



Küresel Sektör  
Eğilimleri ve Öncelikli  
Hedef Pazarlar Analizi Raporu

# Makine

## İmalat Sanayi Sektörü



  
**KONYA**  
**SANAYİ ODASI**  
KONYA CHAMBER OF INDUSTRY

  
**KONYA**  
**TİCARET**  
**BORSASI**

  
1882  
**KONYA TİCARET ODASI**  
KONYA CHAMBER OF COMMERCE

# İçindekiler

Yönetici Özeti .....	4
<b>1. Giriş .....</b>	<b>10</b>
<b>2. Küresel Makine İmalat Sanayi Sektörü Dış Ticaret Eğilimleri Analizi .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1. Ambalaj Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>17</b>
<b>2.2. Değirmen Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>22</b>
<b>2.3. Metal İşleme Tezgahları Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>25</b>
<b>2.4. Sondaj Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>28</b>
<b>2.5. Rektifiye Tezgahları Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>30</b>
<b>2.6. Fanlar Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>32</b>
<b>2.7. Dökme Eşya Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>34</b>
<b>2.8. Isıtıcılar ve Fırınlar Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>36</b>
<b>3. Türkiye Makine İmalat Sanayi Sektörü Analizi .....</b>	<b>39</b>
<b>3.1. Ambalaj Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>39</b>
<b>3.2. Değirmen Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>49</b>
<b>3.3. Metal İşleme Tezgahları Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>54</b>
<b>3.4. Sondaj Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>59</b>
<b>3.5. Rektifiye Tezgahları Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>65</b>
<b>3.6. Fanlar Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>70</b>
<b>3.7. Dökme Eşya Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>75</b>
<b>3.8. Isıtıcılar ve Fırınlar Dış Ticaret Eğilim Analizi .....</b>	<b>81</b>
<b>4. Konya Makine İmalat Sanayi Sektörü İhracat Performansı .....</b>	<b>87</b>
<b>5. Hedef Pazarların Analizi .....</b>	<b>91</b>
<b>5.1. Hedef Pazarların Belirlenmesi .....</b>	<b>91</b>
<b>5.2. Hedef Pazarların Analizi .....</b>	<b>94</b>
<b>5.2.1. Cezayir .....</b>	<b>94</b>
<b>5.2.2. Avustralya .....</b>	<b>108</b>

5.2.3. Kanada .....	121
5.2.4. ABD .....	134
5.2.5. Özbekistan.....	147
<b>5.3. Hedef Pazarlarda Gümrük Vergileri, Ticari Anlaşmalar, Standartlar ve Regülasyonlar.....</b>	<b>160</b>
<b>6. Değerlendirme ve Sonuç.....</b>	<b>165</b>
<b>7. Ekler.....</b>	<b>168</b>
7.1. Potansiyel Alıcı Bilgileri.....	169
7.1.1. Cezayir.....	169
7.1.2. Avustralya .....	173
7.1.3. Kanada .....	178
7.1.4. ABD .....	182
7.1.5. Özbekistan.....	186
7.2. Sektör Dernekleri ve Ticaret Organizasyonları.....	189
7.3. Lojistik Firma Bilgileri .....	192
7.4. Fuarlar.....	193

## Yönetici Özeti

Konya ili makine imalat sanayi üreticilerine küresel pazarda sektörün mevcut durumu ve eğilimleri ile öne çıkan ülkeler hakkında bilgi vermek ve ilgili firmaların ihracatlarını bu ülkeler üzerinden artırmalarına katkı sağlamayı amaçlayan bu rapor, EY Danışmanlık Hizmetleri tarafından Konya Ticaret Odası için hazırlanmıştır. Raporda Dünya, Türkiye ve Konya ili makine imalat sanayi sektörünün mevcut durumu, sektördeki dinamikler ve eğilimler yer almaktadır. Bununla birlikte, makine imalat sektörü ihracatçıları için yüksek potansiyel vaat eden beş ihracat pazarı ve pazarlarda faaliyet gösteren potansiyel alıcılar detaylıca incelenmiştir.

Araştırmada incelenen makine imalat sanayi ürün grupları, GTIP kodlarına göre;

- ▶ 842230: **Sıvı Ambalaj Makineleri**
- ▶ 842240: **Katı Ambalaj Makineleri**
- ▶ 843780: **Değirmen Makineleri**
- ▶ 8462: **Metal İşleme Tezgahları**
- ▶ 8430: **Sondaj Makineleri**
- ▶ 8460: **Rektifiye Tezgahları**
- ▶ 841459: **Fanlar**
- ▶ 732599: **Dökme Eşya ve**
- ▶ 851660: **Isıtıcılar & Fırınlar**'dır.

2011- 2015 yılı küresel, Türkiye ve Konya ili seviyesindeki analizler neticesinde Konya ilinde makine imalat sektöründe faaliyet gösteren firmalara yönelik beş hedef pazar belirlenmiştir. Bu ülkeler: **Cezayir, Avustralya, Kanada, ABD, Özbekistan**'dır.

Bu ülkelerin, genel ekonomik ve politik durumları, ilgili alt sektördeki ithalat potansiyelleri, ticari anlaşma/ teşvik/ engel/ prosedürleri, pazardaki büyük oyuncular, sektörel dernekler, potansiyel alıcı bilgileri, lojistik firmaları ile fuarlara ilişkin bilgilere araştırma dahilinde yer verilmiştir.

Raporda makine imalat sektörü ile ilgili olarak küresel pazarda, Türkiye ve Konya ilinde ve hedef pazarlarda öne çıkan analizler<sup>1</sup> aşağıda yer almaktadır.

### **Küresel Makine İmalat Sanayi Sektörü Dış Ticaret Eğilimleri:**

Rapor kapsamında incelenen alt sektörlerin küresel eğilimleri incelendiğinde, sıvı ambalaj makineleri ve fanlar dış ticareti dokuz alt sektör arasından artış eğilimine sahip olan ürünler olmaları ile dikkat çekmektedir. Diğer alt sektörlerde ise az da olsa düşüş eğilimi görülmektedir.

---

<sup>1</sup> Analizler, alt sektör çeşitliliği sebebiyle dış ticaret verileri odaklı yürütülmüştür.

Makine sektörü içerisindeki payı %0,4 olan **sıvı ambalaj makineleri**, 2015 yılı itibariyle 7,5 Milyar \$ dış ticaret hacmine sahiptir. Ambalaj makinesinin bir diğer türü olan **katı ambalaj makinelerinin** makine sektörü içerisindeki payı sıvı ambalaj makineleri ile aynı seviyededir ve 2015 yılı itibariyle dış ticaret hacmi 8,2 Milyar \$'dır. Her iki sektörde de Almanya ve İtalya önemli tedarikçiler olurken, ABD ve Çin büyük tüketiciler olarak öne çıkmaktadır.

Makine sektörü içerisinde %0,05 pay ile yer alan bir diğer alt sektör **değirmen makineleridir**. 2015 yılı dış ticaret hacmi 957 Milyon \$ değere ulaşan sektörün en büyük ihracatçısı Türkiye olurken, en fazla talep Cezayir, Hindistan ve Bangladeş'ten gelmektedir.

Analiz edilen ürünlerden **metal işleme tezgahı** ise makine sektörü içerisinde %0,5'lik bir paya sahiptir. 2015 yılı itibariyle dış ticaret hacmi 9,3 Milyar \$ değerinde olan metal işleme tezgahının en büyük tedarikçileri; Almanya, İtalya ve Japonya'dır. En büyük ithalatçılar ise Çin, ABD ve Meksika'dır.

Dış ticaret hacmi 10,6 Milyar \$ olan **sondaj makinelerinin** makine sektörü içerisindeki payı %0,6'dır. Çin, bu üründe ihracatta lider konumda iken en büyük ithalatçılar olarak Avustralya, ABD ve Suudi Arabistan göze çarpmaktadır.

Küresel makine sektörü içerisindeki payı %0,2 olan **rektifiye tezgahlarının** dış ticaret hacmi 4,3 Milyar \$ değerindedir. Ürünün en büyük ihracatçıları Almanya ve Japonya olurken, ithal eden önemli ülkeler ise Çin ve ABD'dir.

Makine sektörünün bir diğer alt grubu olan **fanlar**, 2015 yılı itibariyle 9,2 Milyar \$ hacme ulaşmıştır ve küresel seviyedeki payı %0,5'tir. Almanya ve Çin en büyük ihracatçılar olarak öne çıkarken, ithalatta ABD ve ağırlıklı re-export yapan Çin öne çıkmaktadır.

Küresel seviyede **dökme eşyalar** 2015 yılı itibariyle 3,5 Milyar \$'lık hacme ulaşmıştır. En büyük tedarikçi olarak Hindistan, en büyük ithalatçılar olarak ise Almanya ve ABD göze çarpmaktadır.

**Isıtıcılar ve fırınlar** 2015 yılı itibariyle 10,1 Milyar \$'lık dış ticaret hacmine sahiptir. İlgili alt sektörün en büyük ihracatçısı Çin, en büyük ithalatçıları ise ABD, Birleşik Krallık ve Almanya'dır.

### **Türkiye Makine İmalat Sanayi Sektörü Dış Ticaret Eğilimleri:**

Türkiye'nin incelenen ürünlerde 2015 yılındaki ihracatı toplam 1,5 Milyar \$ değerine ulaşmıştır. 2011- 2015 yılları arasında Türkiye'nin **sıvı ambalaj makinesi** ihracatı, küresel toplam makine ihracatına oranla altı katı hızla büyümüştür. Türkiye toplam 35,7 Milyon \$ değerindeki ihracatının 24%'lük kısmını Cezayir, Kenya ve İran'a gerçekleştirmiştir. Pazardaki en büyük rakipler; Almanya, İtalya ve Çin'dir.

**Katı ambalaj makinelerinde** ise Türkiye 2011- 2015 yılları arasında küresel toplam makine ihracatının üzerinde büyüme performansı göstererek ihracat payını arttırmıştır. Toplam 89 Milyon \$ değerindeki ihracatının 30%'lük kısmını Cezayir, BAE, Irak, Romanya ve İran'a gerçekleştirmiştir. Aynı zamanda;

Cezayir hariç bu ülkelerde Türkiye'nin payında artış yaşanmıştır. Yine bu pazarda da en büyük rakipler arasında Almanya ve İtalya'ya rastlanmaktadır.

Türkiye, **değirmen makineleri** ihracatı ile küresel seviyede lider konumda olmakla birlikte 2011- 2015 yılları arasında küresel makine pazarının oldukça üzerinde büyüme performansı sergilemiş ve payını arttırmıştır. Toplam 200 Milyon \$ değerindeki ihracatının yarısı Cezayir, Özbekistan ve Kazakistan'a gerçekleştirilmiştir. Lider konumda bulunan ülkeler İran, Mısır, Sudan, Kenya, Irak, Kazakistan, Özbekistan ve Cezayir'dir.

2011- 2015 yılları arasında Türkiye'nin **metal işleme tezgahları** ihracatı, küresel toplam ihracat artışının üzerinde performans göstermiştir. Toplam 280 Milyon \$ değerindeki ihracatın dörtte birlik kısmı Almanya, Suudi Arabistan, ABD ve Rusya'ya gerçekleştirilmiştir. Öte yandan, Almanya, Suudi Arabistan, Kanada, Çek Cumhuriyeti ve Irak pazarlarında büyüme yaşanmıştır. Irak ise lider konumda bulunan tek ülkedir.

Türkiye, 80 Milyon \$ değerindeki **sondaj makineleri** ihracatının hemen hemen yarısını İtalya'ya gerçekleştirmektedir. Ağırlıklı olarak Orta Doğu ülkelerine ihracat gerçekleştirilmektedir. İthalatında lider konumda bulunan İtalya pazarındaki diğer rakip ülkeler ise; Almanya, ABD ve Çin'dir.

Küresel **rektifye tezgahları** sektöründe 12,5 Milyon \$ değerinde ihracat gerçekleştiren Türkiye, 2011- 2015 yılları arasında pazarın üzerinde büyüme göstererek payını az da olsa arttırmıştır. İhracatının 30%'luk kısmını Almanya, Cezayir, ABD ve Birleşik Krallık'a gerçekleştirmiştir. Bununla birlikte, Almanya ve Suudi Arabistan pazarlarında daha da aktif hale gelmiştir. En büyük rakiplerin ise Almanya, İsviçre, İtalya, Çin ve ABD olduğu görülmektedir.

2011-2015 yılları arasında Türkiye'nin **fanlar** ihracatı, küresel toplam ihracat ile paralel büyüme sergilemiştir. Türkiye toplam 54,5 Milyon \$ değerindeki ihracatının yaklaşık 30%'luk kısmını Almanya, Polonya, Rusya, Suudi Arabistan ve Türkmenistan'a gerçekleştirmiştir. Lider konumda olduğu ülkeler Türkmenistan ve Azerbaycan'dır.

Türkiye'nin 2011- 2015 yılları arasında toplam 91,8 Milyon \$ değerindeki **dökme eşya** ihracatının 55%'lik kısmını Almanya ve Birleşik Krallık'a gerçekleştirmiştir. Pazarda bulunan büyük rakiplerden; Çin ve Hindistan uygun fiyatlarla öne çıkarken, Almanya ve Çek Cumhuriyeti kaliteli ürünler ile yer almaktadır.

2011- 2015 yılları arasında Türkiye'nin **ısıtıcılar & fırınlar** ürün grubunun toplam 680,8 Milyon \$ değerindeki ihracatının 40%'lık kısmı Birleşik Krallık, Fransa, Almanya ve İtalya'ya gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin lider konumda olduğu ülkeler Irak ve Kazakistan'dır. Ek olarak İtalya, Polonya ve İspanya pazarlarında, ihracat hacmi yüksek oranlarda büyüme göstermiştir.

## **Konya Makine İmalat Sanayi Sektörü Dış Ticaret Eğilimleri:**

Konya'da makine imalat sanayii kapsamında incelenen alt sektörlerden gerçekleştirilen toplam ihracat 2015 yılında 547,5 Milyon \$'dır. Bu değer, Konya ilinden yapılan toplam ihracatın %40'ına karşılık gelmektedir. Türkiye'nin toplam ihracatı içerisinde ise Konya'nın payı %3,6 seviyelerindedir. Orta Doğu ve Avrupa, en fazla ihracat yapılan bölgelerdir. Cezayir, Irak, İran, Suudi Arabistan, BAE, Almanya ve İtalya'ya yapılan ihracatın yüksek değerlerde olması ise dikkat çekmektedir. Öte yandan, makine imalat sanayiinde yapılan ihracatın 2014 yılına kıyasla azalma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Konya firmalarının en önemli pazarlarından olan Orta Doğu'nun bazı bölgelerinde yaşanan siyasi krizler ve terör sorunları bu durumun başlıca nedenlerindedir.

### **Hedef Pazarlar:**

EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi ve KTO üyesi makine imalat sanayi ihracatçısı firmaların görüşleri doğrultusunda belirlenen **Cezayir, Avustralya, Kanada, ABD ve Özbekistan** pazarları, ilgili makine imalat sanayi ürünlerinin ihracatı için en fazla potansiyel vaat eden pazarlar olarak tespit edilmiştir.



**Cezayir'e** sondaj makineleri hariç analiz edilen tüm ürün gruplarında Türkiye'nin gerçekleştirdiği ihracat 2011-2015 yılları arasında artmıştır. En fazla ithal edilen ürün ise 99,1 Milyon \$ ile katı ambalaj makineleridir. Ülkede, hükümet tarafından sanayileşmeye verilen teşvik ve destek programları ile birlikte yerel ekonomide makine imalat sanayiinin kullanım alanları artış göstermiştir. Türkiye, değirmen makineleri ve ısıtıcılar & fırınlar pazarında halihazırda lider konumdadır.

Ekonomisi 2014 yılı itibariyle %3,8 büyüyen Cezayir'in gelecek dönemdeki ekonomik görünümünün pozitif yönlü ilerlemesi beklenmektedir. Öte yandan döviz kurları ve artan nüfus ile GSYİH'de düşüş beklentisi bulunmaktadır. Ek olarak ülke genel risk göstergeleri riskli seviyede yer almaktadır.



