusunda, özelleştirmeler, kadınların iş gücüne teşviki, petrol rezervlerinin bir kısmının satılması, petrol bağımlılığının azaltılması gibi hedefler belirlenmiştir.

⁹⁸ Business Monitor International, Saudi Arabia Infrastructure Report, 2016

⁹⁹ T.C. Ekonomi Bakanlığı

Şekil 85: Suudi Arabistan - İlgili Sektörler



Kaynak: Business Monitor International, Trademap, EY Analizi

Suudi Arabistan ekonomisinde tarım sektörünün payı %2 seviyelerindedir. Ülkedeki tarımsal alanların ve tarım sektörüne yapılan yatırımların az olması, bu durumun başlıca sebeplerindendir. Ayrıca, ülkedeki sulama imkânları da kısıtlı olup, tarımdaki verimsizlikte önemli rol oynamaktadır. Buna rağmen, 2015 yılında 14 Milyar \$ hacme sahip olan sektörde, bu değer 2020 yılında 18,3 Milyar \$ seviyesine yükselmesi beklenmektedir.

Suudi Arabistan ağır yük taşıtları sektörünün, kısa vadede ilgili sektörlerde görülmesi beklenen daralmadan olumsuz etkilenmesi beklenmektedir. Özellikle son dönemde Suudi Arabistan hükümetinin inşaat alanındaki harcamalarını kısması, ağır yük taşıtları sektöründeki satış rakamlarını da düşürmüştür. Buna karşın, Suudi Arabistan ikinci el araç marketinin hızla büyümesi ve ikinci el araçların ithal edilebilmesi, ülkedeki araç parkı sayısını artırmaktadır. Ek olarak, *Isuzu* firmasının Suudi Arabistan'da ticari araçlar için üretim tesisi kurmayı planlaması da Suudi Arabistan ticari araçlar sektörünü büyütecektir.¹⁰⁰

İnşaat sektöründe uzun vadedeki büyüme beklentisi, vinç ve asansör ithalatı için potansiyel yaratmaktadır. Ayrıca, ağır yük taşıtları satışında düşüş beklenmesine rağmen ikinci el araç satışının artması ve inşaat sektöründeki büyümenin, dorse ithalatı üzerinde olumlu etkileri beklenmektedir. Makine sektörünün olgunlaşmadığı ve çok fazla üretimin yapılmadığı pazarda, yüksek

¹⁰⁰ Business Monitor International, Saudi Arabia Autos Report, 2016

hacimli ithalat doğrultusunda satış sonrası hizmet için hidrolik sistemler ürünlerinin de ithal edilmesi olasıdır. Tarım sektörünün ekonomi içindeki payı azalmasına rağmen büyüme eğiliminde olması, römork ithalatı için pazarı cazip hale getirmektedir.

2011-2015 İthalat Eğilim Analizi:

Rapor kapsamında analiz edilen ürünlerde 2015 yılında 1,9 Milyar \$'ın üzerinde ithalat yapan Suudi Arabistan, bu değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %6,3 artırmıştır. Özellikle inşaat sektöründeki yüksek oranlı büyüme, bu değerin artmasında önemli rol oynamıştır. ABD, Almanya, İtalya ve Çin, pazarda en etkin ülkeler olarak öne çıkmaktadır.

Tüm ürünlerde Suudi Arabistan'ın küresel ithalatının arttığı tespit edilmiştir. Ülkenin en fazla ithal ettiği ürün 1,4 Milyar \$'ın üzerindeki değerle hidrolik pompalardır. Bu ürünün ithalatı son dört yılda toplam %19 büyümüştür. Ek olarak, hidrolik güç motorlarının ithalatı son dört yılda yaklaşık iki katına çıkmıştır. İthalat değeri en düşük olan ürün grubu ise römorklardır.

Tablo 5: Suudi Arabistan İthalat Değerleri ve İthalat Büyümeleri

Dış Ticaret Verileri	İthalat (Milyon \$) (2015)	İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)	Türkiye'den İhracat (Milyon \$) (2015)	Türkiye'den İhracat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)
842619	66,3	%66	0,5	%-40
842810	190	%36	1,1	%37
871639	98	%67	8,2	%359
8412	151,2	%93	5,2	%38
8413	1.408	%19	11,6	%129
871620	5,4	%41	0,1	-

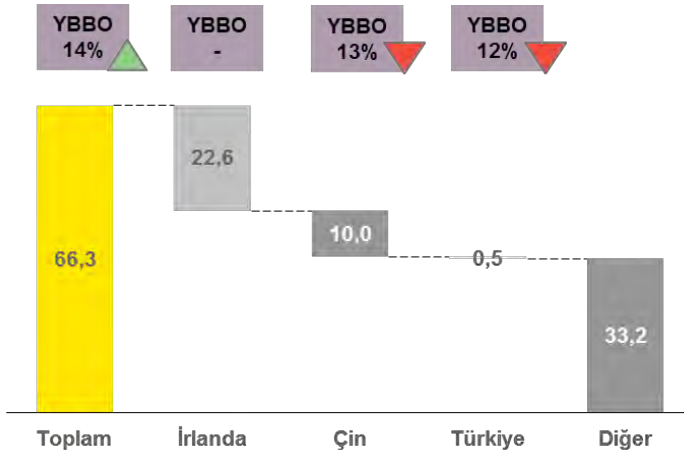
Kaynak: Trademap

Suudi Arabistan'ın Türkiye'den yaptığı ithalat incelendiğinde, vinçler ve römorklar haricinde tüm ürünlerde yapılan ithalatın artma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Vinçler ürün grubundaki ithalat azalırken, römorklar ürün grubunda Türkiye pazara yeni girmiştir. Türkiye'den en fazla ithal edilen ürün hidrolik pompalar olup, Türkiye'nin pazardaki payının en yüksek olduğu ürün ise dorsedir.

Vinçler:

Hacmi 66,3 Milyon \$ olan Suudi Arabistan vinçler pazarında en çok öne çıkan oyuncu İrlanda'dır. İrlanda, toplam ithalatın üçte birinden fazlasını karşılamaktadır. Suudi Arabistan'ın en önemli ticari partnerlerinden olan Çin de %15'lik payla pazarda etkin konumdadır. Pazardaki ithalat, ürün segmentleri açısından değerlendirildiğinde, İrlanda, pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç ederken Çin, pazara düşük fiyat segmentinde ürün tedariki sağlamaktadır. Suudi Arabistan'ın bu ürün grubunda Türkiye'den yaptığı ithalat 500 Bin \$ seviyelerinde olup, ağırlıklı olarak düşük fiyat segmentindeki ürünler üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu sebeple, Türkiye'nin pazardaki en önemli rakibinin Çin olduğu tespit edilmiştir.

Şekil 86: Suudi Arabistan'ın 2015 Yılı Vinçler (GTIP: 842619) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)¹⁰¹



Kaynak: Trademap

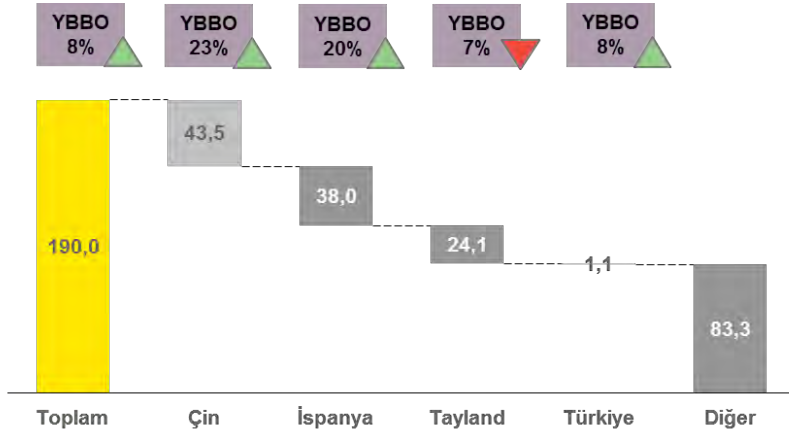
2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %14 büyüyen pazara, 2013 yılında giren İrlanda'nın yüksek paya sahip olması dikkat çekmektedir. Diğer yandan, Suudi Arabistan'da uzun yıllardır var olan Çin ve Türkiye'nin ihracatı azalma eğilimindedir. Bu durum, iki ülkenin de pazardaki payının azaldığını göstermektedir. Yapılan analizlerle, Suudi Arabistan vinçler pazarında yüksek fiyatlı ürün talebinin arttığı, düşük fiyatlı ürün talebinin azaldığı tespit edilmiştir.

¹⁰¹ Pazarda 2011 yılı sonrasında giren ülkelerin 2011-2015 arası YBBO değerleri "-" ile gösterilmiştir.

Asansörler:

Suudi Arabistan'ın asansörler ürün grubundaki ithalatı 2015 yılında 190 Milyon \$ değerindedir. Çin %23'lük payla lider konumda iken İspanya ve Tayland da pazarda önemli paya sahip olan diğer ülkelerdir. Çin, pazara düşük fiyatlı ürünleri ihraç ederken İspanya ve Tayland, Suudi Arabistan'ın orta fiyat segmentindeki ürün talebinin önemli bir kısmını karşılamaktadır. Pazara Çin gibi düşük fiyatlı ürün ihraç eden Türkiye ise Suudi Arabistan'a 1,1 Milyon \$ değerinde asansör satışı yapmıştır.

Şekil 87: Suudi Arabistan'ın 2015 Yılı Asansörler (GTIP: 842810) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



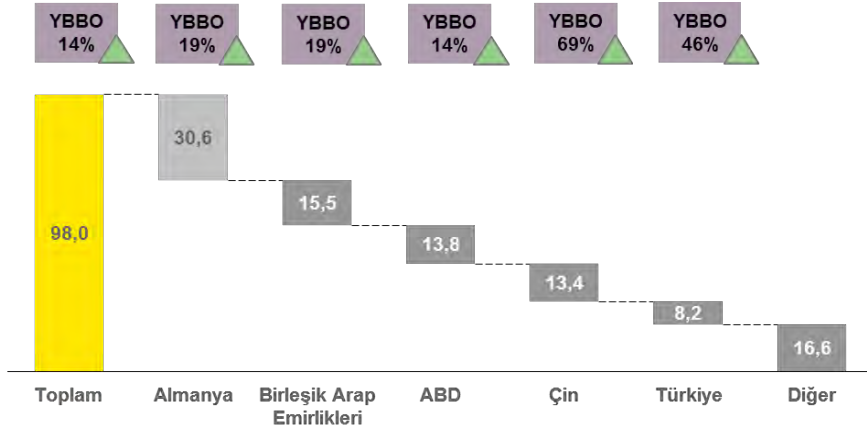
Kaynak: Trademap

Son dört yıllık dönemde yılda ortalama %8 büyüyen Suudi Arabistan pazarında, inşaat sektöründeki büyüme ithalattaki artışın en önemli nedenlerindendir. Pazarda etkin olan ülkelere Çin ve İspanya'nın ihracatı pazarın üzerinde büyümüştür. Bu durum, iki ülkenin de pazardaki paylarının arttığını göstermektedir. Diğer yandan, aynı dönemde Tayland'dan yapılan ithalat azalmış olup, ülkenin pazardaki payında gerileme olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'den yapılan ithalatın pazara paralel büyüdüğü Suudi Arabistan'da, orta ve düşük fiyat segmentindeki ürünlerin talebi genel olarak korunmuştur.

Dorse:

Yaklaşık 100 Milyon \$ hacimli Suudi Arabistan dorse pazarı, 2011-2015 yılları arasında yüksek oranda büyüme eğilimindedir. Almanya'nın 30 Milyon \$'ın üzerindeki ihracatla lider olduğu pazarda, BAE, ABD ve Çin öne çıkan diğer ihracatçılardır. Bu üç ülkenin pazardaki paylarının birbirine oldukça yakın olması, rekabet seviyesinin yüksek olduğunu göstermektedir. Çin pazarda düşük fiyat segmentindeki ürünlerin ihracatına yoğunlaşmıştır. Pazarda %8'in üzerinde payı olan Türkiye de pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Bu nedenle, Türkiye'nin pazardaki en önemli rakibinin Çin olduğu tespit edilmiştir. Almanya ve BAE, Suudi Arabistan'a orta fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, ABD pazara yüksek fiyat segmentinde ürün tedarik etmektedir.

Şekil 88: Suudi Arabistan'ın 2015 Yılı Dorse (GTIP: 871639) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



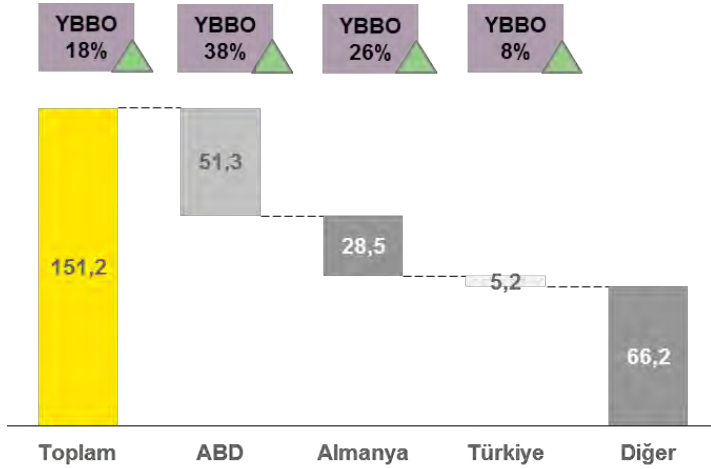
Kaynak: Trademap

ABD haricinde analiz edilen ülkelerin tümü, pazarın üzerinde büyümüş ve pazardaki paylarını artırmıştır. Özellikle, Çin ve Türkiye'den yapılan ithalatın çok yüksek oranlarda artması, pazarda düşük fiyat segmentindeki ürün talebinin de yüksek oranda arttığının göstergesidir. Bu durum, pazarda Türkiye için de fırsat yaratmaktadır. Diğer yandan, ABD ise pazardaki payını korumuştur.

Hidrolik Güç Motorları:

Pazar hacmi 150 Milyon \$'ın üzerinde olan Suudi Arabistan hidrolik güç motorları ürün grubunda, ABD ve Almanya en etkin ülkeler konumundadır. İki ülke pazardaki talebin yarısından fazlasını karşılamaktadır. Bu ülkelerin pazara yüksek katma değer ve yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç etmesi, aralarındaki rekabet düzeyinin de yüksek olduğunu göstermektedir. Pazardaki payı %5'in altında olan Türkiye ise, Suudi Arabistan'a düşük fiyatlı ürün tedarik etmektedir.

Şekil 89: Suudi Arabistan'ın 2015 Yılı Hidrolik Güç Motorları (GTIP: 8412) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



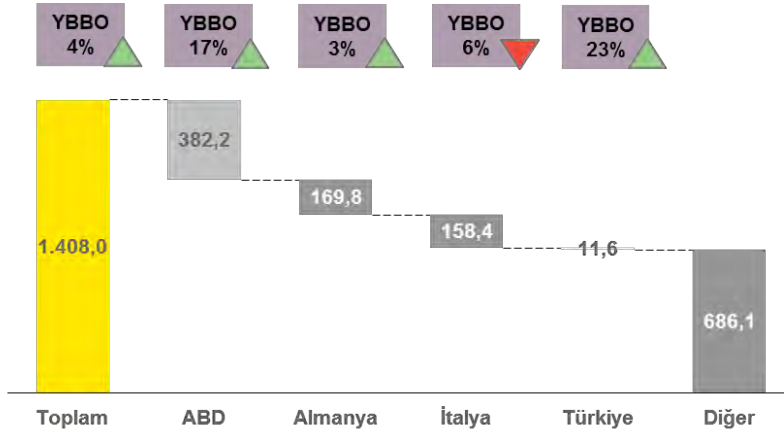
Kaynak: Trademap

2011-2015 arasında yılda ortalama %18 büyüyen pazarda, ABD ve Almanya'dan yapılan ithalat yüksek oranlarda artmış olup, iki ülkenin de pazardaki paylarında büyüme olmuştur. Diğer yandan, Türkiye'nin pazardaki payı azalmıştır. Yapılan analizler sonucunda, Suudi Arabistan hidrolik güç motorları pazarındaki talebin yüksek fiyatlı ve yüksek katma değerli ürünlere kaydığı tespit edilmiştir.

Hidrolik Pompalar:

Suudi Arabistan'ın analiz edilen alt sektörlerde en fazla ithal ettiği ürün grubu olan hidrolik pompalarda, 2015 yılı toplam ithalatı 1,4 Milyar \$ değerindedir. Pazarda %27'lik paya sahip olan ABD lider konumdadır. Almanya ve İtalya pazarda önemli paya sahip olan diğer ülkelerdir. Bu üç ülke pazardaki talebin toplamda yarısını karşılamaktadır. ABD ve Almanya, hidrolik güç motorlarında olduğu gibi pazara yüksek fiyat ve yüksek katma değerli ürün ihraç etmektedir. İtalya ise, pazarın orta fiyat segmentindeki ürün talebinin önemli bir kısmını karşılamaktadır. Diğer yandan, pazardaki payı %1'in altında olan Türkiye, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir.

Şekil 90: Suudi Arabistan'ın 2015 Yılı Hidrolik Pompalar (GTIP: 8413) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



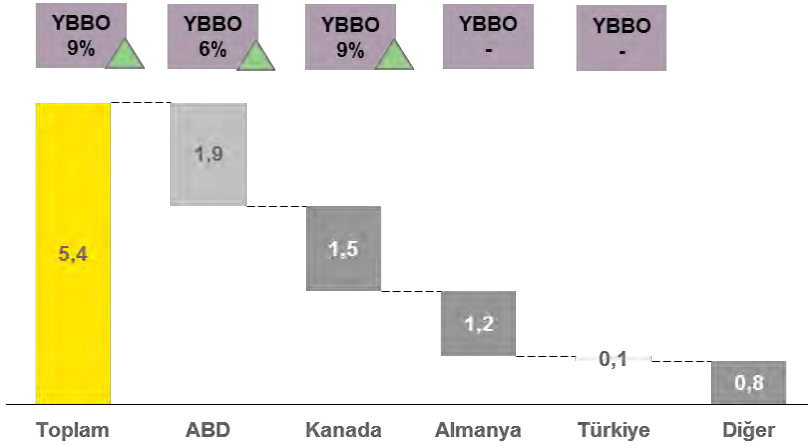
Kaynak: Trademap

Satış sonrası servis sektörünün geliştiği ve ithal ettiği ürünlerin bir kısmını reeksport yoluyla ihraç eden Suudi Arabistan, hidrolik pompalar ithalatını artırmaktadır. 2011-2015 yılları arasında pazar yılda ortalama %4 oranında büyümüştür. ABD'den yapılan ithalat pazarın üzerinde büyümüş olup, ülkenin pazardaki payı artmıştır. Almanya pazar payını korurken, İtalya'nın payında gerileme tespit edilmiştir. Bu durum, pazarda orta fiyat segmentindeki ürün talebinin azaldığının göstergesidir. Türkiye'den yapılan ithalat ise artma eğiliminde olmasına rağmen, Türkiye'nin pazardaki payında önemli bir değişiklik tespit edilmemiştir. Sonuç olarak, Suudi Arabistan'ın hidrolik güç motorlarında olduğu gibi yüksek fiyat ve yüksek katma değerli ürünlerin ithalatına yoğunlaştığı analiz edilmiştir.

Römorklar:

Tarım sektörünün ekonomi içindeki payının düşük olması nedeniyle römorklar pazar hacmi diğer ürün gruplarına kıyasla daha düşüktür. 5,4 Milyon \$ hacmindeki Suudi Arabistan pazarında ABD, Kanada ve Almanya en fazla öne çıkan ülkelerdir. ABD ve Kanada'dan yüksek fiyatlı ürün ithal edilirken, Almanya'dan yapılan ithalat orta fiyat segmentindeki ürünlere yoğunlaşmıştır. Pazara yeni giren ve düşük fiyatlı ürün ihraç eden Türkiye'den ise, 100 Bin \$'lık ithalat yapılmıştır.

Şekil 91: Suudi Arabistan'ın 2015 Yılı Römorklar (GTIP: 871620) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)



Kaynak: Trademap

Büyüme eğiliminde olan tarım sektörünün de etkisiyle, Suudi Arabistan'ın römork ithalatı artma eğilimindedir. ABD'den yapılan ithalat artışının, pazar büyümesinin altında kalması nedeniyle ABD'nin pazardaki payı azalmıştır. Kanada ise Suudi Arabistan'daki payını korumuştur. Öte yandan, Almanya pazara yeni girmesine rağmen oldukça faal bir yapıya sahiptir. Yapılan analizler sonucunda, pazarda orta fiyat segmentindeki ürünlerin de talep edildiği tespit edilmiştir.

Satış Dağıtım Kanalları:

Suudi Arabistan'da satış ve dağıtım kanalı olarak acente ve distribütör ile çalışılmaktadır. Acente ve distribütörlerle ilişkiler Ticaret ve Sanayi Bakanlığı tarafından sağlanmaktadır. Bununla birlikte, ilgili ürün gruplarının ülkede satışı için, yerli bir ortak ile çalışılmasında fayda görülmektedir. Bu durum hukuki zorunluluğun yanı sıra ülkedeki ticari ilişkilerin kültüründen de kaynaklanmaktadır. İnşaat ürünlerinde hükümet kurumları çok önemi bir yer

tutmaktadır.¹⁰² Ülkede her türlü ürün için acentelik ve distribütörlük yapabilecek firma bulunabilmekte, bu firmalar ihracatçılara yerel pazarda satış için gerekli maliyetler konusunda bilgilendirme yapabilmektedir¹⁰³.

¹⁰² U.S. Department of Commerce, The International Trade Administration – 2016 ITA Building Products and Sustainable Construction Top Markets Report

¹⁰³ The Saudi Network, Member of Saudi Arabia Trade and Business Directory - Saudi Arabia - Marketing and Sales Strategy, http://www.the-saudi.net/business-center/marketing_and_sales_strategy.htm

Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
▶ Nüfusun yüksek oranda büyümesi ve 2020 yılına dek 4 Milyon artmasının beklenmesiyle toplam talep ve tüketimin artacağına öngörülmesi ▶ Petrol ihracatı, yabancı yatırım ve yabancı emek bağımlılığın azaltılması için hükümet tarafından yerli sanayinin gelişimi için teşvik programları uygulanmasıyla ülke sanayisindeki büyüme beklentisi ▶ Dünya ortalamasında ya da ortalamanın altında risk değerlerine sahip olması ▶ 2020 yılına dek toplamda %43 büyümesi beklenen inşaat sektörü sayesinde vinçler ve asansörler ithalatının artacağına öngörülmesi ▶ Artan makine ithalatıyla büyüyen satış sonrası servis sektörünün hidrolik sistemler ürünleri ihtiyacı ▶ Artan ikinci el araç satışları ve büyüyen inşaat sektörüyle beraber dorse ithalatındaki artış beklentisi ▶ Rapor kapsamında analiz edilen ürünlerde Suudi Arabistan'ın ithalatının 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %6,3 artarak 1,9 Milyar \$ seviyesine yükselmesi ▶ İtalya'nın pazardaki etkinliğinin azalması	
Tehditler	
▶ Ekonominin petrol fiyatlarındaki dalgalanmalardan kolayca etkilenebilmesi ▶ Ekonomik büyüme hızının düşmesinin beklenmesi ▶ Suudi Arabistan'da Türkiye'nin en önemli rakiplerinden olan Çin, ABD ve Almanya'nın pazardaki payının artması ▶ Vinçler, hidrolik güç motorları ve hidrolik pompalar alt sektörlerinde yüksek fiyat ve yüksek katma değerli ürün talebinin artması ▶ Asansörler, dorse ve hidrolik pompalar pazarındaki rekabet seviyesinin yüksek olması	

4.3 Hedef Pazarlarda Gümrük Vergileri, Ticari Anlaşmalar, Standartlar ve Regülasyonlar

Gümrük Vergileri

Hedef ülkelerin vinçler, asansörler, dorse, hidrolik güç motorları, hidrolik pompalar ve römork araç üstü ekipman sektörlerinde ihracatçı ülkelere uyguladıkları gümrük vergi oranları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.¹⁰⁴

Cezayir'in, Avrupa Birliği ile imzaladığı Ortaklık ve İşbirliği Anlaşması kapsamında AB üyesi ülkeler vergiden muaf tutulmakta ya da pazarda etkin diğer ülkelere kıyasla nispeten düşük bir vergi oranına tabi tutulmaktadır. Ek olarak, Cezayir'in Büyük Arap Serbest Ticaret Bölgesi'ne (GAFTA¹⁰⁵) katılmasıyla Tunus'a %1 gibi düşük bir oranda vergi uygulanmaktadır. İncelenen araç üstü ekipmanları ürünlerinin tümünde Türkiye ve Çin için %5 oranında gümrük vergisi uygulanmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin Cezayir pazarında rakiplerine oranla herhangi bir vergi avantajı bulunmamaktadır.

Tablo 2: Cezayir Gümrük Vergi Oranları

GTIP Numaraları	842619	842810	871639	8412	8413	871620
Türkiye	%5	%5	%5	%5	%5	%5
AB Ülkeleri¹⁰⁶	%0	%0	%3	%0	%1,6	%3
Güney Kore	%5	%5	-	%5	%5	-
Çin	%5	%5	%5	%5	%5	%5
Tunus	-	%0	%0	%0	%1	-
ABD	-	%5	%5	%5	%5	%5

Kaynak: Trademap

Katar, GAFTA üyesi olması sebebiyle Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt ve Umman'ı gümrük vergisinden muaf tutulmaktadır. Dolayısıyla ilgili üye ülkelerin pazarda rekabet avantajı oldukça yüksektir. Öte yandan, Türkiye başta olmak üzere pazarda etkin olan AB ülkeleri, ABD (dorse araç üstü ekipman grubu hariç), Çin ve Tayland'a ise %5 oranında gümrük vergisi uygulanmaktadır.

¹⁰⁴ Pazarda yer alan rakiplerin ilgili alt sektörlerde faaliyet göstermediği durumlarda vergi oranı gösterimi için "-" işareti kullanılmıştır.

¹⁰⁵ Üye ülkeler: Bahreyn, BAE, Fas, Filistin, Irak, Katar, Kuveyt, Libya, Lübnan, Mısır, Sudan, Suriye, Suudi Arabistan, Tunus, Umman, Ürdün ve Yemen'dir

¹⁰⁶ İngiltere AB ülkeleri kapsamında incelenmiştir. Fakat İngiltere'nin Avrupa Birliğinden ayrılması ile birlikte, ileriki dönemde vergi oranları değişiminin takip edilmesi önerilmektedir.

Tablo 3: Katar Gümrük Vergi Oranları

GTIP Numaraları	842619	842810	871639	8412	8413	871620
Türkiye	%5	%5	%5	%5	%5	%5
AB Ülkeleri	%5	%5	%5	%5	%5	%5
ABD	%5	%5	%0	%5	%5	%5
Çin	%5	%5	%5	%5	%5	%5
Tayland	-	%5	-	%5	%5	-
GAFTA ülkeleri	%0	%0	%0	%0	%0	%0

Kaynak: Trademap

Danimarka, Gümrük Birliği nedeniyle AB ülkelerini ve Türkiye'yi gümrük vergisinden muaf tutmaktadır. Dolayısıyla, AB ülkeleri ve Türkiye'nin oldukça avantajlı konumda oldukları görülmektedir.