**Avustralya**, 2011-2015 yılları arasında Türkiye'den gerçekleştirdiği sıvı ve katı ambalaj makineleri ve ısıtıcılar & fırınlar ithalatını arttırmıştır. Öte yandan fanlar ve metal işleme tezgahlarında düşüş yaşanmıştır. Dökme eşya, sondaj makineleri, değirmen makineleri, rektifiye tezgahları ürünlerinde ise Türkiye bu pazarda yer almamaktadır. Pazardaki rakipler genel olarak Asya Pasifik ülkeleri ve ABD'dir.

Avustralya, analiz edilen makine imalat sektörü ürünlerinde 2015 yılında toplam 1,9 Milyar \$'lık ithalat gerçekleştirmiştir. Ülkenin en fazla ithal ettiği ürün 1,2 Milyar \$ ile sondaj makineleridir. Bu ürünün ithalatı 2011-2015 yılları arasında %99 artmıştır. Rektifiye tezgahları ve metal işleme tezgahlarında gerçekleştirilen ithalat ise yüksek oranlarda azalmıştır.

Ülke, maden ve mineral kaynakları, gelişmiş tarım sektörü ve güçlü sanayileşme seviyesi ile birlikte makine imalat sanayi için büyük potansiyel vaat etmektedir.

Ekonomisinin büyüyen bir eğilime sahip olmasının yanı sıra nüfustaki artışlar ile 2014 yılında 61 Bin \$ olan GSYİH'nin, 2020 yılı itibarıyla 56 Bin \$'a gerilemesi öngörülmektedir. Öte yandan ülkenin risk göstergeleri oldukça pozitif bir tablo çizmektedir.



**Kanada** pazarında Türkiye, değirmen makineleri, rektifiye tezgahları, metal işleme tezgahları ve ısıtıcılar & fırınlar ürünleri ile yer almakta olup, 2011-2015 yılları arasında ihracatını arttırmıştır.

NAFTA ile birlikte pazarda gümrük vergisi muafiyeti olan ABD, Kanada'nın makine sektöründeki ithalatının yarısından fazlasını karşılamaktadır. Analiz edilen makine imalat sektörü ürünlerinde 2015 yılında yaklaşık 2,1 Milyar \$'lık ithalat gerçekleştiren Kanada, en fazla fanlar, sondaj makineleri ve ısıtıcılar ve fırınlar ürününü ithal etmiştir. Ülkede değirmen makineleri ithalat pazarı yüksek oranda büyümüştür.

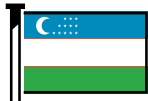
Tüketim açısından küresel seviyede ilk 10'da yer alan Kanada, petrol, madencilik ve imalat sektörü ile öne çıkmaktadır. Genel risk değerleri oldukça pozitif durumda olan Kanada, yatırımcı için uygun ortam sunmaktadır. Öte yandan Dolar kuru karşısındaki dalgalanmalar sebebiyle kişi başına düşen gelirdede düşüş öngörülmektedir.



**ABD**, zengin yeraltı kaynakları ve ithalat hacmi ile oldukça potansiyel vaat eden bir ülkedir. Büyüme gösteren ABD ekonomisinin kişi başına düşen gelirdede de pozitif yönlü etkisinin olması beklenmektedir. Türkiye'nin fanlar, sıvı ve katı ambalaj makineleri, rektifiye tezgahları ve ısıtıcılar & fırınlar ihracatı 2011-2015 yılları arasında artış göstermiştir.

ABD, analiz edilen ürün gruplarında yaklaşık 7,3 Milyar \$'lık ithalat gerçekleştirmiştir. Fanlar ve ısıtıcılar ve fırınlar ürünlerinde 1 Milyar \$'ın üzerinde ithalat gerçekleştiren ülkenin, fanlar, değirmen makineleri ve metal işleme tezgahlarındaki ithalatı yüksek oranda büyümüştür.

Pazardaki en büyük rakipler AB ve Asya Pasifik ülkeleri ve komşu ülkelerdir. ABD tarafından Türkiye'ye herhangi bir vergi uygulanmıyor olması, Türkiye'yi oldukça avantajlı bir konuma getirmektedir.



**Özbekistan'a**, 2011-2015 yılları arasında Türkiye'den gerçekleştirilen ihracatta fanlar, sıvı ve katı ambalaj makineleri, sondaj makineleri, değirmen makineleri, rektifiye tezgahları ürünleri artış göstermiştir. Ek olarak, değirmen makineleri ve ısıtıcılar & fırınlar pazarında Türkiye'nin lider konumda olması dikkat çekmektedir. Pazarda BDT ve AB ülkelerinin büyük rakipler arasında yer aldığı görülmektedir.

Özbekistan, analiz edilen ürünlerde 140 Milyon \$'ın üzerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Sondaj makineleri ve rektifiye tezgahları haricinde incelenen tüm ürünlerde ithalatını artıran ülkenin, en fazla ithal ettiği ürün değirmen makineleridir.

Ülkenin ekonomisinde, yeraltı kaynakları ve tarımın önemli yeri bulunmaktadır. Ekonomisinin 2014 yılındaki %8'lik büyümeye nazaran

yavaşlaması beklenen Özbekistan'ın (2020 yılı itibariyle %6'lık büyüme) kişi başına düşen gelirinde artış öngörülmektedir. Öte yandan ülke risk değerleri riskli seviyede yer almaktadır.

### **Değerlendirme ve Sonuç:**

Değerlendirme ve sonuç bölümünde, Konya ilinde faaliyet gösteren makine imalat sanayi firmaları için beş hedef pazar kapsamında ürün, fiyat, gümrük vergisi ve lojistik ile ilgili analizler gerçekleştirilmiştir. Böylelikle, firmaların bu pazarlarda tüketici ve pazar giriş stratejilerini belirlemeleri için ihracat yol haritası çizilmiştir. Firmaların tecrübe kazanıp yetkinliklerini arttırabilecekleri ve aynı zamanda fiyat avantajı sağlayabilecekleri pazarlar önceliklendirilirken, sertifikasyon gerektiren ve büyük oyuncuların yer aldığı lojistik maliyet oluşturabilecek ülkeler ise orta ve uzun vadede firmaların ihracat yol haritasına dahil edilmiştir.

İhracat yol haritası kapsamında, marka bilinirliği, lojistik avantaj ticari tecrübenin yer aldığı Özbekistan ile değirmen makineleri ve isticılar & fırınlar alt sektörlerindeki pazar bilinirliğinin oldukça yüksek olan Cezayir'e firmaların kısa vadede girmeleri önerilmiştir. İhracat yetkinliklerinin arttırılarak orta vadede Kanada, Avustralya ve ABD'ye ihracatın gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Bu pazarlardaki gerekli standart ve sertifikasyonların orta vadede yerine getirilerek kalitenin de arttırılması mümkün görünmektedir.

Yapılan araştırmalar sonucunda beş hedef pazara yönelik toplamda 400'ün üzerinde 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 ve «Makine İmalat Sanayi İhracatının Geliştirilmesi» projesi kapsamında hazırlanan «Küresel Sektör Eğilimleri ve Öncelikli Hedef Pazarlar Analizi Raporu» Oda görüşü ve onayınasunulmuştur.

Rapor, «Giriş», «Küresel Makine İmalat Sanayi Sektörü Analizi», «Türkiye Makine İmalat Sanayi Sektörü Analizi», «Konya Makine İmalat Sanayi Sektörü Analizi» «Hedef Pazarların Analizi» ile «Değerlendirme ve Sonuç» olmak üzere altı bölümden oluşmaktadır.

## **Küresel Makine İmalat Sanayi Sektörü Analizi başlığı altında**

Makine imalat sanayi sektörü için dokuz 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'nin Sektör Analizi başlığı altında**

Makine imalat sanayi için dokuz 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.

## **Konya'nın İhracat Performansı başlığı altında**

Konya makine imalat sanayi 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 ve KTO üyesi makine imalat sanayi ihracatçısı firmaların görüşleri doğrultusunda 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 pazara yönelik ticari anlaşmalar, standartlar ve teşvikler ile Türkiye'ye uygulanan vergi oranları paylaşılmıştır. Son olarak, Türkiye için ilgili pazardaki fırsat ve tehditler değerlendirilmiştir.

## **Sektör ve sektörün tanımlarının verilmesi:**

Bu rapor çerçevesinde araştırma kapsamına dahil edilen ve aynı zamanda Makine İmalat sanayi sektörünün ilgili dokuz alt sektörünü temsil eden GTİP kodları aşağıda yer almaktadır:

- ▶ **842230- Sıvı Ambalaj Makineleri:** Şişe, kutu, çuval veya diğer kapları doldurmaya, kapamaya, mühürlemeye veya etiketlemeye

mahsus makineler ile şişe, kavanoz, tüp ve benzeri kapları kapsüllemeye ve içecekleri gazlandırmaya mahsus makineler

- ▶ **842240- Katı Ambalaj Makineleri:** Isı ile büzerek ambalajlamaya mahsus makineler dahil olmak üzere diğer paketleme veya ambalajlama makineleri
- ▶ **843780- Değirmen Makineleri:** Değirmencilikte kullanılmaya mahsus olan diğer makine ve cihazlar: Hububat ve kuru baklagillerin öğütülmesine ve işlenmesine mahsus makine ve cihazlar.
- ▶ **8462- Metal İşleme Tezgahları:** Metalleri dövme, çekiçleme veya kalıpta dövme suretiyle işlemeye mahsus takım tezgahları (presler dahil); metalleri kavislendirmeye, katlamaya, düzeltmeye, makasla kesmeye, zımbalı kesmeye, taslak çıkartmaya veya şataflamaya mahsus takım tezgahları (presler dahil); metalleri veya metal karbürleri işlemeye mahsus yukarıda sayılmayan presler
- ▶ **8430- Sondaj Makineleri:** Toprağın, minerallerin veya cevherlerin taşınması, yayılması, tesviyesi, sıyırılması, kazılması, sıkıştırılması, bastırılıp sıkıştırılması, çıkarılması veya delinmesine mahsus diğer makine ve cihazlar; kazık varyosları ve kazık sökme makineleri; kar küreyicileri ve püskürtücüleri
- ▶ **8460- Rektifiye Tezgahları:** Metalleri veya sermetleri taşlama taşları, aşındırıcılar veya parlatma ürünleri vasıtasıyla işleyen çapak alma, bileme, taşlama, honlama, lepleme, parlatma veya başka şekilde tamamlama işlemlerine mahsus tezgahlar (84.61 pozisyonundaki dişli açma, dişli taşlama veya dişli tamamlama tezgahları hariç): Düz yüzey taşlama tezgahları (eksenlerden herhangi birinin ayarlanma hassasiyeti en az 0,01 mm. olanlar)
- ▶ **841459- Fanlar:** Diğerleri: Eksenel (aksiyal) fanlar, santrifüjlü fanlar ve evlerde kullanılanlar
- ▶ **732599- Dökme Eşya:** Diğerleri; Dövülmeye elverişli dökme demirden olanlar, diğerleri
- ▶ **851660- Isıtıcılar ve Fırınlr:** Diğer fırınlar; ocaklar, pişirme sacları, kaynatma halkaları, ızgaralar ve kızartma cihazları ve diğer elektrotermik cihazlar



- ▶ İndia Brand Equity Foundation
- ▶ Indian Steel Strategy Ambition, EY
- ▶ Top Markets: Upstream Oil and Gas Equipment, 2016

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 ölkelik uzun liste EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi kapsamında yer alan filtrelere tabi tutularak elenmiştir:

- ▶ **Filtre 1 kapsamında**, 30 ülke için 2015 yılı toplam Makine İmalat Sanayi 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** 10 ülke için; firmaların ortak öncelikleri, iş ortağı varlığı ve geçmiş tecrübe, pazardaki tüketici profili, ülkelerdeki Türk malı imajı ve ürünlerin pazara uygunluğu dikkate alınmıştır. Makine İmalat Sanayi 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 ve 5 Hedef Pazar seçilmiştir.

EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi, rapor kapsamında yer alan dokuz alt sektörü kapsamaktadır. Bu doğrultuda kısa liste ülkeleri arasına dahil edilen beş hedef pazar her bir alt sektör için değerlendirilerek, bu pazarlarda alt sektörlerin temsiliyet oranları analiz edilmiştir. Pazar araştırmaları kapsamında her bir pazarın alt sektör nezdinde minimum %40 oranında temsiliyete sahip olması, analizlerin tutarlılığı ve kapsayıcılığı açısından önem arz etmektedir. Makine İmalat Sanayi sektörüne yönelik gerçekleştirilen EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi neticesinde her bir alt sektörün minimum %40 oranında, ağırlıklı olarak da %100 oranında temsiliyeti sağlanmıştır. Bu

durum, seçilen beş hedef pazarın çalışma kapsamındaki ilgili makine imalat sanayi alt sektörleri için uygunluğunu göstermektedir.

## 2. Küresel Makine İmalat Sanayi Sektörü Dış Ticaret Eğilimleri Analizi

Küresel makine imalat sektörü ürünlerine ait GTİP kodları üzerinden sıvı ve katı ambalaj makineleri, değirmen makineleri, metal işleme tezgahları, sondaj makineleri, rektifiye tezgahları, fanlar, dökme eşya ve ısıtıcılar & fırınlar olmak üzere dokuz ürün grubunun dış ticaret eğilimleri incelenmiştir. Her bir ürünün 2011-2015 yılları arasındaki ithalat ve ihracat hacmi ile aynı zamanda ilgili ürünlerde yer alan ilk 10 ithalatçı ve ilk 10 ihracatçı ülke analiz edilerek, pazardaki büyük oyunculara yer verilmiştir. Bu doğrultuda ilgili analizler aşağıda yer almaktadır.

- ▶ 2011-2015 yılları arasında **sıvı ambalaj makinesi**<sup>2</sup> dış ticaretinin artış eğilimine sahip olduğu tespit edilmiştir. İlgili ürünün küresel makine sektörü içerisindeki payı ise %0,4'tür. Öte yandan küresel makine içerisindeki payı bakımından sıvı ambalaj makineleri ile eşit olan katı ambalaj makinesinin dış ticareti negatif yönlü bir eğilime sahiptir. Sıvı ve katı ambalaj makinesi ihracatında Almanya ve İtalya önemli tedarikçiler konumundadır. Ek olarak, ambalaj makineleri sektöründe ihracat hacimleri ile dikkat çeken ABD ve Çin, bu ürünlerin ithalatında lider konumdadır. Gelişmiş ülkelerdeki artan iş gücü maliyetleri ve çevre faktörü<sup>3</sup> gibi sebeplerden ötürü, Türkiye'nin de aralarında yer aldığı Çin, Hindistan ve Uzak Doğu ülkeleri başta olmak üzere, birçok makine üreticisi, gelişmiş ülkelerin düşük ve orta teknoloji alanında yarattığı boşlukta pay almaya çalışmaktadır.
- ▶ **Değirmen makineleri**, 2011- 2015 yılları arasında dış ticaretinde artan bir eğilim gösterememekle birlikte küresel makine sektörü ihracatı içerisindeki payı %0,05 olmuştur. Türkiye, yatırım ve teknolojik gelişmeleri ile lider tedarikçi konumundadır. Sektörde ithalatı ile öne çıkan ülkeler ise; tarım teşvik politikaları ile dikkat çeken Cezayir, Hindistan ve Bangladeş gibi ülkelerdir.
- ▶ 2011-2015 yılları arasında **metal işleme tezgahı** dış ticareti düşüş eğilimine sahip olup, küresel makine sektörü ihracatı içerisindeki payı %0,5'tir. Almanya, İtalya ve ek olarak Japonya'nın ambalaj makinesi ihracatındaki liderliği burada da dikkat çekmektedir. İthalat hacmi ile öne çıkan ülkeler ise Çin, ABD ve Meksika'dır.
- ▶ Dış ticareti, 2011-2015 yılları arasında düşüş yaşayan **sondaj makinelerinin** küresel makine sektörü ihracatı içerisindeki payı %0,6 olarak yansımıştır. Sondaj makinesi ihracatında Çin lider konumdadır.