Tablo 4: Danimarka Gümrük Vergi Oranları

GTIP Numaraları	842619	842810	871639	8412	8413	871620
Türkiye	%0	%0	%0	%0	%0	%0
AB Ülkeleri	%0	%0	%0	%0	%0	%0
Çin	%0	%0	%2,7	%1,4	%1	%2,7

Kaynak: Trademap

Güney Kore, Norveç ile arasında yer alan STA nedeniyle incelenen ürünler için herhangi bir gümrük vergisi uygulamamaktadır. Bununla birlikte, vinçler ve asansörler ürün gruplarında pazarda yer alan büyük oyuncuları genel olarak vergiden muaf tutmaktadır. Türkiye, hidrolik sistemler ürünlerinde %0,2 ve %1'lik vergi oranları sebebiyle; AB ülkeleri, ABD ve Norveç'e karşı avantajlı konumunu koruyamamaktadır.

Tablo 5: Güney Kore Gümrük Vergi Oranları

GTIP Numaraları	842619	842810	871639	8412	8413	871620
Türkiye	%0	%0	-	%0,2	%1	-
AB Ülkeleri	%0	%0	%0	%0	%0,5	%0
Çin	%0	%0	%8	%6,9	%6,6	%8
ABD	%0	%0	%0	%0	%0,2	%0
Japonya	%0	%0	%8	%6,9	%8	-
Norveç	%0	%0	-	%0	%0	-

Kaynak: Trademap

Suudi Arabistan, GAFTA nedeniyle Birleşik Arap Emirlikleri'ne incelenen araç üstü ekipmanlarda gümrük vergisi uygulamamaktadır. Türkiye ve

pazarda etkin olan diğer ülkelere ise %5 oranında gümrük vergisi uygulamaktadır. Dolayısıyla, gümrük vergisi nedeniyle pazarda rekabet avantajı elde eden tek ülke Birleşik Arap Emirlikleri'dir.

Tablo 6: Suudi Arabistan Gümrük Vergi Oranları

GTIP Numaraları	842619	842810	871639	8412	8413	871620
Türkiye	%5	%5	%5	%5	%5	%5
AB Ülkeleri	%5	%5	%5	%5	%5	%5
Çin	%5	%5	%5	%5	%5	-
Tayland	-	%5	-	%5	%5	-
BAE	%0	%0	%0	%0	%0	%0
ABD	%5	%5	%5	%5	%5	%5
Kanada	%5	%5	%5	%5	%5	%5

Kaynak: Trademap

Ticari Anlaşmalar

Çifte Vergilendirmeyi Önleme¹⁰⁷, Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması¹⁰⁸ ve Ticari ve Ekonomik İşbirliği Anlaşmaları ile iki ülke arasındaki yatırımların büyütülmesi, ticari ilişkilerin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Rapor genelinde incelenen hedef pazarlarda ağırlıklı olarak her iki anlaşmanın yer aldığı tespit edilmiştir.

Cezayir ve Türkiye arasında ekonomik ilişkiler oldukça dinamik bir yapı sergilemektedir. Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması ve Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması ile Gümrükler Arası İşbirliği Anlaşması iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin gelişimine katkı sağlayan önemli anlaşmalardandır. Ayrıca STA¹⁰⁹ için bulunulan müzakere girişiminin ilerleyen dönemlerde tamamlanması beklenmektedir.

Katar ve Türkiye arasında herhangi bir STA bulunmazken; Çifte Vergilendirmeyi Önleme ile Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşmaları ile ticari ilişkilerin geliştirilerek yatırımların artırılması hedeflenmektedir.

Türkiye'nin AB ile yaptığı Gümrük Birliği anlaşması sebebiyle AB üyesi olan **Danimarka ve Türkiye** arasında Gümrük Birliği ilişkisi uyarınca, AB'nin Ortak

¹⁰⁷ Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması: Tek bir vergi konusu üzerinden birden fazla vergi alınmasının engellenmesi, TC Ekonomi Bakanlığı

¹⁰⁸ Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması: Yatırım yapılan ülkede temel hak ve menfaatlerin korunması, kâr transferlerinin güvence altına alınması, TC Ekonomi Bakanlığı

¹⁰⁹ Serbest Ticaret Anlaşması

Ticaret Politikasını üstlenme yükümlülüğü bulunmakta olup, üçüncü ülkelere yönelik olarak AB'nin tercihli ticaret sistemi üstlenilmektedir. Gümrük Birliği'nin dışında; Çifte Vergilendirmeyi Önleme, Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması anlaşmaları yer almaktadır.

Güney Kore ve **Türkiye** arasındaki en önemli ticari anlaşma 2013 yılında yürürlüğe giren Serbest Ticaret Anlaşması (STA)'dır. Ayrıca Güney Kore ve Türkiye arasında Çifte Vergilendirmeyi Önleme ve Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşmaları da yer almaktadır.

Suudi Arabistan ve **Türkiye** arasında herhangi bir STA bulunmamaktadır. İki ülke arasında ticari ilişkilerin geliştirilmesine katkı sağlayan Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması ile Ticari ve Ekonomik İşbirliği Anlaşmaları¹¹⁰ bulunmaktadır.¹¹¹

Standartlar ve Regülasyonlar

Araç üstü ekipman sektörü Hedef Pazarlarında ilgili alt sektörler için yer alan standart ve regülasyonların paralellik gösterdiği tespit edilmiştir. Bu doğrultuda gerekli uluslararası geçerliliğe sahip ISO belgeleri aşağıdaki tabloda paylaşılmıştır.

Şekil 92: Araç Üstü Ekipman İhracatı İçin Gerekli Belgeler

Hidrolik Sistemler	ISO 7919-5:2005
Asansörler	ISO/TS 22559:3:2011 – ISO 4190-5:2006
Vinçler	ISO 12482:2014
Dorse	ISO 1726-1:2000 – ISO 1727-2:2010 – ISO 1726-3:2010
Römork	ISO 23551-1:2012

Cezayir devleti, ülkeye yapılacak araç üstü ekipmanlarda ve diğer ürünlere IANOR (Cezayir Standartlaştırma Kurumu), ALGERAC (Cezayir Akreditasyon Ajansı) ve INAPI (Cezayir Endüstriyel Telif Hakları Milli Enstitüsü) adlı üç kurumun belirlediği ISO ile uyumlu olan standartları ve belgelendirmeleri uygulamaktadır¹¹². IANOR ülkede standartlar ile ilgili olan devlet kurumu olmakla birlikte diğer kurumlar da belgelendirme ve yapılması zorunlu testler konusunda düzenlemeler yapmaktadır. Bu kurumların belirlemediği ya da

¹¹⁰ Ticari ve Ekonomik İşbirliği Anlaşmaları: İki ülke ekonomisinde tüm alanlarda ikili işbirliğinin geliştirilmesi ve bu amaçla gerekli tedbirlerin alınması

¹¹¹ Suudi Arabistan Ülke Bülteni, DEİK 2015

¹¹² IANOR, Algerian Institute of Normalization

üzerinde anlaşmazlık bulunan standartlarda ISO'nun o ürün ile ilgili belirlediği standartlar esas alınmaktadır¹¹³.

Katar devleti yapılmak istenen ithalatlar için Qatar General Organization for Standards and Metrology (Katar Ölçüm ve Standartlar için Genel Organizasyonu) kurumunun altında bulunan Laboratories and Standardization Affairs (QS) (Laboratuvarlar ve Standardizasyon İşleri) kurumunun kabul ettiği ISO standartlarını uygulamaktadır.

Danimarka dış ticarette Avrupa Birliği'nin Ortak Ticaret Politikasını (OTP) uygulamaktadır. Bu nedenle, Danimarka'ya ihracat yapmak isteyen firmaların AB'nin belirlediği düzenlemelere uymaları gerekmektedir. Danimarka pazarında ürünlerini pazarlamak isteyen üreticiler, AB düzenlemeleri ve standartları gereği CE işareti taşımak zorundadır¹¹⁴. Ülkede düzenlemeler ve standartlardan sorumlu olan kurum Dansk Standards (The Dansk Standards Association, Danimarka Standartları Kurumu)'dur. Standartların Avrupa ve uluslararası normlara uygun oluşturulması ve var olan standartların uyumlaştırılmasından sorumlu olan Danimarka Standartları Kurumu, hem Avrupa Standardizasyon Kuruluşu (CEN), hem de uluslararası Standardizasyon Kuruluşu (ISO) üyesidir.

Güney Kore'de ticaret ile ilgili düzenlemeleri Ticaret, Sanayi ve Enerji Bakanlığı (MOTIE) yapmaktadır. Dış ticarette uygulanacak standartları ise Kore Teknoloji ve Standartlar Ajansı (The Korean Agency for Technology ve Standards (KATS) belirlemektedir. KATS, MOCIE altında faaliyet göstermekte ve Güney Kore'yi uluslararası alanda temsil etmektedir. KATS, Güney Kore Akreditasyon Sistemini de yürütmektedir. Güney Kore standartlar konusunda ISO 9000 sistemini uygulamaktadır. Güney Kore'ye araç üstü ekipman ihracatı yapmak isteyen üreticilerin KATS'ın belirlediği standartlar ile uygunluğunu kabul ettiği ISO standartlarından tabloda belirtilenlere uymaları gerekmektedir. Ayrıca, asansörler için Asansörlerin Üretimi ve Yönetimi Kanunu¹¹⁵, Vinçler için İş Makineleri Yönetimi Kanunu¹¹⁶ ve Römork için LPG Güvenliği ve İş Yönetimi Kanunu¹¹⁷ bulunmaktadır.

¹¹³ United States of America – International Trade Administration, <http://www.trade.gov/td/standards/Markets/Africa.%20NearEast%20and%20South%20Asia/Algeria/Algeria.pdf>

¹¹⁴ T.C. Ekonomi Bakanlığı – Danimarka Dış Ticaret Politikası ve Vergiler

¹¹⁵ Ayrıntılı bilgi için bkz.:

https://www.standardsportal.org/usa_kr/e/resources/regulatory_agencies.aspx

¹¹⁶ Ayrıntılı bilgi için bkz.:

https://www.standardsportal.org/usa_kr/e/resources/regulatory_agencies.aspx

¹¹⁷ Ayrıntılı bilgi için bkz.:

https://www.standardsportal.org/usa_kr/e/resources/regulatory_agencies.aspx

Suudi Arabistan'da, Suudi Arabistan Standardizasyon Kurumu (SASO) ilgili standartları oluşturmakla görevli kurumdur¹¹⁸. Kurum ISO 9000 standartlarını ülkenin temel standartları olarak kabul etmiştir. Belli ürünlerde ülkeye sevkiyat ncesi Suudi Standartlarına uygunluk belgesi SASO alınması gerekmektedir ve bu belge Türkiye'de TSE'den alınabilmektedir¹¹⁹. lkeye yapılacak araç üstü ekipman ihracatlarında sahip olunması gereken standartlar aşağıdaki gibidir:

İlgili standart ve sertifikasyonlarla ilgili daha detaylı bilgiye ulaşmak için aşağıda yer alan internet sitelerinin incelenmesi önerilmektedir:

- ▶ Cezayir IANOR: www.ianor.dz, Cezayir Resmi Gazetesi (yeni yayınlanan yönetmeliklerin takibi için):
<http://www.joradp.dz/HFR/Index.htm>
- ▶ Katar (Laboratories and Standardization Affairs (QS) (Laboratuvarlar ve Standardizasyon İşleri)): <http://www.qs.org.qa/en/index.html>
- ▶ Danimarka (Dansk Standard (DS)) <http://www.ds.dk/en/>, Avrupa Standardizasyon Kuruluşu (CEN): <http://www.cen.eu/Pages/default.aspx>
- ▶ Gney Kore National Standards Institute (ANSI): https://www.standardsportal.org/usa_kr/e/resources/regulatory_agencies.aspx, Gney Kore Teknoloji ve Standartlar Ajansı (The Korean Agency for Technology and Standards (KATS)): <http://www.kats.go.kr/en/>
- ▶ Suudi Arabistan SASO: www.saso.gov.sa

¹¹⁸ Saudi Standards, Metrology and Quality Organization (SASO), www.saso.gov.sa/en

¹¹⁹ T.C. Ekonomi Bakanlığı, Suudi Arabistan Krallığı lke Raporu, 2015

5. Sektöre Yönelik Tavsiyeler

5.1 Eğitim ve Gelişim Önerileri

Konya Ticaret Odası bünyesinde yer alan ve araç üstü ekipman sektöründe faaliyet gösteren firmaların mevcut durumları ve hedeflenen pazarları göz önünde bulundurulmuş ve Oda yetkilileri ile yapılan görüşmeler sonucunda eğitim ve gelişim önerileri hususlarına yer verilmiştir. Bu doğrultuda, firmaların ihracat faaliyetlerini belirli bir strateji üzerinden yönetmelerini sağlamak ve gerekli alanlarda yetkinliklerinin gelişimini desteklemek için aşağıda yer alan eğitimler önerilmektedir. Bu eğitimlerin, araç üstü ekipman sektörü için teknik ilerlemelerin takip edilmesi, ihracat ve lojistik yetkinliklerinin geliştirilmesi ve hedef pazarlarda stratejilerin belirlenmesine yardımcı olması hedeflenmektedir.