<sup>2</sup> Not: Sıvı ve katı ambalaj makineleri, değirmen makinesi, metal işleme tezgahı, sondaj makinesi, rektifiye tezgahı ve fanlar ürünlerinin küresel dış ticaretteki payları 84 GTİP kodu, dökme eşya ürünü 73 GTİP kodu, ısıtıcılar ve fırınlar ürünü ise 85 GTİP kodu üzerinden hesaplanmıştır.

<sup>3</sup> Makine İmalat Sektörü Analiz Çalışması MÜSİAD, 2014

En çok ithalat gerçekleştiren ülkeler ise; Avustralya, ABD ve Suudi Arabistan olarak göze çarpmaktadır.

- ▶ 2011-2015 yılları arası dış ticaret eğiliminde düşüş yaşanan **rektifiye tezgahının** küresel makine sektörü ihracatı içerisindeki payı %0,2'dir. En çok Almanya ve Japonya'nın ihracatı ile dikkat çektiği pazardaki büyük ithalatçılar ise Çin ve ABD'dir.
- ▶ **Fanlar** ürününün dış ticareti 2011- 2015 yılları arasında rapor özelinde incelenen ürünler arasında ve makine sektörü içerisinde artış gösteren iki sektörden biridir. Küresel makine ihracatı içerisindeki payı %0,5 olan fanlar ürününün en büyük tedarikçileri Almanya ve Çin'dir. İthalat pazarında ABD ile yine Çin öne çıkmaktadır. Çin'in bu pazarda etkin olmasındaki en büyük sebep re-export gerçekleştirmesidir. Böylelikle daha önce ihracatı gerçekleştirilen ürünün, yine aynı bölgeye ithalatı gerçekleştirilerek, ürünün gümrük vergisinden muaf tutulması sağlanmaktadır ve maliyet düşürülmektedir.
- ▶ 2011-2015 yılları arasında **dökme eşya** dış ticareti düşüş eğilimi göstermiştir. Dökme eşyanın küresel demir ve çelikten eşya ihracatı içerisindeki payı %1,2'dir ve incelenen ürünler arasında en yüksek paya sahip ürün olma özelliğini taşımaktadır. Hindistan pazardaki en büyük tedarikçi olması ile öne çıkarken, en büyük ithalatçılar ise Almanya ve ABD'dir.
- ▶ **Isıtıcılar ve fırınlara** ait dış ticaret eğilimi, fanlar haricinde büyüme gösteren ikinci üründür. Küresel elektrikli makine ve cihazlar dış ticaretinin içerisindeki payı %0,4 olan ısıtıcılar ve fırınlar sektöründe Çin tedarikçi olarak lider konumdadır. Küresel seviyede en çok ithalat gerçekleştiren ülkeler ise ABD, Birleşik Krallık ve Almanya'dır.

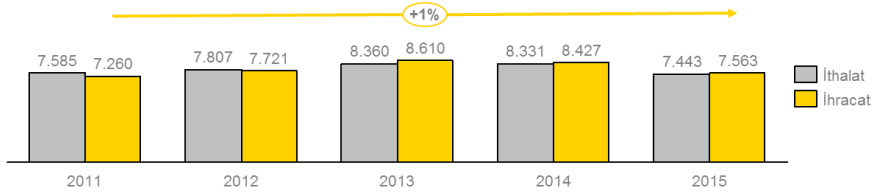
Takip eden bölümde ilgili dokuz alt sektöre ait küresel dış ticaret verileri üzerinden daha detaylı incelemelere yer verilmiştir.

## 2.1. Ambalaj Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi

### Sıvı Ambalaj Makineleri:

Sıvı ambalaj makinesinde 2015 yılında %11 oranında düşüş yaşanmakla birlikte 2011-2015 yılları arasında ithalat ve ihracatın az da olsa artan bir eğilime sahip olduğu gözlemlenmiştir.

**Şekil 1: Sıvı Ambalaj Makinesi 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**

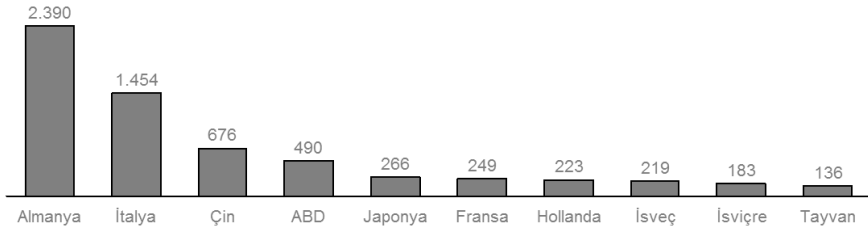


Kaynak: Trademap

Küresel sıvı ambalaj makineleri 2011- 2015 yılları arasında yıllık %1'lik bileşik büyüme oranı ile 7,5 Milyar \$'lık hacme ulaşmıştır.

Sıvı ambalaj makinesi ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

**Şekil 2: Sıvı Ambalaj Makinesi ilk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

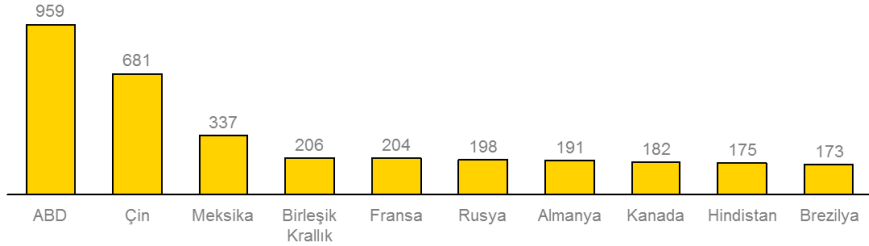
Küresel sıvı ambalaj makinesi ihracatında %32'lik ve %19'luk payları ile Almanya ve İtalya'nın, pazarın yarısına hakim oldukları tespit edilmiştir. Dünyadaki en büyük ambalaj makinesi üreticileri - İsviçre menşeli Sidel Group haricinde -Krones AG, Bosch Packaging Technology ve KHS GmbH Almanya'da yer almaktadır.<sup>4</sup> Hem iç hem de dış pazardaki talebin artış

<sup>4</sup> Statista, 2014

göstermesi Alman firmaların kendilerini geliştirebilmeleri için oldukça olumlu yönde bir etki yaratmıştır.<sup>5</sup> Diğer ihracatçı ülkeler göreceli olarak daha küçük hacimlere sahip olmakla beraber, Çin (%9) ve ABD (%6)'nin pazarda önemli bir yere sahip oldukları gözlemlenmektedir. Sıvı ambalaj makinesi pazarının, Avrupa ağırlıklı olmak üzere, Asya Pasifik ve ABD gibi geniş bir coğrafyada yer aldığı görülmektedir. Almanya ve İtalya sıvı ambalaj makinesi ihracatını daha çok ABD, Çin ve AB ülkelerine gerçekleştirmektedir. Öte yandan Çin, ABD ve Asya Pasifik ülkelerine sıvı ambalaj makinesi tedariki sağlarken, ABD ihracatının yarısını komşu ülkeleri olan Meksika ve Kanada gerçekleştirmektedir.

Sıvı ambalaj makinesi ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

**Şekil 3: Sıvı Ambalaj Makinesi ilk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Küresel sıvı ambalaj pazarında öne çıkan ülkeler %13'lük ve %9'luk payları ile ABD ve Çin'dir. Sıralamada yer alan diğer ülkeler göreceli olarak daha küçük hacimli bir yapıya sahiptir. Genel olarak pazarın, coğrafi açıdan dağınık bir yapıya sahip olduğu gözlemlenmektedir. ABD, sıvı ambalaj tedarikini geniş bir coğrafya üzerinden yapmakla beraber ithalatında öne çıkan ülkeler sırasıyla; Almanya (%27), İtalya (%16,5), Çin (%12,4) ve Kanada(%9)'dır. Çin ise ağırlıklı olarak, Almanya (%27,9), İtalya (%20) ve İsveç (%16)'ten ithalatını gerçekleştirmektedir. Çin tarafından öncelikli olarak AB ülkelerinin tercih edildiği, fakat Asya Pasifik ülkelerinden de tedarik sağlandığı tespit edilmiştir. Gelişmekte olan ülkelerden özellikle Çin ve Hindistan'ın ambalaj makineleri genelinde paketleme sürecindeki hijyene yönelik veya kalitenin muhafaza edilebilmesi için birçok hukuki düzenleme oluşturduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, ithalatı gerçekleştirilmesi planlanan ürünlerin bu standartlarla uyumlu olması gerekmektedir.<sup>6</sup>

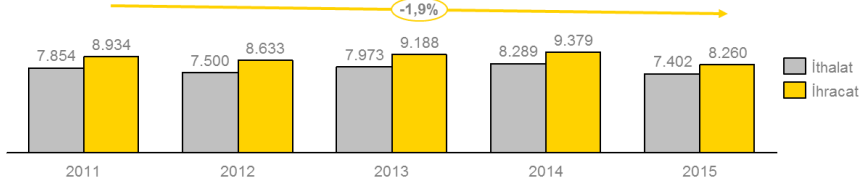
<sup>5</sup> VDMA: Verband Deutscher Maschinen und Anlagenbau, 2015  
Not. İçecek makineleri hariçtir.

<sup>6</sup> Lincoln International: Industrial Packaging Machinery, 2015

## **Katı Ambalaj Makineleri:**

Küresel katı ambalaj makinesi dış ticareti, dalgalı bir yapılanmaya sahiptir. 2015 yılında yaklaşık %12 oranında düşüş yaşanan sektörde 2011-2015 yılları arasında ithalat ve ihracat eğilimi yine negatif yönlü olmuştur.

**Şekil 4: Katı Ambalaj Makinesi 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**

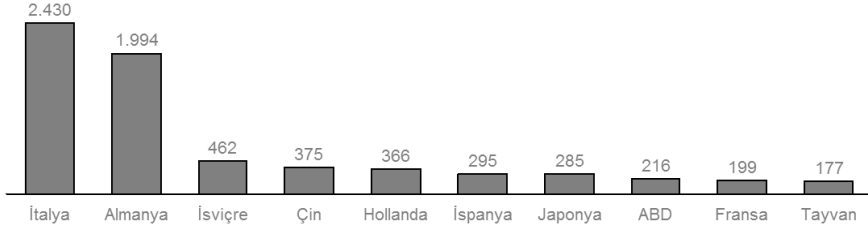


Kaynak: Trademap

Katı ambalaj makinesi küresel dış ticareti 2011-2015 yılları arasında yıllık ortalama %1,9'luk düşüş oranı ile 8,2 Milyar \$ hacindedir.

Katı ambalaj makinesi ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

**Şekil 5: Katı Ambalaj Makinesi ilk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

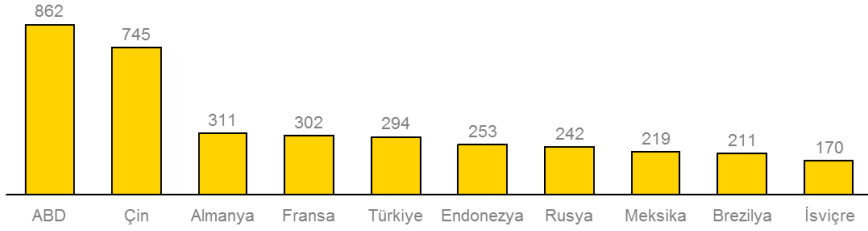
İtalya ve Almanya katı ambalaj ihracatının yarısından fazlasını gerçekleştirerek küresel seviyedeki önemli tedarikçiler konumunda yer almaktadır. Sıralamada yer alan diğer ihracatçı ülkeler genel olarak Avrupa, Asya Pasifik ve ABD gibi bölgelerde yoğunlaşmıştır. İtalya'nın ağırlıklı olarak ABD, Türkiye ve AB ülkelerine katı ambalaj tedariki sağladığı tespit edilmiştir. İtalyan firmaları, küresel seviyede tüm ambalaj makineleri pazarının üçte birine hakim konumdadır ve sektör, Emilia ve Lombardy bölgelerinde yoğunlaşmıştır. 170 adet kuruluş üzerinden sigara paketi, ilaç, kozmetik ve gıda sektörüne yönelik yenilikçi ürünlerin üretildiği makinelere sahiptir.<sup>7</sup> Öte

<sup>7</sup> Euler Hermes: Machinery and Equipment in İtaly, 2014

yandan Almanya ise ABD ve Çin başta olmak üzere aralarında Türkiye'nin de yer aldığı Avrupa ülkelerine ihracat gerçekleştirmektedir.

Katı ambalaj makinesi ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

**Şekil 6: Katı Ambalaj Makinesi ilk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Katı ambalaj makinesi ithalatındaki ana oyuncular, ABD (%12) ve Çin (%10)'dir. Diğer ülkeler ise göreceli olarak daha küçük hacimlidir ve eşit dağılım yapısı görülmektedir. İthalatçı ülkeler genel olarak dağınık bir coğrafi yapılanması bulunmaktadır ve yoğunluk Türkiye'nin de aralarında yer aldığı AB ülkeleri, Meksika ve Asya Pasifik ülkeleridir. Özellikle gelişmiş ülkelerde harcanabilir gelirin artışı ile birlikte, tüketicilerin ambalaja verdiği önem de paralel bir eğilim göstermiş, fonksiyonellik ve kalite gibi unsurlar öne çıkmaya başlamıştır.<sup>8</sup> ABD ve Çin'in, katı ambalaj ihtiyacının yarısından fazlası; Almanya ve İtalya'nın yer aldığı AB ülkeleri tarafından karşılanmaktadır. ABD ek olarak Kanada'yı tercih ederken, Çin'in komşu ülkelerinden Malezya ve Tayvan'ı tercih ettiği gözlemlenmiştir. Küresel seviyedeki en büyük ithalatçıların yine lider konumda yer alan ihracatçı ülkeleri seçtikleri tespit edilmiştir.

Küresel seviyede en çok katı ambalaj ithalatı gerçekleştiren ülkeler arasında beşinci sırada yer alan Türkiye, ithalatının yarısından fazlasını İtalya'dan, %25'lik kısmını ise Almanya'dan gerçekleştirmektedir. Sıralamada yer alan diğer tedarikçi ülkeler oldukça küçük hacimli olmakla birlikte, aralarında ABD'nin de yer aldığı Asya Pasifik ve AB ülkelerinden oluşmaktadır.

Almanya ve İtalya gibi ambalaj sektöründe lider ülkeler teknolojik gelişmeler sebebiyle kaliteli ürün ihtiyacını karşılamak için tercih edilirken, daha uygun fiyatlı ürünler için ise yakın coğrafyadaki ülkeler seçilerek aynı zamanda lojistik avantaj sağlanmaktadır. İtalyan Ambalaj Makinesi Üreticileri Birliği (Ucima) Ipac-lma adlı fuarın, İtalyan markasının tanıtımında oldukça büyük rol

<sup>8</sup> Lincoln International: Industrial Packaging Machinery, 2015

üstlendiğini gözlemlenmiştir.<sup>9</sup> Ambalaj makinesi üretiminde İtalya ile başa baş rekabete sahip olan Almanya, hem AB'de hem de uluslararası pazarlarda önemli bir yere sahiptir. Bunun başlıca sebepleri arasında, otomasyon, gıda güvenliği, tüketimdeki hızlı eğilim değişimleri ve verimlilik yer almaktadır. Alman firmaları, enerjinin verimli kullanılması ve hammaddenin korunmasına yönelik ambalaj makineleri üreterek kullanıcıların maliyet azaltmalarına yardımcı olmaktadır. Ambalaj için kullanılan hammaddelerin fiyatlarındaki artışlar ve son tüketicinin çevreye daha duyarlı olması sebebiyle, ekolojik ambalaj üreten ve aynı zamanda düşük maliyet çıkaran makineler, uluslararası pazarlarda ayrı bir talep ve ilgi görmektedir.<sup>10</sup> Ayrıca Almanya makine sektörü genelinde; *3D Printing*<sup>11</sup>, *Industrie 4.0*<sup>12</sup> internet tabanlı üretim teknolojisi ve robotics & automotion<sup>13</sup> teknolojisi ile tasarım, düşük maliyet, kaliteli ürün ve verimlilik yönündeki geliştirmelerine devam etmektedir.<sup>14</sup>

---

<sup>9</sup> www.packworld.com, 2015

<sup>10</sup> www.packagingeurope.com: VDMA/ Verband Deustcher Maschinen und Anlagenbau

<sup>11</sup> 3 boyutlu yazıcılar ile nihai ürün üretimi

<sup>12</sup> 4. Sanayi Devrimi

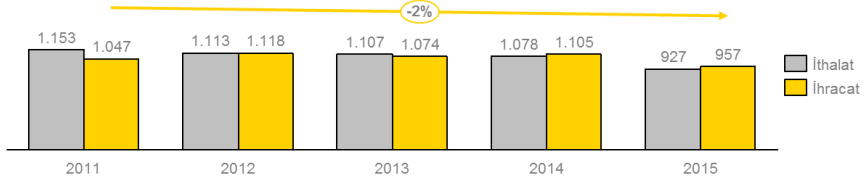
<sup>13</sup> Üretim verimliliğinin artırılması için makineleşme

<sup>14</sup> Industry Overview: Machinery Equipment Industry in Germany, 2016/ 2017, GTAI; Germany Trade & Invest

## 2.2. Değirmen Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi

Değirmen makinelerinde 2015 yılı itibariyle yaklaşık %13 oranında düşüş yaşanmış olup, 2011- 2015 yılları arasında ithalat ve ihracatın da aynı paralellikte düşüş eğilimine sahip olduğu gözlemlenmiştir.

**Şekil 7: Değirmen Makineleri 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**

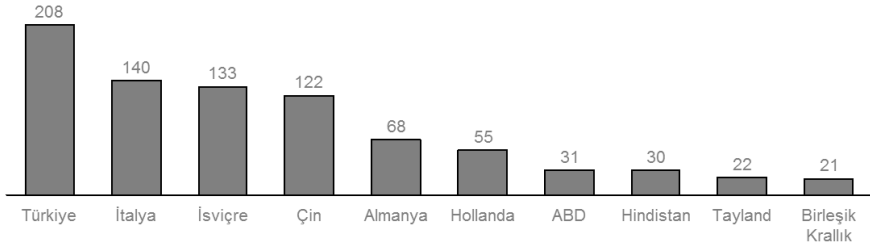


Kaynak: Trademap

2011- 2015 yılları arasında yıllık ortalama %2 oranında düşüşe sahip olan küresel değirmen makineleri dış ticareti 957 Milyon \$'lık hacme ulaşmıştır.

Küresel değirmen makineleri ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

**Şekil 8: Değirmen Makineleri ilk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Türkiye, küresel değirmen makineleri ihracatında %22'lik payı ile dikkat çekmekle beraber, pazarın yarısından fazlasını oluşturan diğer büyük oyuncular sırasıyla; İtalya (%15), İsviçre (%14) ve Çin (%13)'dir. Almanya (%7) ve Hollanda (%6) göreceli olarak daha küçük hacimlere sahip olmakla birlikte pazarda önemli bir yere sahiptir. Değirmen makineleri ihracatının genel olarak Türkiye, AB ülkeleri, ABD ve Asya Pasifik ülkelerinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

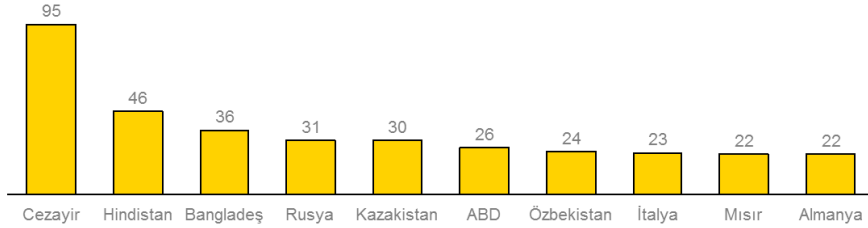
Türkiye, değirmen makineleri ihracatının yarısına yakını Cezayir (%28,7), Özbekistan (%11), Kazakistan (%10) ve Irak (%6,5) gibi Afrika ve yakın coğrafyasında yer alan ülkelere gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla Türkiye,

küresel seviyedeki en büyük ithalatçılara değirmen makinesi tedarik etmektedir. Pazardaki konumundaki en büyük etkenler yatırımlara verilen önemin artması, firmaların markalaşma yönündeki çalışmaları ve teknolojik gelişmelerdir. Türkiye, ihracatının diğer kısmını yine Afrika ülkeleri başta olmak üzere, Rusya gibi komşu ülkelere yapmaktadır.

İtalya, değirmen makineleri ihracatının önemli bir kısmını Cezayir (%20,2) ve Suudi Arabistan'a (%17) gerçekleştirmekle birlikte diğer önemli ticari ortakları arasında ABD (%5,7) ve Romanya (%4,7) bulunmaktadır. Ülkenin; Afrika, Orta Doğu, AB ülkeleri ve Amerika kıtası olmak üzere oldukça dağınık bir coğrafi yapılanmaya sahip olduğu gözlemlenmektedir. Benzer şekilde dağınık bir coğrafyaya ürünlerini gönderen İsviçre ise ihracatını Bangladeş (%11,5), Brezilya (%8,3), İtalya (%6,6) ve Rusya (%5,7)'ya gerçekleştirmektedir. İtalya ithalatçı ülkelere düşük ve orta fiyat uygularken, İsviçre'nin ise ağırlıklı olarak pazarda orta/yüksek fiyatlı strateji ile yer aldığı tespit edilmiştir.

Küresel değirmen makineleri ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

#### Şekil 9: Değirmen Makineleri ilk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

Genel olarak; Asya, Afrika ve Avrupa bölgelerinden gerçekleştirilen değirmen makineleri ithalatında Cezayir %10'luk pay ile lider konumdadır. Hindistan ve Bangladeş göreceli olarak daha küçük hacimli olmakla birlikte önemli oyuncular arasında yer almaktadır.

Cezayir, değirmen makinesi talebinin tamamına yakını Türkiye (%63) ve İtalya (%30) olmak üzere iki ülkeden karşılamaktadır. Tarım yatırımları artan Cezayir ile ticari ilişkiler ekonomi politikaları ile güçlenen ve küresel seviyede değirmen makineleri ihracatında lider konumda olan Türkiye, pazarda önemli bir yere sahip olmuştur.<sup>15</sup> Hindistan'ın ise ithalatının %70'ini Çin ve Tayland'dan gerçekleştirerek komşu ülkelere odaklı bir yapıya sahip olduğu gözlemlenmektedir. Sıralamada yer alan diğer ülkeler ise ABD (%7), Türkiye

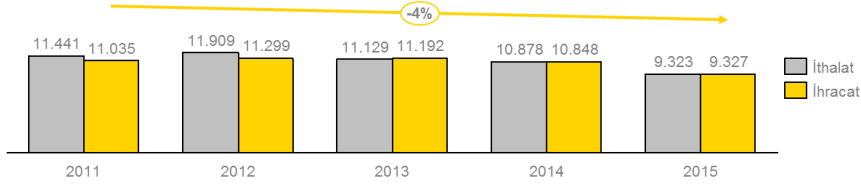
<sup>15</sup> www.moment-expo.com

(%5,8) başta olmak üzere AB ve Asya Pasifik ülkeleridir. Bangladeş ithalatının %82'sini İsviçre, Çin ve Hindistan gibi AB ve komşu ülkelerinden karşılamaktadır.

## 2.3. Metal İşleme Tezgahları Dış Ticaret Eğilim Analizi

Küresel metal işleme tezgahı ihracat ve ithalat değerleri 2012 yılındaki büyüme haricinde genel olarak düşüş eğilimine sahiptir.

**Şekil 10: Metal İşleme Tezgahları 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**

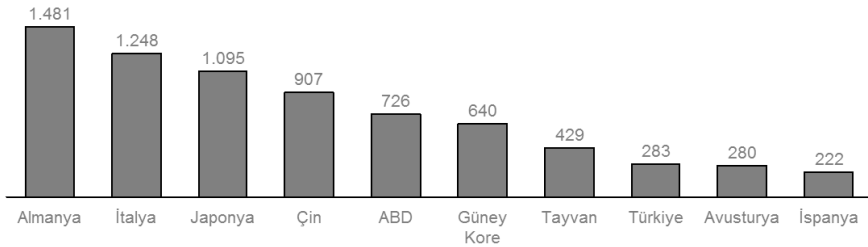


Kaynak: Trademap

2011- 2015 yılları arasında metal işleme tezgahları dış ticareti yıllık ortalama %4 oranında düşüş göstermiş olup 9,3 Milyar \$ değerine sahiptir.

Küresel metal işleme tezgahları ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

**Şekil 11: Metal İşleme Tezgahları ilk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Genel olarak Türkiye'nin de aralarında yer aldığı Avrupa ülkeleri, Asya Pasifik ve ABD tarafından gerçekleştirilen metal işleme tezgahları ihracatında Almanya %16'lık payı ile ilk sırada yer almaktadır. Almanya'nın mühendislik alanındaki kabiliyeti metal işleme tezgahı da dahil olmak üzere fanlar, ambalaj makinesi gibi ürünlerde lider olmasını sağlamaktadır.<sup>16</sup> Almanya ile birlikte küresel ihracatın yarısına yakını temsil eden diğer ülkeler sırasıyla; İtalya (%13) ve Japonya (%12)'dir.

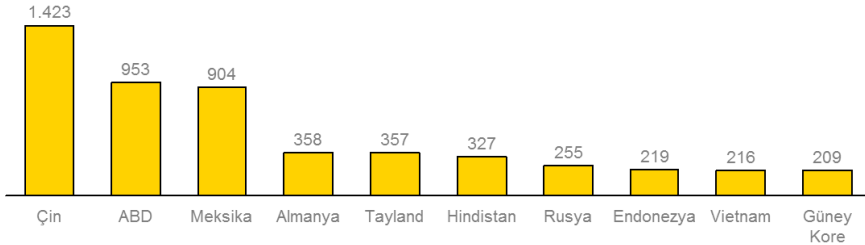
<sup>16</sup> Industry Overview: Machinery Equipment Industry in Germany, 2016/ 2017, GTAI; Germany Trade & Invest

Almanya ihracatını ağırlıklı olarak Çin (%24,6) başta olmak üzere; ABD (%12), Rusya (%5,5), Meksika (%5,5) ve Türkiye'ye (%4,6) gerçekleştirmektedir. Genel olarak ihracatında orta fiyatlı strateji ile ilerleyen Almanya'nın, Türkiye'ye daha düşük fiyattan ürün tedariki sağladığı gözlemlenmiştir. Metal işleme tezgahları ihracatında; İtalya'nın ise Almanya (%10,5), ABD (%10), Çin (%7,5) ve Polonya (%5), ülkelere orta fiyatlı segmentte ürünler ile giriş yapmaktadır. Almanya metal işleme tezgahı ürününde küresel seviyede hem önemli bir ihracatçı hem de ithalatçı olarak dikkat çekmektedir. Japonya, ağırlıklı olarak yakın coğrafyasını tercih ederek pazarlara odaklanan bir strateji ile ihracat gerçekleştirmektedir.

Türkiye, metal işleme tezgahları ihracatında sekizinci sırada yer alarak değirmen makineleri ihracatındaki liderliğine ek olarak oldukça iyi bir performans sergilemektedir. En çok ihracat gerçekleştirilen ülkeler; Almanya, Suudi Arabistan, ABD ve Rusya ülkeleri olup düşük fiyatlı strateji izlenmektedir. Aynı zamanda belirli bir coğrafi odaklanma bulunmamaktadır.

Küresel metal işleme tezgahları ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

**Şekil 12: Metal İşleme Tezgahları ilk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Metal işleme tezgahı ithalatında Asya Pasifik ve Amerika kıtası ülkeleri ve Rusya'nın önemli oyuncular arasında yer aldıkları tespit edilmiştir.

Çin, küresel seviyede %15'lik payı ile metal işleme tezgahı ithalatında lider konumda yer almaktadır. Küresel seviyede dördüncü en büyük metal işleme tezgahı tedarikçisi olan Çin'in, ithalattaki konumu da dikkat çekmektedir. Eğilimin daha çok ithalatta yüksek fiyat segmentine, ihracatta ise düşük fiyat segmentine (ABD hariç) sahip olduğu tespit edilmiştir. ABD (%10) ve Meksika (%10) göreceli olarak daha küçük hacimli olmakla birlikte, küresel metal işleme tezgahı ithalatında Çin'den sonra gelmektedir. Çin, ABD ve Meksika'nın metal işleme tezgahı tedarikinin yarısından fazlasını Japonya başta olmak üzere yakın coğrafyası ile Avrupa bölgesinden sağladığı gözlemlenmiştir. ABD metal işleme tezgahı ithalatında, Çin, Hindistan ve

Rusya gibi tedarikçi ülkelere ürün kontrolü gerçekleştirmektedir. Böylelikle, ulusal güvenlik ve dış politikasını korumak için *çift kullanımın*<sup>17</sup> önüne geçmeye çalışmaktadır. Ürünlerin daha önce ticari ya da askeri alanlarda ulusal güvenliği tehdit edici herhangi bir kullanımda yer almadığını US Commerce Department Bureau of Industry and Security (BIS)'e ait lisans ile doğrulamak gerekmektedir.<sup>18</sup> Bu durum, ABD'ye metal işleme tezgahı ithalatı gerçekleştirmeyi planlayan firmalar için önemli ve zaman alan bir prosedür olarak değerlendirilmektedir.

---

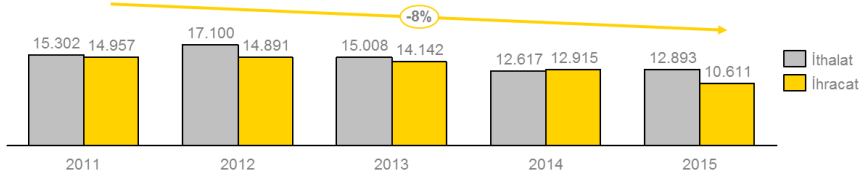
<sup>17</sup> Dual- use technologies

<sup>18</sup> International Trade Administration: 2016 Top Markets Report Manufacturing Technology

## 2.4. Sondaj Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi

Sondaj makineleri ithalat ve ihracat değerleri incelendiğinde, 2012 yılındaki hareketlilik dışında düşüş eğilimine sahip olduğu gözlemlenmektedir.

Şekil 13: Sondaj Makineleri 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$

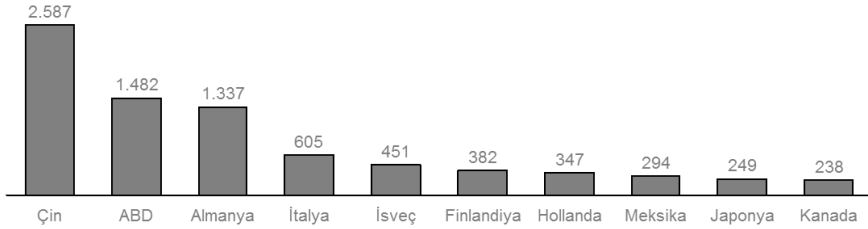


Kaynak: Trademap

2011- 2015 yılları arası küresel sondaj makineleri dış ticareti yıllık %8'lik düşüş oranı göstermiş olup 10,6 Milyar \$ değerindedir.