İhracat Yetkinlikleri

- ▶ Pazar Araştırması Yöntemleri
- ▶ Uluslararası Pazarlama ve Dağıtım Kanalları
- ▶ Dış Ticarete Kalite, Çevre ve Güvenlik
- ▶ Ürün Kalite Standartları ve Sertifikasyonlar
- ▶ Kalite/yönetim/çevre güvence sistemleri
- ▶ Ürün Destek/Müşteri Hizmetleri
- ▶ İhracata Yönelik Devlet Yardımları
- ▶ Dış Ticarete Kullanılan Belgeler
- ▶ Dış Ticarete Standartlar
- ▶ Ticari İletişim İngilizcesi
- ▶ Uluslararası Ticarete Risk Yönetimi ve Sigorta



Pazarlama Stratejileri ve Hedefler

- ▶ İhracatta Pazarlama
- ▶ İş Geliştirme
- ▶ Stratejik Planlama
- ▶ Rekabet Analizi
- ▶ Kilit Müşteri Yönetimi
- ▶ Pazarlama Planının Oluşturulması



Üretim Süreçleri ve BT Yetkinlikleri

- ▶ Girişim ve İnovasyon
- ▶ Ar-Ge ve Teknolojik İnovasyon
- ▶ İş Ekipmanlarının Güvenli Kullanımı
- ▶ İş Güvenliği
- ▶ Kimyasal, Fiziksel, Ergonomik Risk Etmenleri

- ▶ Kalite Eğitimleri
- ▶ Verimlilik Eğitimleri
- ▶ Süreç Yönetimi
- ▶ Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi
- ▶ B2B Odaklı Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM)
- ▶ Toplam Kalite Yönetimi
- ▶ İş Kazalarının Sebepleri ve Korunma Yöntemleri



Finans Yetkinlikleri

- ▶ Bütçe Yönetimi ve Denetimi
- ▶ Finansal Planlama Teknikleri
- ▶ Kredi Analizi ve Kredi Yönetimi
- ▶ Stratejik Finansal Analiz



5.2 Pazarlarda Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Bu bölümde Cezayir, Katar, Danimarka, Güney Kore ve Suudi Arabistan'ın yer aldığı hedef pazarlara araç üstü ekipman ürünleri ihraç etmek isteyen firmaların yararlanmaları için pazara yönelik tavsiyeler ve eğilimlere yer verilmektedir.¹²⁰

Cezayir	Mesai Saatleri	Tatil Günleri	Resmi Tatiller
	08.30- 17.00	Cuma & Cumartesi	1 Ocak, 1 Mayıs, 5 Temmuz, 1 Kasım

- ▶ Resmi dil Arapça olmakla birlikte, ticarete Fransızca ağırlıklı bir şekilde kullanılmaktadır. Görüşmelere iki dilden birini bilen kişiler ile katılım gösterilmesi önerilmektedir.
- ▶ Yaz dönemlerinde mesai saati 15.30'da sona ermektedir.

Gümrük Prosedürleri

- ▶ Cezayir ile STA bulunmaması sebebiyle gümrük vergisi yüksek olabilmektedir. Dolayısıyla firmalar düşük bedelli fatura kesilmesini talep edebilmektedir. Fakat gümrükte fark edilmesi halinde ilgili ürüne uzun teftiş süreleri uygulanarak, el konulma riski bulunmaktadır.
- ▶ İthal edilen ürünün üzerinde ürün spesifikasyonlarına yönelik etiketlerin Arapça olması gerekmektedir.

¹²⁰ Veriler TC Ekonomi Bakanlığı, Rider Levett Bucknall, Sektör spesifik haber ajansları ve Sektör Raporlarından temin edilmiştir.

Ödeme Şekilleri

- ▶ Ekstra ödemeler, rüşvet vb. hususlarda ihracatçı firmaları zor durumda bırakabilecek skora (3,1) sahip olan Cezayir için temkinli davranılması önerilmektedir.¹²¹

Pazarda Öne Çıkan Eğilimler

- ▶ Römork, dorse, araba ve ağır vasıtaları da kapsamına alan yeni araç ihracatında, hükümet tarafından (2015 yılı) getirilen rejimler ile güvenlik, satış ve dağıtım kanalı yapılanması, sözleşme dönemi vb. hususlarda yenilemeler getirilmiştir.¹²²
- ▶ Afrika bölgesindeki en büyük üçüncü petrol ve doğalgaz üreticisi olması sebebiyle hidrolik sistemler oldukça önemli bir sektördür.
- ▶ Ülkenin kaya gazı üretimine yönelik 2020 hedefleri bulunmaktadır. Dolayısıyla hidrolik sistemler pozitif olarak etkilenecektir.
- ▶ Renault 2014 yılında Oran şehrinde tesis kurmuştur. Dolayısıyla, otomotiv sektöründeki çalışmalarına ek olarak dorse ve römork üzerine üretimlerini gerçekleştireceği pazarda rekabetçi yapısını güçlendirmeyi hedeflemiştir.

Katar	Mesai Saatleri	Tatil Günleri	Resmi Tatiller
	07.00-14.00	Cuma & Cumartesi	27 Haziran, 3 Eylül, 21-24 Eylül, 28 Kasım, 7 Aralık, 18 Aralık

- ▶ Çalışma saatleri, bankalar için 13.30'a kadar, özel sektör için ise 08.00-18.30 (Cuma hariç) şeklinde değişim göstermektedir.
- ▶ Diplomatik, hususi ve hizmet pasaportlarına vize uygulanmamaktadır. Ayrıca, Doha Uluslararası hava limanında 30 dolar ücret karşılığında 10 günlük vize alınabilmektedir.

Gümrük Prosedürleri

- ▶ Ürün etiketleri İngilizce ya da Arapça olmalıdır.
- ▶ Satış sonrası hizmetler Katarlı acenta veya distribütör aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Öte yandan, ithalatçı şirketler yedek parça

¹²¹ EY Growing Beyond Borders Irregular payments and bribes: Global Competitiveness Report, World Economic Forum, Switzerland (2015-16) doğrultusunda, ithalat- ihracat, kamu hizmetleri, yıllık vergi ödemeleri, kamu sözleşmeler ve lisans alımı, hukuksal kararlar alanlarında belgesiz ekstra ödeme ve rüşvet alımının yaygınlığı incelenmiştir. (Puanlama: 1- Oldukça Yaygın, 7- Hiç Meydana Gelmemekte)

¹²²

stoklamakta veya pazar payı doğrultusunda yetkili servis ağı kurabilmektedir.

- ▶ Ülkede sürdürülen projeler kapsamında kullanılacak olan ağır iş makineleri ve ekipmanlar ile fuarlara katılım amaçlı getirilen geçici ithalat kapsamındaki eşyalar için normalde ödenmesi gereken gümrük vergisi kadar teminatın bankaya yatırılması gerekmektedir. Ayrıca, geçici ithalat için Gümrük İdaresi'nde ön onay alınması gerekmektedir.

Ödeme Şekilleri

- ▶ Vadeli akreditif, Katar'daki en yaygın ödeme biçimidir. Bununla birlikte firmalar; avans ödemesi veya doğrudan transfer gibi diğer ödeme biçimlerini de kullanmaktadır. Diğer ödeme şekillerinin kullanılması Katarlı firma ile kurulan ilişkinin yakınlığına bağlıdır.
- ▶ Ödeme şekilleri kapsamında, Katar iyi bir skor (6,11) ile ihracatçı için ılımlı bir ortam sunmaktadır.

Pazarda Öne Çıkan Eğilimler

- ▶ Petrol, yeraltı kaynakları ve inşaat sektörlerinde oldukça faal olan ülkenin, araç üstü ekipman sektöründe yer alan vinçler, hidrolik sistemler başta olmak üzere birçok makineye ihtiyacı devam etmektedir.
- ▶ 2022 yılındaki FIFA Dünya Kupası'na ev sahipliği yapması planlanan Katar'ın, inşaat sektöründe ve dolayısıyla iş makineleri kullanımında artış beklenmektedir. (Mevcutta 500¹²³ adet vinç kullanılmıştır)
- ▶ Vinçler, dorse, asansör ve hidrolik sistemlerin ihracatını yakından ilgilendirecek olan Katar Ulusal Müzesi ve Msheireb Downtown Doha gibi projeler halen devam etmektedir. Ayrıca, ülkedeki altyapı ve üstyapıya yönelik yatırımlar devam ederken, en çok konut, konaklama, sağlık, ulaşım, eğlence endüstrilerinde faaliyet gösterilmektedir.
- ▶ Asansörler ürün grubunda 2015-2021 yılları arasında yıllık ortalama %5,6'lık büyüme öngörülmektedir. Bu büyümenin etkilerinin hem bakım-oranım hem de yeni kurulumda görülecektir.
- ▶ Türk müteahhit firmalarının yer aldığı toplam proje tutarı 6,7 Milyar \$'dır. Özel ve kamu sektörlerinde faaliyet gösterilmesi sebebiyle tüm inşaat sektörü ekipmanında avantaj elde edilmektedir.
- ▶ Katar vinç sektörünün %70'ine Liebherr markası hakim konumdadır. Fakat pazarın henüz dinamizmini kaybetmemiş olması sebebiyle bu durumun değişkenliği yüksek ihtimallidir.¹²⁴
- ▶ Asansörler pazarında yer alan büyük oyuncular; Schindler, Fujitec, ThyssenKrupp, KONE, OTIS, Hyundai ve Mitsubishi'dir.

¹²³ <http://www.cbnme.com/analysis/dubai-lifts-gulf-crane-market/>

¹²⁴ <http://www.constructionweekonline.com/article-39131-liebherr-owns-80-tower-crane-market-in-qatar/>

- ▶ Hidrolik sistemler sektöründe Teyseer Industrial Supplies & Services Co. grubuna bağlı yerli TISSCO şirketi yer almaktadır.

	Mesai Saatleri	Tatil Günleri	Resmi Tatiller
Danimarka	09.00- 18.00	Cumartesi & Pazar	1 Ocak, 1-2-5 Nisan, 30 Nisan, 13 Mayıs, 24 Mayıs, 5 Haziran, 24-26 Aralık

- ▶ Hafta sonları çalışma saatleri 16.00 ile 17.00 arasında son bulmaktadır.
- ▶ Umuma mahsus pasaport hamilleri vizeye tabidir.

Gümrük Prosedürleri

- ▶ Danimarka mevzuatı, AB teknik mevzuatı ile uyumludur ve AB teknik mevzuatında birçok sanayi ürünü için CE işareti zorunludur.

Ödeme Şekilleri

- ▶ Ödeme şekilleri kapsamında Danimarka'nın oldukça iyi bir tabloya (6,43) sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda ülkede düzensiz ödeme & rüşvet hususları ile ihracatçı firmaların çok düşük oranda karşılaşacakları tahmin edilmektedir.

Pazarda Öne Çıkan Eğilimler

- ▶ Ülkenin petrol, doğal gaz rezervleri, kömür ithalatı gibi ihtiyaçları araç üstü ekipman kullanımını daha da arttırmaktadır. Mekanik mühendislik sanayi olarak tanımlanan sektörün ülke ekonomisindeki yeri oldukça büyüktür.
- ▶ Römork ürün grubunun kullanıldığı tarım sektörü küçük hacimli olmasına rağmen, verilen önem büyüktür. Bu sebeple de kullanılan teknoloji açısından dünyanın önde gelen ülkelerindendir.
- ▶ Araç üstü ekipman alt sektörlerinin birden fazlasını etkileyen inşaat sektöründe Fehmarn köprü yapımı, altyapı çalışmaları ve karayolu ile demiryolu iyileştirme çalışmaları yer almaktadır.
- ▶ Avrupa'daki ekonomik durgunluk sebebiyle yavaşlayan dorse sektörü, 2015 yılından sonra Danimarka'da ekstra talep ile karşı karşıya kalmıştır.¹²⁵
- ▶ İnşaat pazarında Hoejgaard & Shultz yani; Avrupa'da sektöründe lider firmalar yer almaktadır.

¹²⁵ <http://www.tyrepess.com/2015/12/2015-west-european-trailer-market-up-more-growth-expected/>

- ▶ Danfoss, EMG Automation GmbH Werk ELTMA gibi yerli vinç üreticileri bulunmaktadır.
- ▶ World Crane Champion 2016, vinçlerin hız ve kavrayış yönleri teste tabi tutan yarışmada Danimarka IAA Commercial Vehicle firması birinci gelmiştir. Yerli üreticinin de teknoloji ve kalite yönünden oldukça güçlü olduğu gözlemlenmektedir.

	Mesai Saatleri	Tatil Günleri	Resmi Tatiller
Güney Kore	09.00- 18.00	Cuma & Cumartesi	1-2 Ocak, Ocak veya Şubat ayı, 1 Mart, 5 Nisan, 1 Mayıs, 5 Mayıs, 24 Mayıs, 6 Haziran, 17 Haziran, 14-15-16 Ağustos, 3 Ekim, 25 Aralık

- ▶ 30 gün için yapılan seyahatlerde vize uygulaması bulunmamaktadır.
- ▶ Bankaların çalışma saatleri hafta içi 09.00- 16.00 arasındadır.

Gümrük Prosedürleri

- ▶ Fuar ve sergi için getirilen ürünler, gümrük sınırları dışında tutulması gerektiği için ülkenin en büyük sergi merkezlerinden COEX bu şartları sağlamaktadır. Ayrıca ülkeye girişi yapılması planlanan ürünler için vergi ödenmesi gerekmektedir.
- ▶ Ürünlerin gümrükten daha rahat çekilmesini sağlayabilmek için Gümrük beyannamesi hususuna azami önemin gösterilmesi önerilmektedir.

Ödeme Şekilleri

- ▶ Ekstra ödemeler, rüşvet vb. hususlarda ihracatçı firmaların oldukça temkinli olmasını gerektiren skora (4,48) sahip olan Güney Kore'de ortalamanın altında bir tablo çizmektedir.

Pazarda Öne Çıkan Eğilimler

- ▶ Güney Kore'de işçi gücünün ucuz olmaması sebebiyle üretim Güney Doğu Asya'da başka bölgelere kaymıştır.
- ▶ Sermaye yoğun ve gelişmiş mühendislik ve teknoloji ürünlerine olan talep artış göstermektedir.
- ▶ Asansörler ürünü ağırlıklı olarak ticari yapılar, konutlar, teknoparklar, oteller, restoranlar ve perakende outletlerinde kullanılmaktadır.
- ▶ Ülkedeki asansör kazaları sebebiyle birçok can kaybının yaşanmış olması sektördeki firmaları direkt olarak etkilemiştir. Dolayısıyla, büyümenin yavaş olması beklenmektedir. Korea Elevator Safety Institute (KESI) and

Korea Elevator Safety Technology Institute (KEST) olmak üzere iki ajans kurulmuştur. Öte yandan, 2018 yılında düzenlenecek olan Olimpiyatların, 2019 yılı itibariyle %1 oranında büyümeye etkisi olacağı öngörülmektedir.