Küresel sondaj makineleri ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

Şekil 14: Sondaj Makineleri ilk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

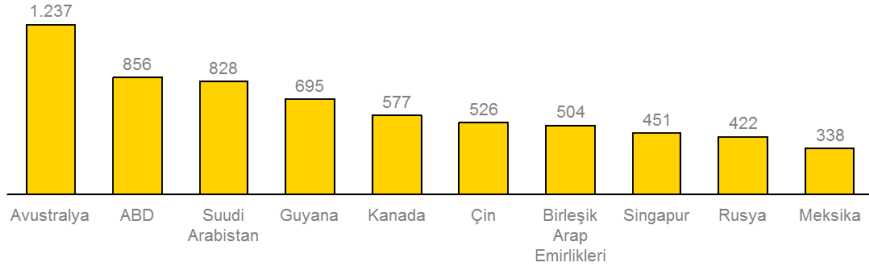
Sondaj makineleri ihracatında Asya Pasifik, Amerika kıtası ve AB ülkelerinin büyük tedarikçiler arasında yer aldıkları tespit edilmiştir. Çin, ABD ve Almanya küresel sondaj makinesi ihracatının %51'ini karşılamaktadır.

Çin, sondaj makinesi ihracatının %13'ünü BAE'ye gerçekleştirmektedir. Sıralamadaki diğer ülkeler Singapur (%7), ABD (%6,7), Kuveyt (%6) ve Asya ülkelerini kapsamaktadır. ABD ise başta Kanada (%30) olmak üzere; Meksika (%8,2), Avustralya (%6,4), Arjantin (%6,2) ve Çin (%3,2) gibi yakın coğrafyasına sondaj makinesi tedariki sağlamaktadır. Yer altı kaynakları bakımından zengin olan bu ülkeler ihracattaki hacimleri ile öne çıkmaktadır ve Çin, hem ihracatta hem de ithalattaki performansı ile dikkat çekmektedir. Küresel seviyede en çok enerji üretimi ve tüketimi gerçekleştiren ülkelerden biri olan Çin, enerji tüketimine yönelik maliyetlerini düşürmeyi hedeflemektedir. Ayrıca hükümet tarafından kullanımının artırılması

hedeflenen doğal gaz kaynağı için çalışmalar yapılmaktadır. Almanya ise; Suudi Arabistan, ABD, Çin ve Mısır'a yaklaşık %9 oranlarında sondaj makinesi tedariki sağlamaktadır. Özellikle petrol ve doğalgaz üretiminde OPEC<sup>19</sup> ülkeleri ile Rusya ve ABD'nin oldukça faal olması sondaj makineleri sektörünü hızlandırmıştır.<sup>20</sup>

Küresel sondaj makineleri ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

**Şekil 15: Sondaj Makineleri ilk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Avustralya %10'luk payı ile küresel sondaj makineleri ithalatında lider konumda yer almaktadır. Öte yandan, ABD (%7), Suudi Arabistan (%6) dikkat çeken diğer önemli oyunculardır. Listedeki diğer ülkeler daha küçük hacimli olup Güney ve Kuzey Amerika, Asya Pasifik ve Orta Doğu bölgelerinde bulunmaktadır. Sondaj makinesi ithalatının tamamına yakını Güney Kore (%80) ve ABD (%8)'den gerçekleştiren Avustralya'nın, komşu ülkelere yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. Ülkenin yer altı kaynakları bakımından zengin olması sebebiyle sondaj makinesi kullanımı önem arz etmektedir. ABD ise; Kanada (%18,4), İtalya (%15,5), Çin (%14,8), Almanya (%14,3) gibi ülkeler ağırlıklı olmak üzere, AB ülkeleri ve komşu ülkelerinden sondaj makinesi tedarik etmektedir.

Suudi Arabistan, Kore (%29), Almanya ve Çin (%20) üzerinden sondaj makinesi ithalatının yarısından fazlasını gerçekleştirmektedir. Genel olarak incelendiğinde Suudi Arabistan'ın, Asya Pasifik ülkeleri ağırlıklı coğrafi odaklanmasının bulunduğu gözlemlenmiştir.

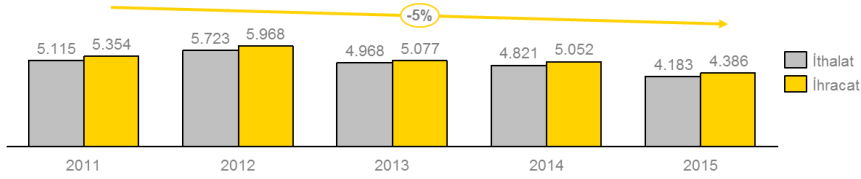
<sup>19</sup> OPEC: Petroluem Exporting Countries: Afrika, Orta Doğu, Güney Amerika ve Güney Doğu Asya'da yer alan 14 ülkenin (Cezayir, Angola, Ekvador, Gabon, Endonezya, İran, Irak, Kuveyt, Libya, Nijerya, Katar, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Venezuela) oluşturduğu Petrol İhraç eden ülkeler topluluğudur.

<sup>20</sup> 2016 Top Markets Report: Upstream Oil and Gas Equipment- A Market Assesment Tool for US Exporters, 2016

## 2.5. Rektifiye Tezgahları Dış Ticaret Eğilim Analizi

Küresel rektifiye tezgahları ithalat ve ihracatı incelendiğinde, 2012 yılında gerçekleşen %11'lik artış dışında genel olarak düşüş eğiliminin olduğu gözlemlenmiştir.

**Şekil 16: Rektifiye Tezgahları 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**

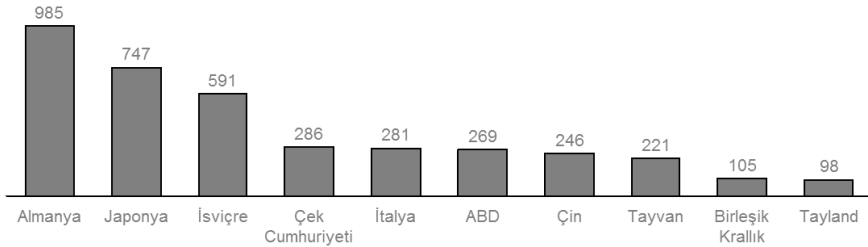


Kaynak: Trademap

Rektifiye tezgahları ticareti 2011- 2015 yılları arasında yıllık %5'lik düşüş oranı ile 4,3 Milyar \$ değerindedir.

Küresel rektifiye tezgahları ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

**Şekil 17: Rektifiye Tezgahları ilk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

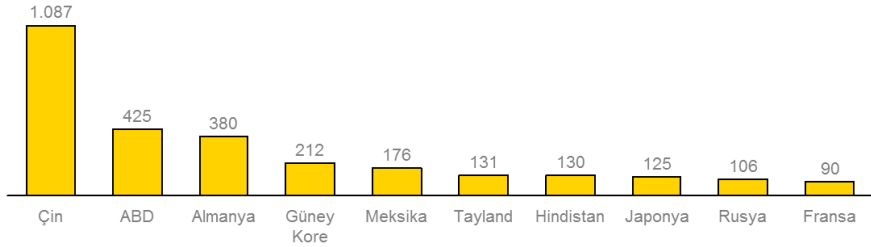
Genel olarak; AB ve Asya Pasifik ülkeleri tarafından gerçekleştirilen rektifiye tezgahı ihracatında Almanya %22'lik payı ile lider konumdadır. Onu göreceli olarak daha küçük hacimleri ile Japonya (%17) ve İsviçre (%13) takip etmektedir. Almanya, ihracatının %40'ını Çin ve ABD'ye gerçekleştirmektedir. Almanya'nın 2014 yılı makine ve ekipman sektörü değerleri incelendiğinde, 19,5 Milyar Euro ile en çok rektifiye tezgahı ürettiği tespit edilmiştir.<sup>21</sup> Teknoloji, mühendislik ve yazılım gibi konulardaki gelişmişlik düzeyi sebebiyle Almanya uluslararası seviyede rekabet avantajı sağlamaktadır. Aynı zamanda makine sektöründeki ürünlerin yaklaşık yarısında lider ülkeler arasında yer

<sup>21</sup> Statista, GTAI Research, 2016

arak güçlü bir tedarikçi konumuna sahiptir.<sup>22</sup> Sıralamada yer alan diğer ülkeler İtalya (%3,7), Türkiye (%3,6) ve Meksika'dır (%3,5) ve genel olarak dağınık bir coğrafyada ticaret gerçekleştirilmektedir. Japonya ise rektifiye tezgahı ihracatının yarısından fazlasını Çin (%30), Güney Kore (%13), ABD (%11,5) ve Tayland (%11)'a gerçekleştirmektedir. Öte yandan, İsviçre Almanya, Çin ve ABD'ye ihracatının %52'sini tedarik etmektedir. Japonya'nın genel olarak komşu ülkelere yoğunlaştığı görülürken, İsviçre daha dağınık bir coğrafi yapılanmaya sahiptir.

Küresel rektifiye tezgahları ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

**Şekil 18: Rektifiye Tezgahları ilk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Küresel rektifiye tezgahları pazarında Çin, %26'lık payı ile pazarda en büyük ithalatçı konumundadır. Sıralamada yer alan diğer ülkeler göreceli olarak daha küçük hacimli bir yapıya sahiptir. Genel olarak, Asya Pasifik, Kuzey ve Güney Amerika ile AB ülkeleri ve Rusya'nın iç taleplerini karşılamak için ithalata yoğunlaştıkları tespit edilmiştir.

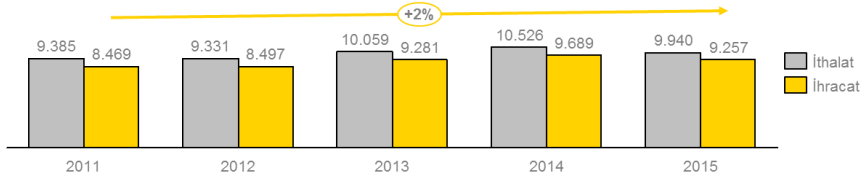
Çin'in rektifiye tezgahında en çok tercih ettiği ülkeler %27, %21 ve %12'lik payları ile Almanya, Japonya ve İsviçre'dir. Ülke, genel olarak kaliteli ürün ihtiyacını AB ülkelerinden, daha uygun fiyatlı ürün için ise komşu ülkelerini tercih etmektedir. Öte yandan ABD'nin; Almanya (%23), Japonya ile İsviçre (%18) odaklı bir ithalat yapısı bulunmaktadır. Almanya ise; İsviçre (%43) ve Çek Cumhuriyeti (%27) ile komşu ülkelerinden ithalat gerçekleştirmektedir.

<sup>22</sup> Industry Overview: Machinery Equipment Industry in Germany, 2016/ 2017, GTAI; Germany Trade & Invest

## 2.6. Fanlar Dış Ticaret Eğilim Analizi

Fanlar ihracat ve ithalat değerleri incelendiğinde, 2015 yılındaki %4'lük küçülme haricinde genel olarak büyüme eğilimine sahip bir tablo çizmektedir.

**Şekil 19: Fanlar 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**

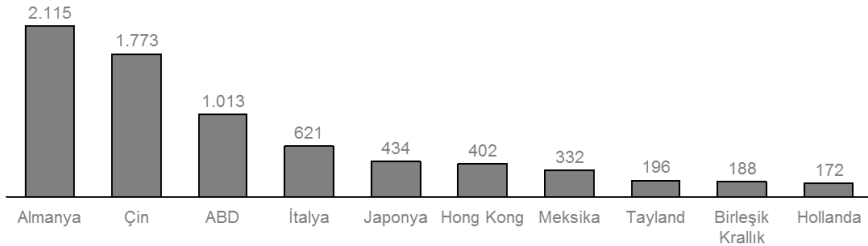


Kaynak: Trademap

2011- 2015 yılları arası küresel fanlar dış ticareti yıllık %2'lik bileşik büyüme oranı ile 9,2 Milyar \$ hacme ulaşmıştır.

Küresel fanlar ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

**Şekil 20: Fanlar ilk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

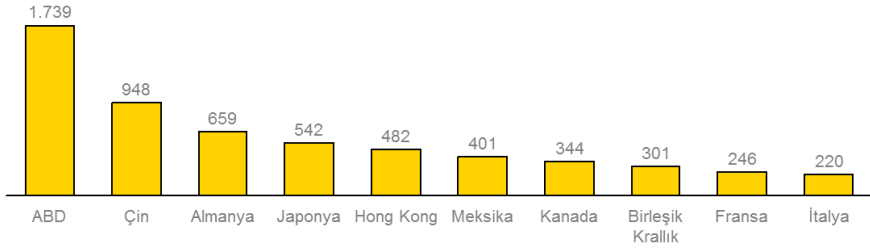
Almanya'nın liderliğinde Çin ve ABD, küresel fanlar ihtiyacının %53'ünü karşılamaktadır. Diğer ülkeler göreceli olarak daha küçük hacimli olmakla birlikte pazardaki önemli oyuncular arasında yer almaktadır. Genel olarak, AB ülkeleri, Kuzey ve Güney Amerika ile Asya Pasifik ülkelerinde büyük tedarikçilerin yer aldığı tespit edilmiştir.

Almanya'nın fanlar tedariki sağladığı başlıca ülkeler; ABD (%11), Çin (%8,5) ve İtalya (%7,8)'dir. Sıralamada yer alan diğer ülkeler ağırlıklı olarak AB ülkelerinden oluşmaktadır. Almanya, teknolojiye gelişmeler ile Enerjiye (Energy Transition) projesi kapsamında enerji verimliliği yüksek ürünlerin tasarımına ağırlık vermeye başlamıştır. Fanlar başta olmak üzere; elektrikli motor sistemleri, pompa vb. birçok üründe iklim koruması ve tasarruf

optimizasyonu gerçekleştirilmektedir.<sup>23</sup> Dolayısıyla, makine sanayiindeki konumunun daha da güçleneceği öngörülmektedir. Öte yandan Çin'in, ihracatının yarısına yakınına Hong Kong, ABD ve Kore olmak üzere üç ülke üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. İhracat hacmi ile dikkat çeken bir diğer ülke olan ABD ise; Kanada (%26,7) ve Meksika (%25) odaklı bir ticaret sergilemektedir.

Küresel fanlar ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

**Şekil 21: Fanlar ilk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Genel olarak Kuzey ve Güney Amerika, Asya Pasifik ve AB ülkeleri tarafından gerçekleştirilen fanlar ithalatında %17'lik payı ile ABD öne çıkmaktadır. Onu %10'luk payı ile Çin takip etmektedir. Sıralamada yer alan diğer ülkeler göreceli olarak daha küçük ithalat paylarına sahiptir.

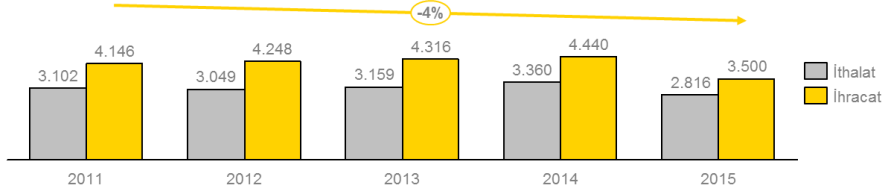
ABD, ithalatının yarısından fazlasını Çin, Meksika ve Almanya'dan gerçekleştirmektedir. Genel olarak fanlar ithalatında yakın coğrafyasının ve AB ülkelerinin tercih edildiği gözlemlenmiştir. Çin ithalatında ise; re-export sebebiyle yine Çin'in ve Almanya'nın %53 oranında paya sahip olduğu tespit edilmiştir.

<sup>23</sup> Industry Overview: Machinery Equipment Industry in Germany, 2016/ 2017, GTAI; Germany Trade & Invest

## 2.7. Dökme Eşya Dış Ticaret Eğilim Analizi

Küresel dökme eşya ithalat ve ihracatında 2014 yılına kadarki dönemde büyüme gözlemlenmekle beraber, 2011- 2015 yılları arasında düşüş eğilimi görülmüştür.