- ▶ Gelecek dönemde machine roomless (MRL) asansörlerinin pazar büyümesine pozitif etkilerinin olacağı beklenmektedir. Daha ekonomik ve enerji verimliliğinin yüksek olması, diğer asansörlere kıyasla, bu durumdaki en büyük etken olacaktır.
- ▶ Korea International (KIL), 40 yılı aşkın süredir ABD'li kule vinci üreticisi Potain/Manitowoc markasının özel bayiliğini yapmaktadır. Geniş bir vinç kiralama ağına sahip olan KIL firmasının Shinwoo Construction Company, Namsan Construction Company, Sun Heung, Chunjo Construction Company ve Giga Industries gibi müşterileri bulunmaktadır. Shinui Petra isimli Güney Koreli bayi de yine Manitowoc'a ait paletli vinç satışı yapmaktadır. Pazarda farklı ürün ve farklı bayiler üzerinden satış gerçekleştirilebilmektedir.
- ▶ Kentselleşmenin ve teknolojinin geliştiği pazarda Samsung, Hyundai and Hyundai Heavy Industries, LG Electronics and Kia Motors gibi firmalar yer almaktadır.
- ▶ Pazarda faaliyet gösteren asansör firmaları; Fujitec Korea, Hyundai Elevator, Otis Elevator Korea, Schindler Korea ve ThyssenKrupp Elevator Korea, Handok Elevator, Joung il Industry, Mitsubishi Elevator Korea Co Ltd, Nara Elevators Co Ltd, TELC ve Sin Woo Elevator'dır.
- ▶ Dorse sektöründe ise Hyundai Motor Co, Kia Motors Corp, GM Korea Co, Ssangyong Motor Co ve Mando Corp'tur.

Suudi Arabistan	Mesai Saatleri	Tatil Günleri	Resmi Tatiller
	07.30-14.30	Perşembe & Cuma	Ramazan Bayramı, Kurban Bayramı

- ▶ Özel sektörde faaliyet gösteren firmalar genellikle Perşembe günleri de çalışmaktadır.

Gümrük Prosedürleri

- ▶ Suudi Arabistan'a ihracat gerçekleştirecek firmaların ticari faturalarını ve menşe şahadetnamelerini elektronik ortamda iletebilecekleri www.exportal.com sitesi bulunmaktadır. Bu sistem dışında herhangi bir işlem kabul edilmemektedir.

Ödeme Şekilleri

- ▶ Nihai müşterilerde peşin ödeme şekli daha yaygındır.

- Ortalamanın üzerinde skora (5,61) sahip olan Suudi Arabistan'da, düzensiz ödeme & rüşvet hususunda ihracatçı firmaların özenli olmaları önerilmektedir.

Pazarda Öne Çıkan Eğilimler

- Suudi Arabistan asansör sektörü, konut, ticari yapılar, oteller, teknopark, restaurant vb. konumlarda şekillenmektedir. 2014- 2019 yılları arasında büyümenin %1,5 olması öngörülmektedir.
- Asansörler sektörünü, ülkede inşası yapılan yüksek binalar doğrudan etkilemektedir. Fakat yüksek maliyetler pazardaki en büyük engellerden birini teşkil etmektedir. Bununla birlikte, asansörlerde yeşile uyum eğilimi başlamıştır.
- Riyadh Metro ve Madina and Abha Airports inşası vinçler, asansörler başta olmak üzere ilgili araç üstü ekipman alt sektörlerinde pozitif etkileri olması beklenmektedir.
- Suudi Arabistan inşaat sektörünün 2018'e kadarki dönemde %11'lik artış göstermesi ve 500.000 yeni ve fiyat açısından erişilebilir konut yapımı planlanmaktadır.
- Reekspart sisteminin yaygın olması sebebiyle ülkedeki araç üstü ekipman ithalatı seviyesi oldukça yüksektir.
- Asansörler sektöründe GEEC, KONE, MELSA, Otis, Schindler, Hyundai, SIGMA, ThyssenKrupp, Toshiba gibi firmalar yer almaktadır.
- Bin Quraya adlı Suudi Arabistan vinç firması, IC50'nin top 100 firması listesinde 112. sırada yer almayı başarmıştır.
- KSB Pumps Arabia Limited isimli hidrolik pompalar firması, Lüksemburg menşeli KSB Finanz ve Abunayyan Trading Company ortaklığı ile sektördeki büyük oyuncular arasında yer almaktadır.
- Dorse ve römork gibi otomotiv sektörü altında yer alan hususlarda GULF bölgesinde hacimsel olarak ilk sırada yer alan Suudi Arabistan, rekabetin yoğun olduğu bir pazardır. Bölgedeki otomotiv satışlarının %50'si Suudi Arabistan'da gerçekleşmektedir. Ayrıca bölgenin araç/taşıt ithalatının %40'ına yakını yine Arabistan tek başına yapmaktadır.¹²⁶
- Hidrolik sistemler sektöründe faaliyet gösteren firmaların ağırlıklı olarak Avrupalı bir firma ile ortaklığa sahip oldukları gözlemlenmiştir.
- Lavendon Grup şirketi olan Rapid, GULF bölgesine makine ve ekipman satış ve kiralama yapmaktadır. Aynı zamanda kullanma ve güvenlik hususlarında eğitim de sağlamaktadır.

¹²⁶ Sector Economics 4 Şubat 2015, Emirates NBD

6. Değerlendirme & Sonuç

Küresel Sektör Eğilimleri ve Öncelikli Hedef Pazarlar Analizi Raporu'nda hedef pazarların analizi bölümü altında beş hedef ülkenin analizleri yapılmış ve Türkiye için avantaj oluşturdıkları durumlar belirlenmiştir. Analize dahil edilen pazarlar sırasıyla Cezayir, Katar, Danimarka, Güney Kore ve Suudi Arabistan'dır. Bu kapsamda, hedef ülkelerin gelişmiş ya da gelişmekte olan ülke kategorisinde oldukları görülmektedir.

Hedef pazarlar genel bir çerçevede değerlendirildiğinde, Güney Kore ve Suudi Arabistan'ın araç üstü ekipman sektöründe yüksek değerde ithalat gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Katar ise, sektördeki ithalat değerini son dört yıllık dönemde yüksek oranda artırmıştır.

İş yapma kolaylığı açısından Avrupa'da ilk sırada yer alan Danimarka, lojistik erişebilirliği açısından da öne çıkan hedef pazardır. Güney Kore, iş yapma kolaylığı açısından dünyada dördüncüdür. Katar, analiz edilen tüm göstergelerde iyi seviyesindeyken, Suudi Arabistan, risk skorları açısından orta seviyededir. Cezayir'in risk değerleri ise, dünya ortalamasının üzerindedir.

Cezayir, Katar ve Suudi Arabistan'da, sanayi alanında devlet destekli yatırımlar yapılmaktadır. Aynı zamanda Katar, kişi başına düşen gelir açısından en zengin ülkedir. Güney Kore, yüksek ekonomik büyüme, AR-GE ve inovasyon yatırımları ile öne çıkarken, Danimarka'daki ekonomik ve sosyal refah seviyesi yüksektir.

Ülkelerin altı alt sektördeki ürün ithalatları kıyaslandığında, her bir pazarın en çok ithalat gerçekleştirdiği ilk üç ürüne ait sıralamalar aşağıda yer almaktadır:

- ▶ Cezayir pazarında; hidrolik pompalar, dorse ve asansörler
- ▶ Katar pazarında; hidrolik pompalar, vinçler ve dorse
- ▶ Danimarka pazarında; hidrolik pompalar, hidrolik güç motorları ve dorse
- ▶ Güney Kore pazarında; hidrolik pompalar, hidrolik güç motorları ve vinçler
- ▶ Suudi Arabistan pazarında; hidrolik pompalar, hidrolik güç motorları ve asansörler

Cezayir ekonomisi doğal kaynaklara bağımlı olması sebebiyle, enerji fiyatlarında yaşanan dalgalanmalardan kolayca etkilenebilmektedir. Ekonominin doğal kaynaklara olan bağımlılığının azaltılması adına, Cezayir Hükümeti petrol dışı sanayi alanlarında ve tarım sektöründe yatırım yapmaktadır. Ayrıca, yabancı otomotiv firmalarının ağır yük taşıtı üretim tesisi kurması beklenen ülkede, uzun vadede konut açığının kapatılması ve alt yapı çalışmalarına yüksek bütçeler ayrılması da planlanmaktadır.

Katar'ın ekonomik yapısı da Cezayir ekonomisine benzerlik göstermektedir. Petrol ihracatına bağılı olan ekonomide, alternatif sektörler yapılan yatırımlar artmaktadır. 2014 yılında ekonomi içindeki payı %6 seviyelerinde olan Katar inşaat sektöründe yatırımlar ve sektörel büyüme devam etmektedir. 2021 yılında ekonomi içindeki payı %15 seviyelerinde olması beklenen inşaat sektörü, makine, ağır yük taşıtları gibi sektörler de olumlu katkı yapacaktır.

Danimarka, tarım makineleri, maden makineleri ve inşaat makinelerinde toplam 2 Milyar \$'lık sektörel hacme sahiptir. Ülkenin, ticari araçlardaki vergi oranlarının azalmasıyla birlikte ağır yük taşıtlarındaki satış ve araç park sayısı değerlerinin de artması yüksek olasıdır. Diğer yandan, ulaşım alt yapısına yapılacak yatırımlar inşaat sektörünü büyütecektir. Türkiye, pazarda gümrük vergisinden muaf tutulmaktadır.

Güney Kore'de sanayi odaklı bir ekonomik yapı olup, inovasyon ve AR-GE alanlarında yüksek yatırımlar yapılmaktadır. Makine ve otomotiv gibi sektörlerde güçlü olan ülkede inşaat sektöründe büyük hacimli projeler planlanmaktadır. Tarım sektöründe ise, iç talebin bir kısmının karşılanmasına yönelik yatırımlar yapılmakta ve büyüme beklenmektedir.

Suudi Arabistan Hükümeti, petrol, yabancı iş gücü ve yabancı yatırım bağımlılığını azaltmayı hedeflemekte, yerli sanayinin gelişmesi için teşvik programları uygulamaktadır. Orta ve uzun vadede, özellikle konut dışı yapılar ve ulaşım alt yapısında yapılacak yatırımlarla inşaat sektörünün hacmi artacaktır. Tarım sektöründe ve ticari araç üretiminde de büyüme beklenmektedir.

İlgili beş hedef ülkenin araç üstü ekipman için satış ve dağıtım kanalı yapısı benzer bir yapıya sahip olmakla birlikte farklılıklar da göstermektedir. Genel olarak, hedef pazarlarda acente ve distribütörlüğün tercih edildiği gözlemlenmiştir. Katar ve Suudi Arabistan'da ikili ilişkilere azami önem gösterilmelidir. Acentalar ile kurulacak ticari ilişkilerde rakip firma ile herhangi bir çalışmanın varlığı kontrol edilmelidir.

Araç üstü ekipman sektörü kapsamında analiz edilen altı alt sektördeki hedef ülkelerde ihracatın artırılması için ihracat yol haritası çizilmiştir. Hedef pazarlardaki araç üstü ekipman sektörünün ve bu sektörün girdi olarak kullanıldığı ilgili sektörlerin Danimarka ve Güney Kore'de gelişmiş, Cezayir, Katar ve Suudi Arabistan'da gelişmekte olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, ürün bazlı giriş stratejisi de ihracatçı firmaların hedef pazar seçiminde kilit rol oynayacaktır. Dolayısıyla, ithalat potansiyelleri yüksek olan ilgili hedef pazarlara giriş stratejisinin ürün bazlı olarak belirlenmesine eş zamanlı olarak pazar dinamiklerinin de (lojistik maliyet, pazar bilinirliği, pazar olgunluk seviyesi, risk göstergeleri, ilgili sektörlerdeki yatırım ve büyüme potansiyelleri vb.) göz önünde bulundurulması önerilmektedir.

Tüm hedef pazarlarda yüksek potansiyel barındıran ilgili alt sektörler için ürün ve pazar dinamiklerine yönelik analizlere aşağıda yer verilmiştir.

Vinçler alt sektöründe faaliyet gösteren ihracatçı firmaların, kısa vadede inşaat sektöründe yüksek büyüme beklenen Katar pazarını tercih etmeleri önerilmektedir. Pazarda talep edilen ürün segmentasyonu, Türkiye'nin ihraç ettiği ürünlerle benzerlik göstermektedir. Orta vadede ise, Suudi Arabistan pazarına girilmesi önerilmektedir. Vizyon 2030 doğrultusunda inşaat sektöründe yapılması planlanan projeler, pazarın potansiyelini göstermektedir. Türkiye'nin pazara lojistik erişebilirliğinin yanında, Konya firmalarının Suudi Arabistan makine & aksam ve parçaları sektöründeki tecrübesi, ihracatçılar için fırsat yaratmaktadır. Güney Kore pazarı da orta vadede Vinçler ihracatçıları için potansiyel barındırmaktadır. 2018 yılında düzenlenecek olan Kış Olimpiyatları ve sayısı artan eski yapıların yenilenmesi ve/veya yeni yapıların inşa edilmesi, inşaat sektöründe büyüme yaratacaktır. Güney Kore Vinçler pazarında, ağırlıklı olarak düşük fiyat segmentinde ürünler ithal edilmektedir.