Şekil 22: Dökme Eşya 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$

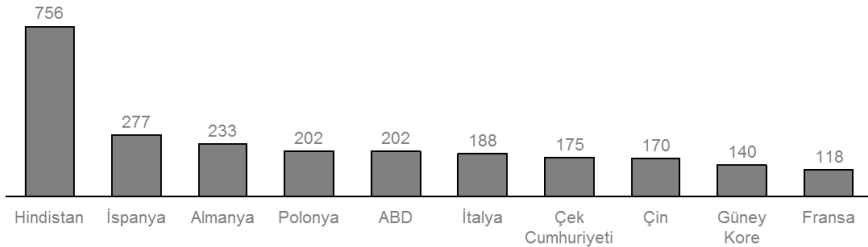


Kaynak: Trademap

Dökme eşya dış ticareti 2011- 2015 yılları arasında yıllık %4'lük düşüş ile birlikte 3,5 Milyar \$'lık hacme sahiptir.

Küresel dökme eşya ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

Şekil 23: Dökme Eşya ilk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)



Kaynak: Trademap

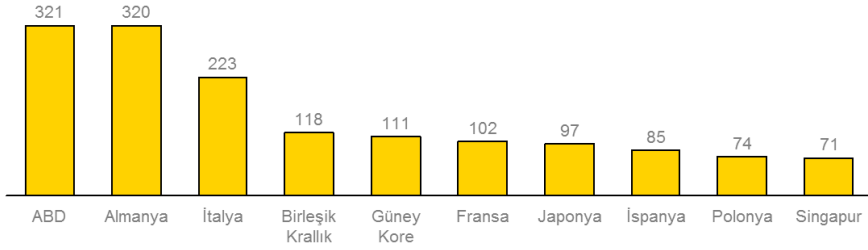
Hindistan, küresel dökme eşya tedarikinde %22'lik payı ile lider konumda yer almaktadır. Diğer ülkeler göreceli olarak daha küçük hacimlere sahiptir. Bununla birlikte öne çıkan önemli oyuncular arasında İspanya ve Almanya %8 ve %7'lik payları ile dikkat çekmektedir. Genel olarak pazardaki büyük oyuncular Asya Pasifik, AB ülkeleri ve ABD'de konumlanmıştır.

Hindistan dökme eşya ihracatının yarısını ABD, Almanya ve İngiltere'ye gerçekleştirmektedir. En çok dökme eşya tedariki sağlanan bölgeler AB ve Amerika kıtası ve Orta Doğu ülkeleridir. Hindistan dökme eşyanın hammaddelerinden demire olan yakınlığı ve aynı zamanda ucuz işçi gücü

sayesinde sektörde büyük avantaja sahiptir.<sup>24</sup> Ayrıca ülkede dökme eşya hammaddelerinden bir diğeri olan çelik üretimi için kapasite artırımı politikasına geçiş yapılmıştır.<sup>25</sup>

Küresel dökme eşya ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

**Şekil 24: Dökme Eşya ilk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

ABD ve Almanya %11, İtalya ise %8'lik payı ile küresel dökme eşya ithalatında öne çıkmaktadır. Diğer ülkeler ise, hacimsel olarak hemen hemen eşit bir dağılıma sahiptir ve göreceli olarak daha küçüktür.

ABD dökme eşya talebini Çin (%64) ve Hindistan (%13)'dan sağlamaktadır ve genel olarak çevre ülkeleri tercih etmektedir. ABD'nin otomotiv ve enerji sektöründeki büyümeler ve konut dışı yapılanmanın artması ile dökme eşya talebinde de artış olmuştur.<sup>26</sup> Öte yandan en çok dökme eşya ithalatı gerçekleştiren ülkelerde ikinci sırada yer alan Almanya ise Çin (%15,8), Polonya ve İspanya (%11,8) ile Türkiye (%9,5)'yi tercih etmektedir. İtalya ise Çin, Polonya ve BAE üzerinden ithalatının %56'sını tedarik etmektedir.

<sup>24</sup> India Brand Equity Foundation: Steel Industry in India

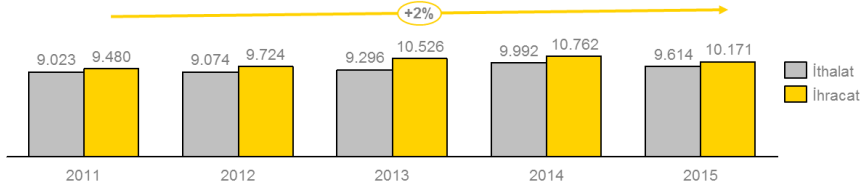
<sup>25</sup> Indian Steel Strategy to Ambition, EY

<sup>26</sup> Indian Steel Strategy to Ambition, EY

## 2.8. Isıtıcılar ve Fırınlar Dış Ticaret Eğilim Analizi

Isıtıcılar ve fırınlar ithalat ve ihracatı, 2011- 2015 yılları arası genel olarak artış eğilimine sahiptir.

**Şekil 25: Isıtıcılar ve Fırınlar 2011- 2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**

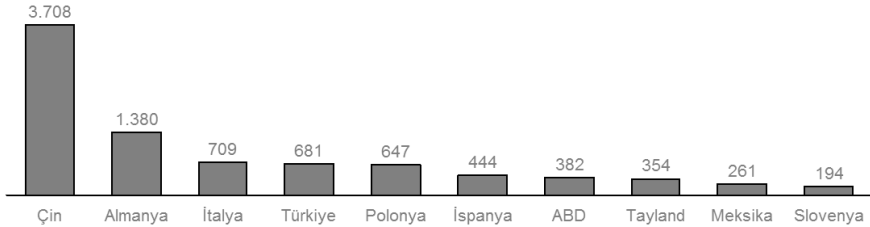


Kaynak: Trademap

Isıtıcılar ve fırınlar dış ticareti 2011- 2015 yılları arasında yıllık %2'lik bileşik büyüme oranı ile 10,1 Milyar \$ hacme ulaşmıştır.

Küresel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

**Şekil 26: Isıtıcılar ve Fırınlar ilk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Küresel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatında %36'lık payı ile lider konuma olan Çin 3,7 Milyar \$ ihracat gerçekleştirmektedir. İhracatta diğer öne çıkan ülke Almanya (%14)'dir. Genel olarak dağınık bir coğrafi yapılanmada ilerleyen ihracatın; Asya Pasifik, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu Avrupa ülkeleri ve Amerika kıtası ülkeleri tarafından şekillendiği tespit edilmiştir.

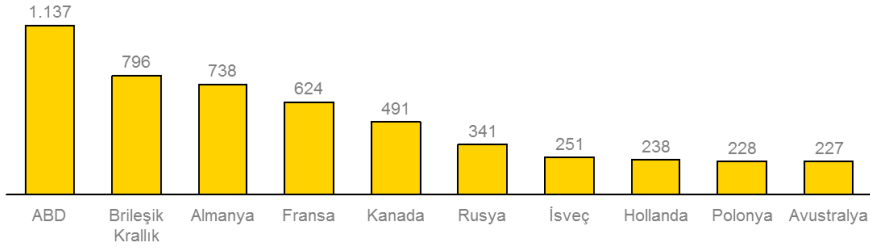
Çin %25'lik pay ile başta ABD olmak üzere, Asya Pasifik ve AB ülkelerine ısıtıcılar ve fırınlar tedariki sağlamaktadır. Öte yandan Almanya'nın; AB ülkeleri ve Rusya'ya yönelik ihracat gerçekleştirdiği tespit edilmiştir.

İtalya ile hemen hemen aynı ihracat seviyesine sahip olan Türkiye'nin küresel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatındaki payı %8'dir. En çok ürün tedariki yapılan

lkeler; Birleşik Krallık ve Fransa gibi AB lkeleri başta olmak üzere Rusya ve Irak gibi komşu ülke ve coğrafyalardır.

Küresel ısıtıcılar ve fırınlar ithalatında ne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

**şekil 27: ısıtıcılar ve Fırınlar ilk 10 İthalatçı lke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

ısıtıcılar ve fırınlar ithalat pazarına %12'lik payı ile ABD hakimdir. Diğer lkeler göreceli olarak daha küçük hacimlere sahip olmakla birlikte Birleşik Krallık ve Almanya %8'lik paylar ile dikkat çekmektedir. Pazar talebinin ağırlıklı olarak Kuzey ve Güney Amerika, AB lkeleri ve Rusya tarafından gerçekleştiği gözlemlenmektedir.

ABD, ısıtıcılar ve fırınlar talebinin %55'ini Çin'den, diğer yarısını ise Meksika ve Tayland gibi yakın coğrafyası ile AB ülkelerinden karşılamaktadır. Birleşik Krallık ise Almanya ağırlıklı olmak üzere Çin, Türkiye ve AB ülkelerinden ithalatının yarısından fazlasını gerçekleştirmektedir. Almanya ise Çin başta olmak üzere İspanya ve Polonya gibi AB lkeleri ile Türkiye'den ithalatını gerçekleştirmektedir. ısıtıcılar ve fırınlar ithalatı için ülkelerin dağınık bir coğrafyada ticaret yaptıkları tespit edilmiştir.

## **Küresel Dış Ticaret Analizi – Öne Çıkan Bulgular:**

- ▶ İncelenen makine imalat sanayi alt sektörlerinin dış ticaret akışının dağınık bir coğrafi yapılanmaya sahip olduğu tespit edilmiştir.
- ▶ Büyük ihracatçı ülkelerin aynı zamanda önemli birer ithalatçı olmaları sektör özelinde dikkat çekmektedir.
- ▶ Sıvı ambalaj makineleri, fanlar ve ısıtıcılar & fırınlar alt sektörleri 2011-2015 yılları arası dış ticaretinde büyüme eğilimi gösteren ürünlerdir.
- ▶ Katı ve sıvı ambalaj makineleri ihracatında Almanya ve İtalya, ithalatta ise ABD ve Çin en büyük hacme sahip ülkeler konumundadır. Katı ambalaj makineleri ihracatında Almanya lider olarak yer alırken, sıvı ambalaj makinelerinde İtalya ilk sırada yer almaktadır.
- ▶ ABD, Japonya, Çin ve Almanya gibi ülkeler, katı ve sıvı ambalaj makineleri sektöründe hem ihracatçı hem de ithalatçı olarak önemli oyuncular arasındadır.
- ▶ Makine sektörü, Almanya için hem en büyük hem de inovasyonun yüksek olduğu ikinci sektördür. Dolayısıyla incelenen ürünler bazında önemli tedarikçiler arasında yer almaktadır.
- ▶ Türkiye değirmen makineleri ihracatında yatırım ve teşvik politikaları sayesinde lider konumda yer almaktadır.
- ▶ Küresel seviyede değirmen makineleri alt sektöründeki en önemli ithalatçılardan bir olan Cezayir, tedarikinin önemli bir kısmını Türkiye'den gerçekleştirmektedir.
- ▶ Metal işleme tezgahı ihracatında Türkiye ilk 10 ülke arasında yer alarak büyük potansiyel teşkil etmektedir. Almanya ve İtalya gibi makine imalat sektörünün birçok alanında önemli seviyede tecrübesi bulunan ülkelerin liderliği bu sektörde de dikkat çekmektedir.
- ▶ Sondaj makineleri ihracatı ülkelerin yer altı kaynakları ile şekillenmektedir ve diğer ülkelere nazaran ticaretinde genellikle yakın coğrafyada yer alan ülkeler tercih edilmektedir.
- ▶ Rektifiye tezgahları sektöründe Almanya teknoloji, mühendislik ve yazılımdaki gelişmişliği ile küresel pazarda rekabet üstünlüğü sağlamaktadır ve ihracatta lider konumdadır. Çin ise pazardaki en büyük ithalatçı konumunda yer almaktadır.
- ▶ Dökme eşya ihracatında lider konumda olan Hindistan; hammaddeye yakınlığı ve ucuz işçi gücü ile avantajlı konumdadır. Aynı zamanda makine imalat sektöründe incelenen ürünler arasında görece daha az teknik yetkinlik gerektiren yapısı rekabet üstünlüğü sağlamaktadır.
- ▶ Fanlar ile ısıtıcılar ve fırınlar alt sektörlerinde Almanya ve Çin ihracat pazarında büyük tedarikçi olmaları ile öne çıkmaktadır.

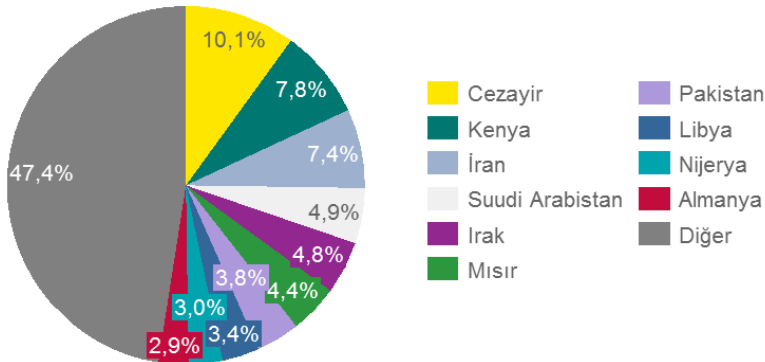
### 3. Türkiye Makine İmalat Sanayi Sektörü Analizi

#### 3.1. Ambalaj Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi

##### Sıvı Ambalaj Makineleri:

Türkiye, 2015 yılında 35,2 Milyon \$ değerinde sıvı ambalaj makinesi ihraç etmiştir. 2011-2015 yılları arasında bu üründe yılda ortalama %5,8 artan Türkiye'nin ihracatı, aynı dönemde yılda ortalama %1 artan ve 7,6 Milyar \$ olan küresel ihracata kıyasla daha hızlı büyümüştür.

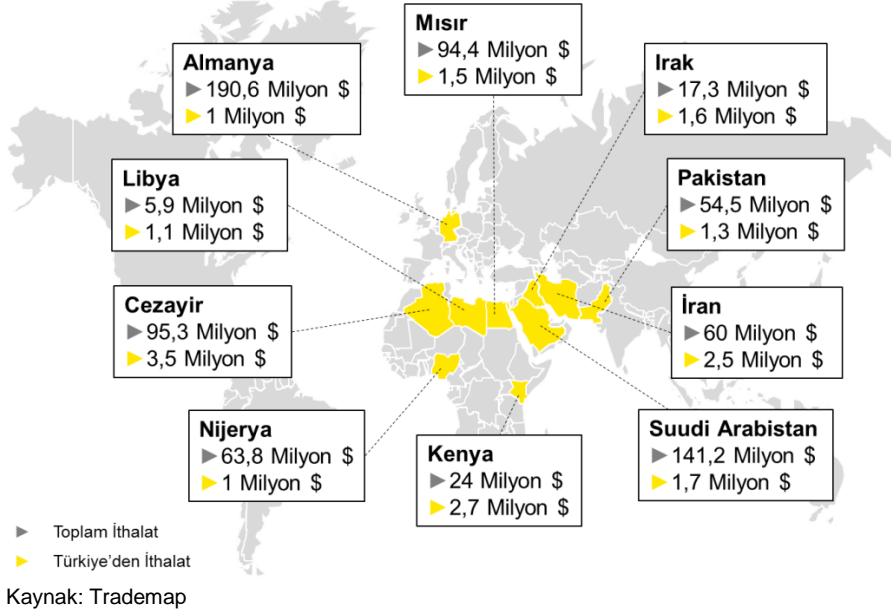
**Şekil 28: Türkiye 2015 Yılı Sıvı Ambalaj Makineleri İhracatının Ünelere Göre Dağılımı (%)**



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin 2015 yılındaki sıvı ambalaj makineleri ihracatında Orta Doğu ve Afrika ülkeleri ön plana çıkmaktadır. Bu ülkelerin Türkiye'nin ihracatında ön plana çıkmasındaki en önemli etkenler, bölgedeki sanayileşme hareketi ve Türkiye'nin pazarlara coğrafi ve kültürel yakınlığıdır. Cezayir, Kenya ve İran, Türkiye'nin bu ürünlerdeki ihracatının dörtte birinden fazlasını karşılamaktadır.