Asansörler alt sektöründe, Katar ve Suudi Arabistan, kısa vadede önceliklendirilmesi gereken ülkeler olarak önerilmektedir. Pazarlarda konut dışı yapılardaki büyüme beklentisi, Asansörler ithalatını artıracaktır. Katar ve Suudi Arabistan pazarlarında, düşük fiyat segmentindeki ürün talebinin korunması da ihracatçılar için fırsat yaratmaktadır. Ayrıca, Konya firmalarının Suudi Arabistan makine & aksam ve parçaları pazarındaki tecrübesi de ihracatçılara avantaj sağlayacaktır. Türkiye'nin iki pazarda da rakiplerine karşı lojistik üstünlüğü bulunmaktadır. Orta vadede Cezayir, Asansör ihracatçıları için potansiyel barındırmaktadır. Pazarda konut yapıları yatırımındaki artış beklentisi, Asansörler ithalat değerinin de büyüyeceğine işaret etmektedir. Cezayir de Suudi Arabistan gibi Konya firmalarının yüksek seviyede tecrübeye sahip olduğu pazarlardandır. Asansörler alt sektörü ihracatçıları için uzun vadede Güney Kore pazarı caziptir. Yeni konut yapılarındaki artışla büyümesi beklenen inşaat sektörü, pazardaki Asansörler talebinin ve ithalatının artacağını göstergesidir. Cezayir ve Güney Kore pazarlarındaki tehdit unsurları ise, rekabet seviyesinin yüksek olması ve rakiplerin gümrük vergisi avantajına sahip olmalarıdır.

Dorse alt sektörü için kısa ve orta vadede en yüksek potansiyel barındıran pazarın Güney Kore olduğu tespit edilmiştir. Dünyanın en önemli otomotiv üreticilerinden olan ülkenin, ağır yük taşıtlarındaki üretim ve satış değerlerini artıracığı öngörülmektedir. Bu durum, pazarın Dorse ithalatındaki yüksek potansiyelinin göstergesidir. Pazarda ağırlıklı olarak düşük fiyat segmentindeki ürünlerin talep edilmesi de Türk ihracatçıları için avantaj oluşturmaktadır. Dorse ihracatçıları için orta vadede Suudi Arabistan pazarına girmeleri önerilmektedir. Suudi Arabistan, Konya firmalarının motorlu kara

taşıtları & aksam ve parçaları alt sektöründe yüksek tecrübeye sahip olduğu pazarlardandır. Ağır yük taşıtları park sayısının yüksek olduğu ülkede, Türkiye’den de ithal edilen düşük fiyat segmentindeki ürünlerin talebi artmaktadır. Suudi Arabistan’ın ithal ettiği ürünlerin bir kısmını yakın coğrafyasına reeksport yoluyla tedarik etmesi de, pazardaki fırsatlardan biridir. Uzun vadede ise, firmaların Cezayir pazarını tercih etmeleri önerilmektedir. Cezayir’de, gelecek dönemde ağır yük taşıtları araç park sayısının artması ve ağır yük taşıtları için üretim tesisinin kurulması beklenmektedir. Dorse pazarındaki rekabet seviyesinin düşmesi de Türk ihracatçılar için fırsat yaratmaktadır.

Hidrolik güç motorları ve Hidrolik pompalar alt sektörlerinde, Danimarka ve Güney Kore, gelişmiş sanayileri, hacimli makine sektörleri ve yüksek değerdeki ithalatları ile ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle, iki ülkenin hidrolik sistemler ürünlerinde barındırdığı fırsatlar için Hidrolik güç motorları ve Hidrolik pompalar ihracatında öncelikli hedef pazarlar olarak belirlenmesi tavsiye edilmektedir. Danimarka’nın Hidrolik pompalar alt sektöründeki düşük fiyatlı ürün talebinin artması da fırsat olarak nitelendirilmektedir. Diğer yandan, Danimarka Hidrolik güç motorları pazarındaki rekabet seviyesinin yüksek olması, Türk ihracatçılar için pazarda tehdit oluşturmaktadır. Güney Kore’de ise tersi bir durum gözlemlenmektedir. Güney Kore Hidrolik güç motorları pazarında düşük fiyat segmentine olan talebin artması fırsat yaratırken, Hidrolik pompalar pazarındaki rekabet seviyesinin yüksek olması, ihracatçılar için tehdit oluşturmaktadır. Uzun vadede ise, Suudi Arabistan, Katar ve Cezayir, hidrolik sistemler ihracatçıları için potansiyel barındırmaktadır. Mevcut durumda özellikle Hidrolik pompalar ürünündeki ithalat değerleri yüksek olan ülkelerde sanayi sektörünün büyümesi için devlet politikalarının geliştirilmesi, pazarların hidrolik sistemler ürünlerindeki potansiyelini artırmaktadır.

Römorklar alt sektöründe, ihracatçıların kısa vadede Cezayir pazarına yönelmeleri önerilmektedir. Artan tarım sektörü yatırımlarıyla, tarımda mekanizasyon oranı yükselmektedir. Bu durum, ülkenin römork ithalatına da olumlu yansımaktadır. Orta ve uzun vadede ise, büyüyen tarım sektörleri ile Güney Kore ve Suudi Arabistan öne çıkmaktadır. Yüksek hızda olmasa da ülkelerdeki tarım sektörü hacminin büyümesinin beklenmesi, ihracatçı firmalar için pazarda fırsat yaratmaktadır.

Sonuç olarak, ilgili pazarlarda faaliyet göstermeyi planlayan firmaların önceliklendirme yaparken analiz edilen alt sektörlerde ve ülkelerdeki farklılıkları göz önünde bulundurmaları önerilmektedir. İhracat yapılması karar kılınan ülke ile ilgili pazar analizleri sürecinde fiyat, giriş stratejileri ile ülke bazlı verilerin düzenli güncellenmelerinin yapılması, ihracat kapasitesinin geliştirilmesine yönelik yatırımların desteklenmesi ve çalışanlara gerekli

eğitimlerin sağlanması önem arz etmektedir. alışmalar boyunca TC Ekonomi Bakanlığı'nın ilgili hususlardaki teşviklerinin takip edilmesi ise firmaların gerekli desteği alabilmesini sağlayacaktır.

7. Ekler

Bu bölümde, altı alt sektöre yönelik belirlenen hedef ülkelerdeki potansiyel alıcı bilgileri, sektör dernekleri & ticaret organizasyonları, lojistik firma bilgileri ve fuarlara yer verilmektedir.

Potansiyel alıcı bilgileri:

Cezayir, Katar, Danimarka, Güney Kore ve Suudi Arabistan araç üstü ekipman sektöründe faaliyet gösteren **205** adet potansiyel alıcı tespit edilmiştir. Ekonomi Bakanlığı Ülke masaları uzmanları, Ticaret Müşavirlikleri ve Trademap firma bilgileri üzerinden toplanan veriler ile listeler oluşturulmuştur. Potansiyel alıcı bilgileri bölümünde yer alan firmaların **43'ü Cezayir, 43'ü Katar, 53'ü Danimarka, 31'i Güney Kore ve 35'i Suudi Arabistan'da** konumlanmıştır.

Sektör dernekleri & ticaret organizasyonları:

Araç üstü ekipman sektöründe hedef ülkelerde faaliyet gösteren sektör dernekleri ve ticaret organizasyonlarının internet siteleri, adres ve e-posta adresleri listelenmiştir. Paylaşılan sektör dernekleri ve ticaret organizasyonları ile hedef ülkelerle işbirliğinin artırılması hedeflenmektedir.

Lojistik firma bilgileri:

Türkiye'den ihracat yapmayı planlayan firmalar için hedef ülkelere taşımacılık yapan lojistik firma bilgileri yer almaktadır. Yerli ve yabancı firmalardan oluşan firma listesinde iletişim bilgileri, adres ve internet siteleri yer almaktadır.

Fuarlar:

Cezayir, Katar, Danimarka, Güney Kore ve Suudi Arabistan'da düzenlenen araç üstü ekipman fuarları bu bölümde yer almaktadır. İlgili hedef ülkeye ait fuar takvimi, adres ve iletişim bilgilerine yer verilmektedir. Fuarlarla Konya araç üstü ekipman sektöründe faaliyet gösteren firmaların hedef pazarlarda ürünlerini tanıtarak ticari ilişkilerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

7.1 Potansiyel Alıcı Bilgileri

7.1.1 Cezayir

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Asansörler	Sik Ascenseurs	Bir Mourad Rais	www.sikalgerie.com	+213 23 54 24 96/7
Asansörler	Ets Lezzar Equipements & Outillages Professionnels	Constantine	-	+213 31 63 10 76
Asansörler	Algerie Service Ascenseur	Constantine	www.as-ascenseur.com	+213 23 87 70 89
Asansörler	Conception Etude Montage & Maintenance des Ascenseurs	Birkhadem	-	+213 21 44 86 80
Asansörler	Entreprise de Montage Entretien & Réparation des Ascenseurs & Monte Charges	Annaba	-	+213 38 80 16 21
Asansörler	Vertical Solution	Bab Ezzouar	www.vs-dz.com	+213 21 24 14 61
Asansörler	MM - MENDJEL Manutention, SNC	Oran	-	+213 41 58 76 65
Asansörler	GAT - Générale Application Technique, Sarl	Kouba	-	+213 23 52 92 41
Asansörler	ASCELEC, EURL	Dar El Beida	www.ascelec-dz.com	+213 21 75 12 17
Dorse	Sicame Algérie	Oued Smar	www.sicame-algerie.com	+213 21 51 37 99
Dorse	Negoce Auto Service	Rouiba	www.nas-dz.com	+213 21 81 55 11
Dorse	Prox4	Draria	www.keeway.dz	+213 21 31 01 76
Dorse	Poids Lourds Distribution Industrielle	Mazagran	www.groupe-chakour.com	+213 45 23 59 76
Dorse	Poids Lourds Distribution Industriel	Mazagran	-	+213 45 23 54 81
Dorse	Mondial Trailer Siege Sociale	Dar El Beida	www.comet.com.tn	+213 21 50 60 29
Dorse ve Römorklar	Algerie Vehicules Industriels Trucks	Mostaganem	www.dz-trucks.com	+213 40 27 69 61
Dorse ve Römorklar	Soframimex Siege Sociale	Biskra	-	+213 33 75 45 80
Dorse ve Römorklar	Deng Fung Motors	Chéraga	-	+213 21 51 97 62

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Hidrolik Sistemler	Atlas Boulons	Dar El Beida	-	+213 21 86 09 16
Hidrolik Sistemler	Ouellabi Hydraulics	El Oued	www.ouellabi.com	+213 32 11 73 02
Hidrolik Sistemler	Groupe Tahraoui	Biskra	www.groupetahraoui.com	+213 33 53 60 39
Hidrolik Sistemler	Algérie Pompes Hydrauliques & Accessoires Services	Béjaia	www.alphas pompes.com	+213 34 12 60 54
Hidrolik Sistemler	Hydrabel Electric	Laghouat	-	+213 29 92 97 81
Hidrolik Sistemler	Comptoir du Joint et de l'Hydraulique	El Harrach	-	+213 21 30 30 06
Hidrolik Sistemler	D.Y Spare Parts	Ain Smara	-	+213 31 97 48 30
Hidrolik Sistemler	Hydro Seal	Ouled Moussa	www.hydro-seal.net	+213 550 02 09 06
Hidrolik Sistemler	DADIS Distribution & Cie,SNC	Rouiba	www.dachir-dz.com	+213 23 87 37 20
Hidrolik Sistemler	FLECOMAT,Sarl	Oran	www.flecomat.com	+213 25 24 63 25
Hidrolik Sistemler	JET SERVICES,SNC	Ain Smara	-	+213 31 97 46 00
Hidrolik Sistemler	Ets BOUDIAF	El Eulma	-	+213 36 48 36 22
Hidrolik Sistemler	INVEST INOX de A à Z,EURL	Bir Mourad Rais	www.investinox.com	+213 23 45 08 90/91
Hidrolik Sistemler	HYDRO SEAL,EURL	Boumerdes	www.hydro-seal.net	+213 560 98 01 03
Hidrolik Sistemler	Société sahraouia d'hydraulique	El-Oued	www.ssh.dz	+213 32 26 10 10
Hidrolik Sistemler ve Römorklar	Ets OURAMDANE	Sidi Bel Abbès	-	+213 555 03 03 44
Römorklar	Pmat	Birkhadem	www.pmat-dz.com	+213 21 55 27 54
Römorklar	Agro-Industrie	Tlemcen	www.agroindustrie.gkgr oupe.com/index.php	+213 43 27 87 56
Römorklar	Matériels Agricoles & Industriels,EURL (MAGI)	Rouiba	www.magi-rouiba.com/	+213 21 85 59 34
Römorklar	Agromec	Rouiba	www.agromec-dz.com/ir	+213 21 85 46 23
Vinçler	ENMTP - Entreprise Nationale de Matériel de Travaux Publics,Spa	Béjaia	www.enmtp.com	+213 31 97 34 94
Vinçler ve Asansörler	AETP - Algérie Equipements de Travaux Publics,Sarl	Hassi Messaoud	-	+213 29 73 04 86
Vinçler ve Asansörler	SARL BOUZIDI	Illizi	www.bouziditranservice s.com	+213 29 43 77 70
Vinçler ve Dorse	Eco Plast	El Oued	-	+213 32 22 30 12
Vinçler ve Römorklar	Mixtrade	Ouled Heddadj	www.mixtrade-dz.com	+213 24 84 87 72