**Şekil 29: Türkiye'nin 2015 Yılında En Çok Sıvı Ambalaj Makineleri İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri**



**Cezayir** 2015 yılında 95,3 Milyon \$ değerinde sıvı ambalaj makinesi ithal etmiştir. Aynı üründeki ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %14,5 artıran ülkenin, Türkiye'den yaptığı ithalat 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %28,2 artarak 2015 yılında 3,5 Milyon \$ olmuştur. İncelenen dönemde pazardaki payını artıran Türkiye'nin fiyatta daha rekabetçi olması ve pazara benzer fiyat segmentinden ihracat gerçekleştiren İtalya ve İspanya'nın pazardaki paylarının azalması, bu durumun en önemli nedenidir. Cezayir pazarında %38'in üzerindeki payıyla İtalya lider konumdayken, Almanya ve Fransa da pazarda etkin konumdadır. Bu ülkeler Cezayir sıvı ambalaj makineleri ithalatının yaklaşık %80'ini karşılamaktadır. Batı Avrupa ülkelerinin pazardaki etkinliklerinin bu ölçüde yüksek olmasının en önemli nedenlerinden biri gümrük vergisi avantajıdır.

**Kenya** sıvı ambalaj makineleri ürününde 2015 yılında 24 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında bu üründeki ithalatı yılda ortalama %5,4 azalan Kenya, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı yılda ortalama %48,2 artırarak 2,7 Milyon \$'a yükseltmiş ve pazardaki payını yüksek oranda artırmıştır. Bunun sebebi, özel sektör firmalarının DEİK'in de desteğiyle Kenya pazarındaki görünürlük ve ticari faaliyetlerini artırmasıdır.<sup>27</sup> Kenya pazarında İtalya, Çin, Hindistan ve Almanya, toplam

<sup>27</sup> DEİK, 2016

talebin yaklaşık %80'ini karşılamaktadır. Pazarda aktif ticari faaliyetleri bulunan Çin ve Hindistan'ın yanı sıra, İtalya da Afrika Kıtası'ndaki en önemli ticari ortaklarından olan Kenya'da pazar payını artırmaktadır.<sup>28 29</sup>

**İran** 60 Milyon \$'lık sıvı ambalaj makinesi ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %14,9 azaltmıştır. Ülkede son yıllarda dışa açılımla birlikte sanayi alanındaki yatırımların ve dolayısıyla üretimin artması, bu durumun en önemli nedenidir. İran'ın Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat da, aynı sebepten ötürü 2011-2015 yılları arasında %1,6 azalmış ve 2,5 Milyon \$ seviyesine düşmüştür. Pazarda Almanya %40'ın üzerindeki payıyla liderken, İtalya da %21'lik pay ile etkin konumdadır. Alman firma ve ticari organizasyonlarının İran makine sanayisindeki faaliyetlerini artırması, Almanya'nın pazardaki etkinliğinin en önemli nedenidir.

**Suudi Arabistan** 2015 yılında 140 Milyon \$'ın üzerinde sıvı ambalaj makinesi ithalatı gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında ithalatını yılda ortalama %4 artıran Suudi Arabistan'ın aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat, Hindistan'ın pazara girişinin ardından yılda ortalama %2,6 azalarak 1,7 Milyon \$ seviyesine inmiştir. Buna rağmen, Türkiye'nin pazar payında önemli bir değişiklik olmamıştır. Pazarda İtalya ve Almanya, toplam ithalatın üçte ikilik kısmını karşılamaktadır. İtalya ve Almanya'nın fiyatta da rekabetçi olarak pozisyonlanması, pazardaki etkinliklerinin en önemli nedenidir.

**Irak**'ın 2011-2015 yılları arasındaki sıvı ambalaj makineleri ithalatı yılda ortalama %2,5 azalmış ve 17,3 Milyon \$ seviyesine gerilemiştir. Ülkenin aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise yılda ortalama %16,7 azalarak 1,6 Milyon \$ olmuş ve Türkiye'nin pazardaki payı azalmıştır. Ülkedeki terör sorunları ve siyasi krizlerin yanı sıra, Çin'in fiyatta daha rekabetçi olması ve pazar payını artırması, bu durumun başlıca sebebidir. Almanya, İtalya ve Çin, pazardaki en etkin ülkeler olup Irak'ın toplam ithalatının %85'ini karşılamaktadır. Ülkeler düşük fiyat avantajı ile bu pazarda öne çıkmaktadır.

**Mısır** 2015 yılında 94,4 Milyon \$ değerinde sıvı ambalaj makinesi ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatı yılda ortalama %6,6 artan Mısır, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatı yılda ortalama %4 artırmıştır. Pazardaki payı %1,7 seviyesinde olan Türkiye, Mısır'ın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Irak pazarına benzer şekilde Almanya, İtalya ve Çin, Mısır pazarındaki en etkin ülkelerdir. Üç ülke de farklı segmentteki ürün talebini karşılarken, toplamda pazardaki ithalatın dörtte üçünden fazlasını tedarik etmektedir.

---

<sup>28</sup> Ministry of External Affairs Government of India, India-Kenya Relations, 2013

<sup>29</sup> Brookings, Three myths about China in Kenya, 2016

**Pakistan**'ın 54,5 Milyon \$'lık sıvı ambalaj makinesi ithalatı, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3,2 azalmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat ise toplamda 1 Milyon \$ seviyelerinde artarak 1,3 Milyon \$ seviyesine ulaşmış ve Türkiye'nin pazar payı %2 artmıştır. Batı Avrupa ülkelerinin ürünlerine olan talebin fiyata bağlı olarak düşmesi ve Türkiye'nin bu üründe pazara daha yüksek hacimlerle girmesi, Türkiye'nin pazar payındaki artışın nedenidir. Pazarda Almanya, Çin ve İtalya etkin konumda olup, pazardaki talebin yarısını karşılamaktadır. 2011 yılına kıyasla Almanya'dan gerçekleştirilen ithalat yarıya ve İtalya'dan gerçekleştirilen ithalat ise üçte birine düşerken, Çin'in pazar payında artış görülmektedir. Gümrük vergisi muafiyeti pazarda Çin için avantaj yaratmaktadır.

**Libya** sıvı ambalaj makineleri ürününde 2015 yılında 5,9 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında bu ürünlerdeki ithalatını yılda ortalama %17,2 artıran Libya, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı yılda ortalama %51 artırarak 1,1 Milyon \$'a yükselmiştir. Pazarda en fazla İtalya ile rekabet eden Türkiye, Libya'nın yaşadığı ekonomik olumsuzluklar sebebiyle düşük fiyatlı ürünlere yönelmesi üzerine pazardaki payını artırmıştır. 2011 yılında pazardaki payı %64 olan İtalya, payı %43 seviyesine düşmesine rağmen lider konumdadır. Pazarda etkin olan bir diğer ülke olan Çin'e karşı ise Türkiye'nin lojistik avantajı bulunmaktadır. Üç ülke Libya'nın sıvı ambalaj makineleri ithalatının %82'sini karşılamaktadır.

**Nijerya** 63,8 Milyon \$'lık sıvı ambalaj makineleri ithalatının 1 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. Bu üründe küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %12 azalan ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %120 artmıştır. Türkiye'nin pazara yeni girmesi ve fiyatta rakiplerine kıyasla daha rekabetçi olması, yüksek oranlı artıştaki başlıca etkidir. Ancak, bu durum, pazara düşük değerde ihracat gerçekleştiren Türkiye'nin pazar payında önemli bir değişiklik meydana getirmemiştir. Küresel pazardaki en önemli oyuncular olan Almanya, Çin ve İtalya'nın yanında, Hindistan da Nijerya pazarında etkin konumdadır. Bu dört ülke pazardaki talebin yaklaşık %90'ını karşılamaktadır.

**Almanya** sıvı ambalaj makinelerinde küresel pazardaki en önemli ihracatçılardan biri olmasına rağmen, aynı üründe Avrupa'da en fazla ithalat gerçekleştiren ikinci ülkedir (190,6 Milyon \$). Düşük fiyatlı ürün talebinin karşılanmak istenmesi, Almanya'nın yüksek değerde sıvı ambalaj makinesi ithalatının sebebidir. Son dört yıllık dönemde küresel ithalatı aynı seviyelerde kalan Almanya'nın, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat 1 Milyon \$ seviyelerindedir. Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat aynı dönemde yılda ortalama %8 azalmasına rağmen, Türkiye'nin pazar payında önemli bir değişiklik olmamıştır. Almanya'nın sıvı ambalaj makineleri ithalatında, İsviçre, İsrail ve İtalya ön plana çıkmıştır. İsviçre ve İtalya, rakiplerine kıyasla lojistik

açıdan avantajlı iken, İsrail de fiyattaki rekabetçiliği ve teknolojik yetkinlikleri sayesinde pazarda etkin konumdadır.

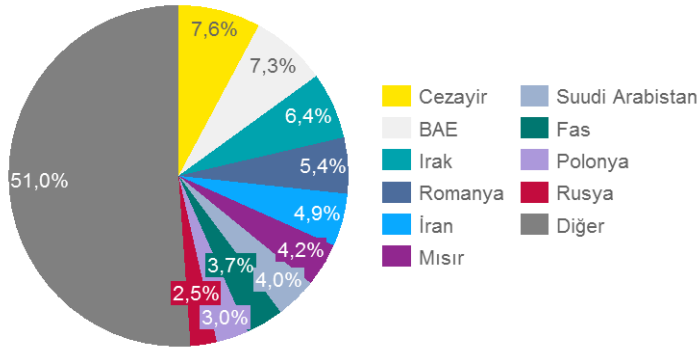
Türkiye sıvı ambalaj makineleri dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden öne çıkan analizler aşağıda yer almaktadır:

- ▶ Orta Doğu ve Afrika ülkeleri, Türkiye'nin ihracatında ön plana çıkmaktadır.
- ▶ Kenya ve Libya pazarlarında Türkiye'nin payı yüksek oranda artmıştır. Ek olarak, Cezayir, Pakistan ve Nijerya pazarlarında da pazar payında yüksek oranlı artış olmamasına rağmen, Türkiye pazar büyümesinin üzerinde performans göstermiştir.
- ▶ İran, Suudi Arabistan, Irak ve Almanya'nın Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat 2011-2015 yılları arasında azalmıştır.
- ▶ Almanya, İtalya ve Çin, incelenen ülkelerdeki en önemli rakipler konumundadır. Almanya menşeli **Optima** ve **KHS** ve İtalya menşeli **Techno Pack** firmaları, küresel pazarda öne çıkan oyunculardır.

## **Katı Ambalaj Makineleri:**

2011-2015 yılları arasında katı ambalaj makineleri ihracatını yılda ortalama %2,9 artıran Türkiye, 2015 yılında 89 Milyon \$'ın üzerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Aynı dönemde küresel ihracatta yılda ortalama %1,9'luk gerileme görülmektedir. 8,3 Milyar \$ olan küresel ihracatta Türkiye'nin payında %0,2'lik bir artış meydana gelmiştir.

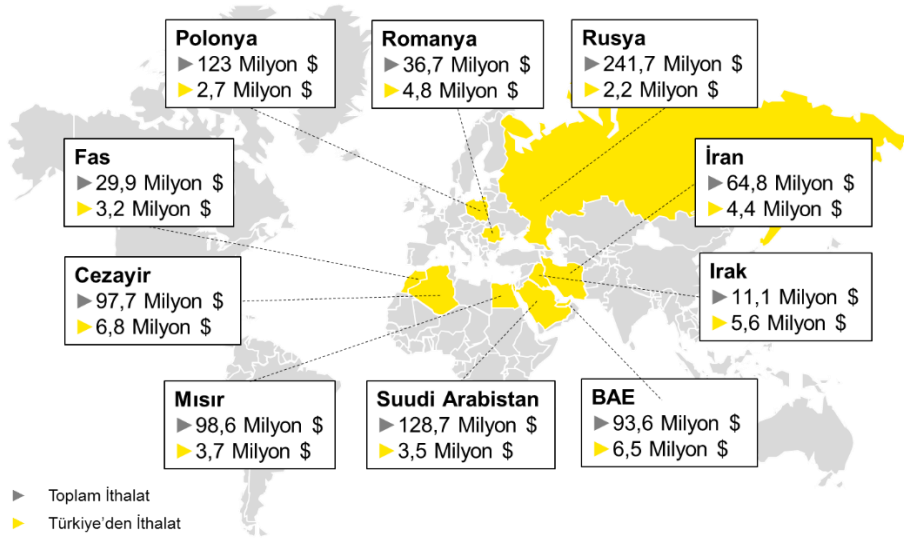
**Şekil 30: Türkiye 2015 Yılı Katı Ambalaj Makineleri İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı (%)**



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin katı ambalaj makineleri ihracatında Orta Doğu ve Afrika ülkelerinin yanı sıra Avrupa ülkelerinin de ağırlığı dikkat çekmektedir. Bu ülkelerden Cezayir, Birleşik Arap Emirlikleri, Irak, Romanya ve İran, Türkiye'nin toplam ihracatının %30'undan fazlasını karşılamaktadır. Türkiye'nin en fazla katı ambalaj makineleri ihracatı gerçekleştirdiği ülkelerin birçoğunun ortak bir diğer özelliği ise, Türkiye'nin pazarlara yakınlığıdır.

### Şekil 31: Türkiye'nin 2015 Yılında En Çok Katı Ambalaj Makineleri İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri



Kaynak: Trademap

**Cezayir** sıvı ambalaj makinelerinde olduğu gibi katı ambalaj makinelerinde de Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkedir. 2015 yılında 97,7 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştiren ülke, bu değerın 6,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatını yılda ortalama %17,8 artıran ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat yılda ortalama %21,6 büyümüştür. Pazarın geneline kıyasla daha iyi bir büyüme performansı sergileyen Türkiye, pazar payını düşük oranda da olsa artırmıştır. Cezayir'in küresel ve Türkiye'den ithalatını artırmasındaki en önemli sebep, hükümetin işsizliği azaltmak ve ekonominin enerji kaynaklarına bağımlılığını düşürmek için endüstriyelleşme adımları atmasıdır. İtalya, Almanya ve Fransa, pazardaki en etkin ülkelerdir. Bu ülkeler, gümrük vergisinden muaf olmalarının da avantajıyla toplam ithalatın yaklaşık dörtte üçlük kısmını karşılamaktadır. Ayrıca, İtalya ve Fransa, pazara yakınlıkları sebebiyle lojistik avantajı sahiptir.

**Birleşik Arap Emirlikleri (BAE)** 2011-2015 yılları arasında katı ambalaj makineleri ihracatını yılda ortalama %23 artırarak 93,6 Milyon \$ seviyesine yükseltmiştir. Aynı dönemde Türkiye'den 6,5 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştiren BAE pazarında Türkiye, pazarın üzerinde büyüme göstermiş ve payını yüksek oranda artırmıştır. BAE hükümetinin, petrol dışı sektörlerde büyümeyi teşvik edecek adımlar atması ve imalat sektöründe küçük ve orta ölçekli işletmelerin sayısının artması, ülkenin küresel ithalat değerinin büyümesindeki en önemli sebeptir. Bunun yanı sıra, ülkenin körfez

bölgesindeki en önemli ticaret merkezlerinden biri olmasıyla artan *re-export*<sup>30</sup> değerlerindeki büyüme de BAE'nin ithalat değerindeki artışı açıklamaktadır. Bu unsurlarla birlikte, Türk ticaret heyetlerinin bölgedeki firmalarla iş birliği yapmak için düzenli ve aktif görüşmeler gerçekleştirmesi, Türkiye'nin BAE'ye ihracat değerinde ve pazar payında görülen artışın en önemli nedenlerindedir. Pazarda Almanya ve İtalya en etkin ülkeler konumundadır. Bu iki ülke pazardaki talebin yaklaşık üçte ikisini karşılamaktadır.