7.1.2 Katar

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Araç Üstü Ekipman	Rumailah Group	Doha	www.rumailahgroup.com	+974 4450 8888
Araç Üstü Ekipman	Mannai Trading Company WLL	Doha	www.mannai.com	+974 4455 8888
Araç Üstü Ekipman	Qatar Automobiles Company	Doha	www.nbks.com	+974 4469 9665
Araç Üstü Ekipman	Qatar Welding & Fabrication Supplies W.L.L	Doha	www.qfab.com.qa	+974 4441 9603
Araç Üstü Ekipman	Almutaf Projects & Industrial Services	Doha	www.almuftah.com	+974 4444 6868
Araç Üstü Ekipman	Cranes (Div of Aljabor Group Holding)	Doha	-	+974 4469 9990
Asansörler	Comfort Elevators and Escalators Co.	Doha	www.comfotelevators.com	+974 4451 9947
Asansörler	Technical Oilfield Supplies Centre	Doha	www.tosc.com.qa	+974 4416 6607
Asansörler	Al Ekhwah Elevators	Doha	-	+974 4483 1574
Asansörler	Al Maamoura for Lifts & Escalators WLL	Doha	-	+974 4450 1172
Asansörler	Atlas Lifts	Al Saad	-	+974 4455 4848
Asansörler	City Elevators & Escalators WLL	Doha	-	+974 4432 5539
Asansörler	Golden Lines Lifts	Doha	-	+974 4488 5448
Asansörler	Modern Lifts Company WLL	Doha	-	+974 4481 5943
Asansörler ve Vinçler	Al Anis Trading Co.	Doha	www.alanistrading.com	+974 4450 3405
Asansörler ve Vinçler	Al Sheikh Logistics & Heavy Equipment Rental	Doha	www.alsheikhlogistics.com	+974 4037 6076
Asansörler ve Vinçler	Al Jaber Heavy Lift and Transport	Doha	www.ajhl.com	+974 4460 3899
Dorse	Teyseer Trading & Contracting Co WLL	Doha	-	+974 4462 2226
Dorse	Bapco Company	Doha	-	+974 4460 0772
Dorse	Al Reem Transport	Doha	-	+974 4460 6055
Dorse ve Römorklar	Al Hamad Trading & Contracting Est	Doha	www.alhamadtrading.com	+974 4468 8220
Hidrolik Sistemler	Al Malki Group of Companies	Doha	www.aac.com.qa	+974 4407 1000
Hidrolik Sistemler	Albina-Qatar	Doha	www.albinagroup.com	+974 4491 4700
Hidrolik Sistemler	Darwish Trading Co.Construction Equip. Div.	Doha	www.darwish-tdg.qa	+974 4468 3361
Hidrolik Sistemler	Al Jaber Group	Doha	www.aljaberqatar.com	+974 4437 2551
Hidrolik Sistemler	Leader Specialist Hydraulics	Doha	www.leaderhydraulics.com	-

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Hidrolik Sistemler	Al Omda Technical Company	Doha	www.oitsco.com	+974 4442 8983
Hidrolik Sistemler	Gulf International Projects Development Co.	Doha	www.gipdc.com	+974 4441 1633
Hidrolik Sistemler	NSCC International Doha (L.L.C.)	Doha	-	+974 4435 0801
Hidrolik Sistemler	QATAR POLYCON WLL	Doha	-	+974 4487 5222
Hidrolik Sistemler	Qatar Quarry Company W.L.L	Doha	-	+974 4465 3071
Hidrolik Sistemler	Advanced Fluid Power (AFP Qatar)	Al Wakra	-	+974 4016 4275
Hidrolik Sistemler	Al Obeidly & Gulf Eternit Trading Co WLL	Doha	-	+974 4465 1278
Römorklar	Taleb Trading Co.	Doha	www.talebgroup.com	+974 4466 0041
Vinçler	Dolphin Trading and Logistics	Doha	www.dolphinlogisticsqatar.com	+974 4017 5978
Vinçler	Aryan Cranes & Heavy Equipment W.L.L	Doha	-	+974 4165 9891
Vinçler	Al Anis Trading Co WLL	Doha	-	+974 4451 7575
Vinçler	Al Farhan Crane & Forklift Hire	Doha	-	+974 4467 2399
Vinçler	Al Wasit Machinery Trading Co (Qatar) WLL	Doha	-	+974 4450 1597
Vinçler	Alfaris Cranes	Doha	-	+974 4479 6333
Vinçler	Allcrane WLL	Doha	-	+974 4458 0644
Vinçler ve Hidrolik Sistemler	Doha Hydraulic Services	Doha	-	+974 4465 9067
Vinçler ve Hidrolik Sistemler	Middle East Hydraulics Trading and Services	Doha	-	+974 4473 9663

7.1.3 Danimarka

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Araç Üstü Ekipman	Carl Stahl Danrope	Fredericia	www.carlstahl.dk	+45 76 24 02 34
Asansörler	CERTEX DANMARK	Vojens	www.certex.dk	+45 74 54 14 37
Asansörler	Jema Agro	Bjerringbro	www.jema.as	+45 86 68 16 55
Dorse	Jørn Bolding	Esbjerg V	www.bolding.as	+45 75 15 50 33
Dorse	Novatech	Aalborg	www.novatech.dk	+45 98 16 50 09
Dorse	Danway	Ans By	www.euronor.dk	+45 87 70 30 80
Dorse ve Hidrolik Sistemler	Grene Danmark	Skjern	www.grene.dk	+45 96 80 85 00
Dorse ve Römorklar	Lastas	Hedensted	www.lastas.dk	+45 72 19 80 00
Hidrolik Sistemler	Tekemas	Rødovre	www.tekemas.dk	+45 36 70 60 00
Hidrolik Sistemler	Grønbech & Sønner	København SV	www.g-s.dk	+45 33 26 63 00
Hidrolik Sistemler	Hans Buch	Albertslund	www.hansbuch.dk	+45 43 68 50 00
Hidrolik Sistemler	Brd. Klee Ingeniør- & Handelsaktieselskab	Albertslund	www.klee.dk	+45 43 86 83 33
Hidrolik Sistemler	Brevini Danmark	Karlsunde	www.brevini.com	+45 46 15 45 00
Hidrolik Sistemler	Dani-tech	Haderslev	www.dani-tech.com	+45 76 34 23 00
Hidrolik Sistemler	El-Motorservice	Hirtshals	www.elmotorservice.dk	+45 98 94 15 95
Hidrolik Sistemler	Topp Trykluft A/S	Slangerup	www.topptrykluft.dk	+45 97 22 00 77
Hidrolik Sistemler	Villiam Petersen, Tandhjulsfabriken Horsens A/S	Horsens	www.tandhjulsfabriken.dk	+45 75 62 16 22
Hidrolik Sistemler	AxFlow A/S	Smørum	www.axflow.com	+45 7010 3550
Hidrolik Sistemler	Delta Elektronik A/S	Taastrup	www.deltaelektronik.dk	+45 4371 8088
Hidrolik Sistemler	Techno Flex	Them	www.technoflex.dk	+45 87 24 45 45
Hidrolik Sistemler	Reinhold Andersen	Fredensborg	www.reinholdandersen.dk	+45 48482900
Hidrolik Sistemler	Jens A.		www.jaj.dk	+45 9633 1700
Hidrolik Sistemler	Sanistål	Aalborg	www.sanistaal.com	+45 96 30 60 00
Hidrolik Sistemler	PRONOR INDUSTRIAL TECHNOLOGY AS	Aarhus	www.pronor.dk	+45 70 15 35 00
Hidrolik Sistemler	Southern Electric ApS	Sønderborg	www.sydelektro.dk	+45 96 18 18 18
Hidrolik Sistemler	Hoppe Elektro Aps	Kolding	www.hoppeelektro.dk	+45 75 52 11 11

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Hidrolik Sistemler	Alderslyst Elektro A / S	Silkeborg	www.alderslyst-elektro.dk	+45 8682 7411
Hidrolik Sistemler	Thy Elektro A / S	Thisted	www.thy-elektro.dk	+45 97 92 20 77
Hidrolik Sistemler	Brønderslev Elektro A / S	Brønderslev	www.elektro.dk	+45 98 82 07 00
Hidrolik Sistemler	Elmeq A/S	Hørsholm	www.elmeq.com	+45 4516 6363
Hidrolik Sistemler	Bevi A/S	Hedehusene	www.bevi.dk	+45 39 67 36 05
Hidrolik Sistemler	PFI FLOW TECHNIQUES	Hedehusene	www.pfiflowteknik.dk	+45 44600300
Hidrolik Sistemler	UNIT-PUMP A/S	Kvistgaard	www.unit-pump.dk	+45 49138000
Hidrolik Sistemler	AVN Gruppen	Brøndby	www.avn.dk	+45 70 20 04 11
Hidrolik Sistemler	Manicus ApS	Haslev	www.manicus.dk	+45 45 82 09 00
Hidrolik Sistemler	PUMP GROUP A / S	LYNGBY	www.pumpegruppen.dk	+45 45 93 71 00
Hidrolik Sistemler	IWAKI Nordic A / S	Hillerød	www.iwaki.dk	+45 48 24 23 45
Hidrolik Sistemler	Dani Trading A / S	Kolding	www.danitrading.dk	+45 75 50 54 24
Hidrolik Sistemler	Harald V. Lassen A / S	Hørsholm	www.hvl.dk	+45 44 34 01 00
Hidrolik Sistemler	Granzow A/S	Glostrup	www.granzow.dk	+45 43 20 26 00
Hidrolik Sistemler	Hydra-Comp A/S	Skive	www.hydra-comp.com	+45 9669 4080
Römorklar	Johannes Mertz	Nykøbing F	www.mertz.dk	+45 54 85 32 99
Römorklar	Maskinhandler Indkøbsringen Amba	Vejle	www.mi.dk	+45 76 40 86 00
Römorklar	Stenderup	Rødning	www.stenderup.eu	+45 70 10 61 91
Römorklar	Randers Materiel Service ApS	Randers	www.rms-truck.dk	+45 86 40 15 00
Römorklar	Henrik A. Fog A/S	Brøndby	www.hafog.dk	+45 43 96 66 11
Vinçler ve Asansörler	Midtjydsk Elektro A / S	Herning	www.me.dk	+45 97 12 66 44
Vinçler ve Asansörler	NORD ELECTRO A / S	AALBORG	www.nordelektro.dk	+45 96303888
Vinçler ve Asansörler	Konecranes	Vejle	www.konecranes.dk	+45 70 22 36 37
Vinçler ve Asansörler	Einar Madsen ApS	Rødovre	www.einarmadsen.dk	+45 36 41 19 66
Vinçler ve Asansörler	Terex Material Handling A/S	Skovlunde	www.demagcranes.dk	+45 44 82 84 00
Vinçler ve Hidrolik Sistemler	H. Serup Olesen	Brande	www.hso.dk	+45 97 18 13 11
Vinçler ve Römorklar	Vareborsen.dk ApS	Frederiksberg	www.vareborsen.dk	+45 65 38 33 83

7.1.4 Güney Kore

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Araç Üstü Ekipman	HYUNDAI HOIST CO.,LTD	Incheon	www.hdhoist.com	+82 032 818 1805
Asansörler	Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering Co., Ltd.	Gyeongsangnam-do	www.dsme.co.kr	+82 055 735 2114
Asansörler	Doosan Heavy Industrial & Construction Co.,Ltd	Gyeongsangnam-do	www.doosanheavy.com	+82 055 278 7858
Asansörler ve Vinçler	Posco Engineering & Construction Co, Ltd.	Gyeongsangbuk-do	www.poscoenc.com	+82 054 223 6114
Asansörler ve Vinçler	Soosung Lift Mfg Co.,Ltd.	Incheon	www.soosung.com	+82 032 820 5160
Dorse	KOREA TRAILER CO., LTD	Ulsan	www.kortrailer.com	+82 052 239 9303~4
Dorse	DAEJI PRECISION & INDUSTRIES CO.,LTD	Gyeonggi-do	www.daejicar.com	+82 704 918 2852
Dorse	PYUNGKANG BIO MECHATRONICS CO.,LTD	Jeollabuk-do	www.pksv.com	+82 063 858 757
Dorse ve Römorklar	Hhico Corporation	Chungcheongnam-do	www.hhico.co.kr	+82 041 581 3020
Hidrolik Sistemler	Yi Kang Marine Suppliees Co.,Ltd.	Busan	www.yikang-marine.com	+82 051 413 8801~7
Hidrolik Sistemler	SEGIBIZ CO., LTD	Busan	www.jointbox.com	+82 051 322-7220
Hidrolik Sistemler	JEIL HYDRAULIC CO., LTD.	Busan	-	+82 051 204 4042
Hidrolik Sistemler	DAEDONG ENGINEERING Co., Ltd.	Gyeonggi-do	www.dd-eng.com	+82 031 906 7896
Hidrolik Sistemler	Dongjin Motor Ind.co.,Ltd	Busan	-	+82 051 558 6234
Hidrolik Sistemler	Hana Biznet Trading Co., Ltd.	Seoul	-	+82 02 719 8316
Hidrolik Sistemler	Sunjin Coporation	Seoul	www.sunjin21.co.kr	+82 02 615 1800
Hidrolik Sistemler	SMEC CO Ltd.	Gyeonggi-do	www.smec.co.kr	+82 031 988 4862
Hidrolik Sistemler	GEM Co., Ltd.	Busan	www.gem-motor.com	+82 051 556 5960~2
Hidrolik Sistemler	HIMC CO., LTD.	Changwon-si	www.himc.kr	+82 055 297 3080

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Hidrolik Sistemler	SINJIN PRECISION CO. LTD	Gwangju	www.sjpsu.com	+82 062 954 0951
Hidrolik Sistemler	Korea Hydmag Corporation	Incheon	www.hydmag.com	+82 032 822 2532
Hidrolik Sistemler	Joyang Co., Ltd.	Daegu	www.joyang.net	-
Hidrolik Sistemler	Dong Hae Pump	Seoul	www.donghaepump.co.kr	+82 02 804 7122
Hidrolik Sistemler	YoungWha Industry Co.,Ltd	Jeollanam-do	www.youngw.co.kr	+82 062 956 6080
Hidrolik Sistemler	A'One Machinery Co., Ltd.	Seoul	www.aone1.co.kr	+82 023 665 2132
Hidrolik Sistemler	Daeryuk Corp.	Seoul	www.daeryuk.com	+82 02 422 1615
Römorklar	Tong Yang Moolsan Co., Ltd.	Seoul	www.tym.co.kr	+82 02 3014 2800
Vinçler	Hyundai Merchant Marine Co., Ltd.	Seoul	www.hmm21.com	+82 023 706 5114
Vinçler	Vsl Korea Co., Ltd.	Gangdong	www.vslkorea.co.kr	+82 022 041 7729
Vinçler	New Korea Trading Corp.	Seoul	www.nkt.co.kr	+82 025 822 714
Vinçler	Daeseung Int'l Co.,Ltd.	Seoul	www.daesung.co.kr	+82 022 170 2100

7.1.5 Suudi Arabistan

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Araç Üstü Ekipman	Alhazm Industrial Equipment	Dammam	www.al-hazm.com	+966 138373050
Araç Üstü Ekipman	Zahid Tractor & Heavy Machinery Co., Ltd.	Jeddah	www.zahid.com	+966 6671156
Araç Üstü Ekipman	Abahsain, Saleh & Abdulaziz Co., Ltd.	Al Khoba	www.abahsain.net	+966 38984045
Araç Üstü Ekipman	Al-Othman Holding Co.	Al-Khobar	www.al-othman.com	+966 138145548
Asansörler	Gulf Elevator & Escalators Company Ltd	Jeddah	www.gulfelevators.com	+966 26080588
Asansörler	Al Arishi Trading & Contracting Est.	Riyadh	www.rtcc.com.sa	+966 014164111
Asansörler	The Eastern Morris Crane Company Ltd.	Dammam	www.emc.com.sa	+966 138473232
Asansörler	Najeeb Mohammed Khan Est	-	-	+966 6477124
Asansörler	Blue Ocean Elevators	Riyadh	-	+966 0112243055
Asansörler ve Hidrolik Sistemler	Saudi Basic Technology Co.	Jeddah	www.sabtech.com.sa	+966 920003880
Dorse	Arabian Metal Industry Ltd	Jeddah	www.truck-body.com	+966 126821410
Dorse	Orient Marketing & Trading Co. (Omatra)	Jeddah	www.omatra.org	+966 126728545
Hidrolik Sistemler	Industrial Supplies Development Company Ltd	Al Khobar	www.isd.com.sa	+966 38933548
Hidrolik Sistemler	Ahmed Al Obaid Trading Est	Ramman	www.alobaidtrading.com	+966 502427267
Hidrolik Sistemler	Saudi Gulf Hydraulics Company Ltd	Riyadh	www.saudigulphydraulic s.com	+966 112651616
Hidrolik Sistemler	Al Khorayef Industries Co Ltd	Riyadh	www.alkhorayef.com	+966 114955452
Hidrolik Sistemler	Juffali, E. A. & Brothers Liebherr Division	Jeddah	www.juffali.com	+966 126672222
Hidrolik Sistemler	Wadi Sona Hydraulic	Riyadh	www.wadisona.com.sa	+966 2044755
Hidrolik Sistemler	Saudi Industrial Tools Corporation	Jeddah	www.sitaco.com.sa	+966 0126820458
Hidrolik Sistemler	Al Samhan Factory for Saudi Pumps Company Limited	Riyadh	-	+966 114982244
Hidrolik Sistemler	The Saudi Basic Technology	Jeddah	www.sabtech.com.sa	+966 26080888
Hidrolik Sistemler	Abdul Rahman Bin Abdullah Al Oshaiwan & Bros. Factory Co. For Agricultural Pumps	Riyadh	-	+966 0112651754
Hidrolik Sistemler	Saudi Pump Factory SPF	Riyadh	-	+966 0112652123

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Hidrolik Sistemler ve Dorse	Trolley Carriage And Iron Works Factory Co. Ltd	Riyadh	www.arabatco.com	-
Hidrolik Sistemler ve Dorse	Abdul Latif Jameel Co. Ltd	Jeddah	www.alj.com	+966 126930000
Hidrolik Sistemler ve Dorse	AL GHAMMAS FACTORY FOR PUMPS & AGRICULTURAL MACHINERY	Riyadh	-	+966 14955551
Vinçler	Al Zamil Heavy Industries Ltd.	Jeddah	www.zhilt.com	+966 6992411
Vinçler	Alatas Biglift Co., Ltd.	Jeddah	www.alatasbiglift.com	+966 126570458
Vinçler	Abdul Wahab Al Akeel & Brothers Company	Jeddah	-	+966 6675599
Vinçler ve Asansörler	Space Lines Elevators	Jeddah	www.space-elevators.com.sa	+966 0126722366
Vinçler ve Asansörler	Al Arrab Contracting Company Ltd	Riyadh	www.arrab.com	+966 112109525
Vinçler ve Asansörler	Arabian Inspection & Survey Co. Ltd. Managers Aet Lloyd's Agency	Jeddah	www.ais-survey.com	+966 012657904
Vinçler ve Asansörler	SAUDI CRANES & STEEL WORKS FACTORY LTD.	Jubail	-	+966 133410030
Vinçler ve Dorse	Rolaco Trading & Contracting Abdulaziz Al-Abdullah Al-Sulaiman & Co.	Jeddah	www.rolaco.com.sa	+966 122523456
Römorklar	Mohamed And Ali Al Abdullah Al Faddaghi For Agricultural & Industrial Equipments	Riyadh	-	+966 4956500

7.2 Sektör Dernekleri & Ticaret Organizasyonları

Dernek Adı	Telefon	İnternet Sitesi	Ülke	Email
Algerian Chamber of Commerce and Industry	021 96 77 77 / 021 96 66 66	http://www.caci.dz/en-us	Cezayir	infos@caci.dz
Qatar Chamber of Commerce and Industry	+974 44559111	http://qatarchamber.com/	Katar	info@qcci.org
Denmark Chamber of Commerce	61 08 9848 2065	http://denmarkchamber.com.au/index.php	Danimarka	info@denmarkchamber.com.au
The Danish Construction Association	72 16 00 00	https://www.danskbyggeri.dk/english	Danimarka	info@danskbyggeri.dk
Korea Association of Machinery Industry (KOAMI)	+82 2 369 7851	http://www.koami.or.kr	Güney Kore	trade@koami.or.kr
Council of Saudi Chambers	00966 11 218 2222	http://www.csc.org.sa/English/Pages/default.aspx	Suudi Arabistan	–
Riyadh Chamber	+699 11 4040044	http://chamber.sa/English/Mainpage/pages/homepage.aspx	Suudi Arabistan	–

7.3 Lojistik Firma Bilgileri

Firma İsmi	Telefon	Email	İnternet Sitesi	Adres
Arkas Lojistik	(0312) 4662701	lojistik.ankara@arkaslojistik.com.tr	www.arkaslojistik.com.tr	Şehit Ersan Cad./çoban Yıldızı Sok. No:1 D:12, Çankaya/Ankara
Horoz Lojistik/ Horoz Bollore	(0212) 4561000	info@horoz.com.tr	www.horoz.com.tr	Mahmutbey Mahallesi Taşocağı Yolu Özlem Sokak Kısık Plaza Kat:1 No:6 Bağcılar/İstanbul
Mars Lojistik	(0212) 4114444	iletisim@marslogistics.com	www.marslogistics.com	Adres : Merkez Mah. Değirmenbahçe Cad. No :21 34197 Yenibosna İstanbul
Borusan Lojistik	(0212) 4731515	—	www.borusanlojistik.com	Bayar Caddesi, Şehit Mehmet Fatih Öngül Sokak, Bağdatlıoğlu Plaza, No:3, Kozyatagi, 34742, Kadıköy İstanbul
Netlog Lojistik	(0212) 6225000	—	www.netlog.com.tr	Sanayi Mh. Tunç Cd. No: 1 34920 Esenyurt / İstanbul
Dhl	(0212) 692 5050	—	www.dhl.com.tr	Fatih Cad./fulya Sok. No:37
İnci Lojistik	(0216) 5735252	istanbul@incilojistik.com	www.incilojistik.com	Kayışdağı Cad. Ayşe Hatun Çeşme Sok. No:9 K.Bakkalköy / Ataşehir / İstanbul
Msc	(0232) 4886200	mscizm@msc.com.tr	www.msc.com	Şehitler Caddesi 1530 Sokak No:1, 35230 Alsancak (İzmir)
DSV	(0212) 886 10 30	—	www.tr.dsv.com	Kaya Milenium İş Merkezi Cumhuriyet Mah Şimşek Sk No: 2/A Kat.10 Daire No:154 34500 Beykent - Büyüçekmece İstanbul
3K Lojistik	(0212) 212 00 29	info@3klogistics.com	http://www.3klojistik.com	Propa Plaza, Esentepe Mah. Kore Şehitleri Cad. No:4 Kat:-1 D:4 34394 Zincirlikuyu/Şişli/İstanbul
Batu Lojistik	444 22 88	info@batulogistics.com	http://www.batulogistics.com	Oruçreis Mah. Tekstilkent Cad. Koza Plaza B Blok No:12/B Kat:2 D:6-7 Atışalanı / Esenler 34235 İstanbul - Türkiye
Omsan Lojistik	(0216) 458 55 55	omsan@omsan.com	http://www.omsan.com/	Tugay Yolu No: 10 Cevizli Maltepe 34846 İstanbul Türkiye
Ekol Lojistik	(0216) 564 30 00	info.turkey@ekol.com	http://www.ekol.com/tr	Ekol Caddesi No:2 Sultanbeyli- İstanbul
Cma Cgm	(0212) 340 30 00	—	https://www.cma-cgm.com/	Eski Büyükdere Cad. No:13 Güney Plaza Maslak

7.4 Fuarlar

Ürün	Ülke	Fuar Adı	Tarih	İnternet Sitesi	Adres
Araç Üstü Ekipman	Cezayir	The Best5 Algeria	23- 26 Kasım 2017	http://www.best5algeria.com/	Safex Expo Center, Cezayir
Asansörler	Cezayir	BATIMATEC	Henüz organizasyon tarihi netleşmemiştir.	http://www.batimatecexpo.com/	107 Rue des Aveugles Draria, Cezayir
Hidrolik Sistemler/ Asansörler	Cezayir	SITP	23- 27 Kasım.2017	http://www.salontp.com/	Palais des Expositions, Pins Maritimes Algiers, Algeria
Araç Üstü Ekipman	Katar	HEAVY MAX	08-11 Mayıs 2017	http://www.heavymaxqatar.com/	Doha Exhibition & Convention Center, Katar
Araç Üstü Ekipman	Katar	Project Qatar	08-11 Mayıs 2017	http://www.projectqatar.com/	Doha Exhibition & Convention Center, DEEC
Hidrolik Sistemler	Danimarka	HI-INDUSTRIMESSEN	03- 05 Ekim 2017	http://www.hi-industry.dk/	Exhibition Centre Herning, Danimarka
Araç Üstü Ekipman	Danimarka	AGROMEK	29 Kasım- 2 Aralık 2016	https://www.agromex.com/about-agromex	MCH Messe Center Herning, Herning, Danimarka
Araç Üstü Ekipman	Güney Kore	Korea International Materials Handling & Logistics Exhibition	18-21 Nisan 2017	https://www.koreamat.org/eng/mat/introduce.asp	Hall 9, KINTEX 2 (Korea International Exhibition Center 2), Kore
Hidrolik Sistemler	Güney Kore	Daegu International Machinery Industry Expo - DAMEX	Henüz organizasyon tarihi netleşmemiştir.	http://www.damex.co.kr/eng/	Exco Exhibition and Convention Center Daegu, Güney Kore
Asansörler	Güney Kore	International Lift Expo Korea	Henüz organizasyon tarihi netleşmemiştir.	http://liftexpo.co.kr/wpen/	COEX Hall C, Seoul Güney Kore

Ürün	Ülke	Fuar Adı	Tarih	İnternet Sitesi	Adres
Hidrolik Sistemler	Güney Kore	AUTOMATION WORLD-aimex & Korea Vision Show	29- 31 Mart 2017	https://www.expocheck.com/en/expos/3790-automation-world-aimex-korea-vision-show	COEX Exhibition Center, Güney Kore
Araç Üstü Ekipman	Suudi Arabistan	Saudi Build - The PMV Series	23- 26 Ekim 2017	https://www.expocheck.com/en/expos/54965-saudi-build-the-pmv-series-international-	RICEC- Riyadh International Convention & Exhibition Center, Suudi Arabistan
Araç Üstü Ekipman	Suudi Arabistan	Saudi Build	Henüz organizasyon tarihi netleşmemiştir.	http://saudibuild-expo.com/	Riyadh International Convention & Exhibition Center
Hidrolik Sistemler	Suudi Arabistan	Machinex Arabia	Henüz organizasyon tarihi netleşmemiştir.	http://machinex-arabia.com/	Jeddah Centre for Forums & Events, Jeddah, Suudi Arabistan
Araç Üstü Ekipman	Suudi Arabistan	Buildex- Saudi Int'l Building, Construction & Heavy Equipment Exhibition	06- 09 Mart 2017	http://buildex-sa.com/page/10/Exhibit/	Dhahran International Exhibitions Center, Khobar - Dammam Highway Suudi Arabistan
Hidrolik Sistemler	Suudi Arabistan	Metal & Steel Saudi Arabia	30 Nisan- 3 Mayıs 2017	http://www.metalsteelsa.com/	RICEC- Riyadh, Suudi Arabistan
Araç Üstü Ekipman	Suudi Arabistan	MATERIALS HANDLING SAUDI ARABIA	Henüz organizasyon tarihi netleşmemiştir.	http://www.materialshandlingksa.com/frankfurt/131/for-visitors/welcome.aspx	Park Hyatt, Jeddah, Suudi Arabistan