**Irak** 11,1 Milyon \$ değerindeki küresel katı ambalaj makineleri ithalatının yarısından fazlasını Türkiye'den karşılamaktadır. Ülkenin toplam ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %7,2 azalırken, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatın yılda ortalama %10,3 artması, Türkiye'nin pazarın üzerinde büyüdüğünü ve pazar payının yüksek oranda arttığını göstermektedir. Ülkede yaşanan siyasi kriz ve güvenlik sorunlarıyla Batı Avrupa ülkelerinin pazardaki etkinliklerini azaltması, Türkiye'yi öne çıkaran en önemli unsurdur. Pazarda Türkiye'nin en önemli rakipleri olan İtalya ve Almanya'nın, özellikle krizin ortaya çıktığı 2014 yılında Irak'a gerçekleştirdikleri ihracatı %50'ye varan oranlarda azalmıştır. Türkiye'yi pazarda öne çıkaran bir diğer unsur ise sahip olduğu lojistik avantajdır.

**Romanya** 2015 yılında 36,7 Milyon \$ değerinde katı ambalaj makinesi ithal etmiştir. Bu değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %4 artan ülkenin, Türkiye'den gerçekleştirdiği 4,8 Milyon \$'lık ithalat aynı dönemde yılda ortalama %80 büyüme göstermiştir. Pazardaki büyüme performansı üst seviyede olan ve pazar payını %1,5 seviyelerinden %13'lere çıkaran Türkiye'nin, Romanya'da sayısı artan Türk firmaları sebebiyle pazardaki etkinliği de artmıştır. Ek olarak, Türk ihracatçıların özellikle Alman ihracatçıları karşısında fiyatta daha rekabetçi olmaları, Almanya'nın payının azaldığı pazarda Türkiye'nin etkinliğinin artmasının başka bir nedenidir. Pazarda etkin olan bir diğer ülke ise İtalya'dır: İtalya ve Romanya'nın yakın ilişkileri, bu durumun önemli nedenlerindedir.

**İran** 64,8 Milyon \$'lık katı ambalaj makineleri ithalatının 4,4 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. 2011-2015 yılları arasında bu ürünlerdeki ithalatını yılda ortalama %4,3 artıran İran, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı yılda ortalama %11 azaltmıştır. Geçmiş dönemde ülkeye uygulanan ambargoların büyük bir kısmının kalkması ve İran'ın dışa açılma politikasıyla pazar hareketlenmiştir. Ancak, Türk firmaların ticari ve pazarlama faaliyetlerinde İtalyan ve Alman firmalar kadar hızlı cevap verememesi, Türkiye'nin pazar payının düşmesine neden olmuştur. 2015

---

<sup>30</sup> İthal edilen ürünlerin ihracatta kullanılması

yılında İran'a ihracatını iki katına çıkaran İtalya, pazardaki talebin yarısını karşılamaktadır. Almanya'nın pazar payı ise %15'tir.

**Mısır** katı ambalaj makineleri ürününde 2015 yılında 98,6 Milyon \$ değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Bu değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2,2 düşen ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %11 artarak 3,7 Milyon \$'a yükselmiştir. Ancak bu artışa rağmen, Türkiye'nin pazar payında önemli bir değişiklik meydana gelmemiştir. Pazara düşük fiyattan ürün ihraç eden Türkiye, bu ürün segmentinde Sırbistan ve Güney Kore ile rekabet etmektedir. Bu iki ülkenin pazarda gümrük vergisi sebebiyle dezavantajlı olmaları, Türk ihracatçılar için fırsat yaratmaktadır. Pazardaki talebin yarısından fazlasını karşılayan İtalya liderken, Almanya'nın da %20'nin üzerinde payı bulunmaktadır. İtalya pazarda orta seviyede fiyatı olan ürün talebini karşılarken, Almanya yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

**Suudi Arabistan** 128,7 Milyon \$'lık katı ambalaj makinesi ithalatının 3,5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatını yılda ortalama %10,5 artıran Suudi Arabistan, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı yılda ortalama %1,8 azaltmıştır. Bu durum, Türkiye'nin pazar payında düşüşe neden olmuştur. Pazardaki talebin orta ve yüksek fiyatlı ürünlere kayması, pazarın düşük fiyatlı ürün talebini karşılayan Türkiye'nin payındaki düşüşteki en önemli unsurdur. İtalya ve Almanya, Suudi Arabistan pazarında baskın yapıda iken, Hollanda'nın pazardaki payı yüksek oranda artmıştır. Bu üç ülkenin ortak noktası, pazardaki orta ve yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamalarıdır.

**Fas** 2011-2015 yılları arasında katı ambalaj makinesi ithalatını yılda ortalama %1,2 artırarak 30 Milyon \$ seviyesine yükseltmiştir. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat ise yılda ortalama %49 artarak 3,2 Milyon \$ olmuştur. Tarım ve fosfat sektörlerine bağımlılığın azaltılması için sanayi alanında yatırımlar yapılan Fas'ta, sanayi alanında gerçekleştirilen ithalat artmaktadır. Buna ek olarak, Türk ticari organizasyonları ile Faslı ticari organizasyonların ikili ilişkileri, Türkiye'nin pazardaki payını artırmasındaki bir diğer etkidir. AB ülkelerinin vergi muafiyetinin olduğu pazarda, Batı Avrupa ülkelerinin ağırlığı dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra, İtalya ve İspanya, pazardaki lojistik avantajlarını kullanmaları sebebiyle, önemli paylara sahiptir. Bu iki ülke ile beraber Almanya, pazardaki ithalatın yaklaşık üçte ikisini karşılamaktadır.

**Polonya** 2015 yılında 123 Milyon \$ değerinde katı ambalaj makinesi ithal etmiştir. Bu değerinin 2,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılayan ülkenin, 2011-2015 yılları arasındaki küresel ithalatı yılda ortalama %2 azalmaktadır. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalatın neredeyse sıfırdan yükselerek yılda ortalama %175 artması, Türkiye'nin pazarda yer almasına ve %2,2'lik

payı olmasına neden olmuştur. Türkiye'nin pazardaki etkinliğinin artmasındaki başlıca sebep, pazara aynı fiyat segmentinde ürün ihraç eden İspanya'nın pazardaki etkinliğinin azalmasıdır. Pazarda lojistik avantajı ve birçok yatırımı olan Almanya %40'lık pay ile lider konumda iken, İtalya'nın payı da %30'un üzerindedir.

**Rusya** katı ambalaj makinelerinde 2015 yılındaki 241,7 Milyon \$'lık ithalatının 2,2 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında bu ürünlerdeki küresel ithalatı yılda ortalama %10 azalan Rusya'nın, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise yılda ortalama %22 azalmıştır. Avrupa ülkeleri ile yaşanan siyasi sorunlara ek olarak, petrol ve doğalgaz fiyatlarının düşmesiyle yaşanan ekonomik zorluklar, Rusya'nın ithalatındaki düşüşün en önemli sebepleridir. Buna ek olarak, 2015 yılında Türkiye ile yaşanan siyasi kriz, Türkiye'nin pazar payının düşmesine neden olmuştur. Pazarda Almanya ve İtalya toplam talebin %55'ini karşılamaktadır. Ancak bu ülkelerin pazar payları 2011 yılına kıyasla toplam %15 azalmıştır. Avrupa ülkelerinin azalan pazar payları Japonya ve Çin'e kaymaktadır.

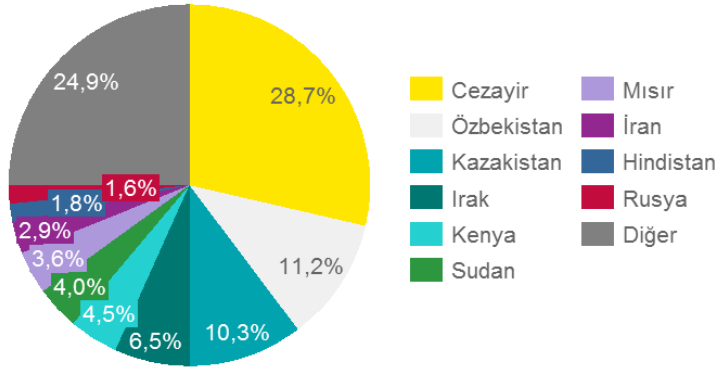
Türkiye katı ambalaj makineleri dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden öne çıkan analizler aşağıda yer almaktadır:

- ▶ Cezayir, BAE, Irak, Romanya ve İran, Türkiye'nin katı ambalaj makineleri ihracatının %30'undan fazlasını karşılamaktadır.
- ▶ BAE, Irak, Romanya ve Fas, Türkiye'nin pazar payının yüksek oranda arttığı ülkelerdir.
- ▶ Suudi Arabistan, İran ve Rusya, Türkiye'den gerçekleştirdikleri katı ambalaj makineleri ithalatını azaltmıştır.
- ▶ Türkiye'nin Polonya pazarına yeni girmiş olması, ülkeye gerçekleştirilen ihracat değerinin yüksek oranda büyümesine neden olmuştur.
- ▶ Cezayir ve Mısır'ın Türkiye'den gerçekleştirdikleri ithalatı artırmalarına karşın, Türkiye'nin pazardaki payında önemli bir değişiklik olmamıştır.
- ▶ Katı ambalaj makinelerinde Türkiye'nin küresel pazardaki en önemli rakipleri, Almanya ve İtalya'dır. Almanya menşeli **Optima** ve **Multivac** ve İtalya menşeli **IMA**, **Goglio** ve **OCME** firmaları küresel pazarda en önemli oyuncularındadır.

### 3.2. Değirmen Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi

2015 yılında 200 Milyon \$'ın üzerinde ihracat gerçekleştiren Türkiye, küresel pazarda en büyük ihracatçı konumundadır. 2011-2015 yılları arasında ihracatını yılda ortalama %8,8 artıran Türkiye, aynı dönemde yılda ortalama %2,2 küçülen küresel ihracat pazarındaki payını yüksek oranda artırmıştır. Türk firmalarının markalaşma ve teknoloji alanındaki yatırımları, Türkiye'yi küresel pazarda ön plana çıkaran en önemli faktördür.<sup>31</sup>

**Şekil 32: Türkiye 2015 Yılı Değirmen Makineleri İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı (%)**

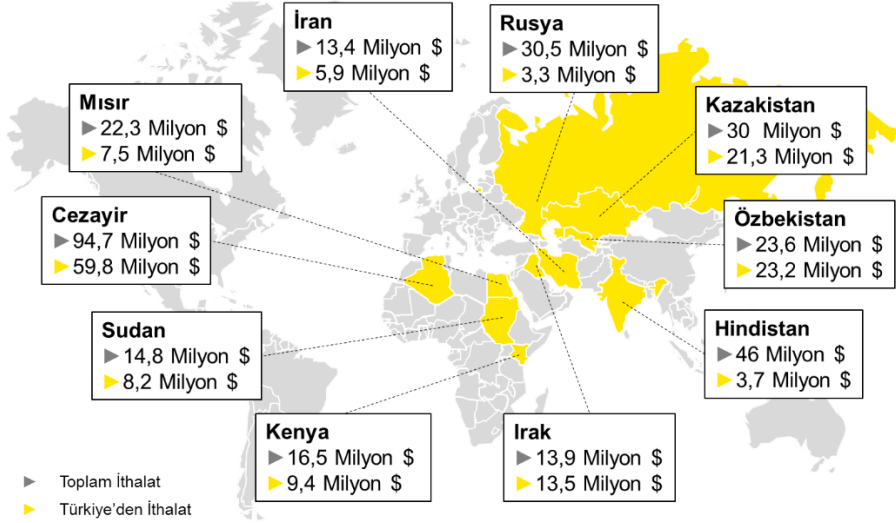


Kaynak: Trademap

Türkiye en fazla değirmen makinesi ihracatını Cezayir'e gerçekleştirmektedir. %28,7 payı olan Cezayir'in yanı sıra, Özbekistan ve Kazakistan da Türkiye'nin ihracatında önemli paylara sahiptir (sırasıyla %11,2 ve %10,3). Bu üç ülke toplamda Türkiye'nin ihracatının yarısından fazlasını karşılamaktadır (104,4 Milyon \$). Türkiye'nin değirmen makineleri ihracatında dikkat çeken diğer ülkeler ise ağırlıklı olarak Orta Doğu ve Afrika bölgesinde yer almaktadır.

<sup>31</sup> Moment-Expo, 2015

**Şekil 33: Türkiye'nin 2015 Yılında En Çok Değirmen Makineleri İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri**



Kaynak: Trademap

**Cezayir** sıvı ve katı ambalaj makinelerinde olduğu gibi değirmen makinelerinde de 59,8 Milyon \$ ile Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülke konumundadır. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatı yılda ortalama %59,4 artan ve 94,7 Milyon \$'a ulaşan Cezayir'in, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat yılda ortalama %77,3 artmıştır. Değirmen makinelerinde gerek küresel gerekse Türkiye'den yapılan ithalatın yüksek ölçüde artmasının en önemli nedeni, Cezayir hükümetinin işsizliğin azaltılması amacıyla tarım sektöründeki yatırımları ve teşvik edici politikalarıdır.<sup>32</sup> Pazarda %63,2 payı bulunan Türkiye'nin yanı sıra, İtalya da Cezayir pazarında etkin konumdadır. İtalya'nın pazara yakınlığıyla elde ettiği lojistik avantaj ve fiyatlarda daha rekabetçi olması, ülkedeki etkinliğinin başlıca sebeplerindendir. İki ülke Cezayir değirmen makinesi ithalatının yaklaşık %95'lik kısmını karşılamaktadır.

**Özbekistan** 2015 yılındaki 23,6 Milyon \$'lık değirmen makineleri ithalatının 23,2 Milyon \$'lık kısmını (%98,2) Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Pazarın tamamına hâkim olan Türkiye'nin lider olmasının nedeni, Türk firmalarının pazarlama alanında ülkedeki girişimleridir. Özbekistan hükümetinin de ithal ikameci bir politika yürütmesiyle kendi kendine yeterli bir tahıl üreticisi olmayı hedefleyen ülke, bu alandaki yatırımlarını artırmıştır.

<sup>32</sup> FAO, Algeria, 2016

**Kazakistan** 2011-2015 yılları arasında değirmen makineleri ithalatını yılda ortalama %6,1 artırarak 30 Milyon \$'a yükseltmiştir. Aynı dönemde, Kazakistan, Türkiye'den yaptığı ithalatı yılda ortalama %20,7 artırmış ve 21 Milyon \$'ın üzerine çıkarmıştır. Pazar büyümesinin üzerinde büyüyen Türkiye, pazardaki payını incelenen dönemde artırmıştır. Türk ürünlerine karşı olan olumlu yaklaşım, birçok Türk firmasının pazarda faaliyet göstermesi ve kültürel yakınlık, Türkiye'nin Kazakistan'da büyümesinin başlıca nedenleridir. Bunun dışında, ülkenin tarım alanında yüksek potansiyele sahip olması ve bu alanda yatırımlar yapılması, değirmen makinelerinin küresel ithalat rakamındaki artışı da açıklamaktadır. Kazakistan pazarında %70 payı olan Türkiye dışında, İspanya ve Almanya da etkin konumdadır.

**Irak** değirmen makineleri pazarının tamamında – Özbekistan'da olduğu gibi – Türkiye'nin hâkimiyeti bulunmaktadır. 13,9 Milyon \$'lık küresel ithalatın 13,5 Milyon \$'lık kısmını karşılayan Türkiye, 2011-2015 yılları arasında pazardaki payını %20 seviyelerinde artırmıştır. Türkiye'nin pazara olan yakınlığı, lojistik avantaj yaratmaktadır. Ayrıca, Irak hükümetinin tarım makine ve alet ithalatı yapılması ve tarım sektöründe çalışanlara ucuz imkânlarla sağlanması amacıyla kurduğu kamu şirketlerinin düşük fiyatlı ürünlere yönelmesi, Türkiye'nin Irak'taki etkinliğinin önemli nedenlerindedir.

**Kenya** değirmen makineleri ürününde 2015 yılında 16,5 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştirmiştir. Bu değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %44 artıran Kenya'nın Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise aynı dönemde küresel ithalata kıyasla daha yüksek hızda büyümüş ve 9,4 Milyon \$ seviyesine ulaşmıştır. Kenya'nın gerek küresel ithalatını gerekse Türkiye'den ithalatını artırmasındaki en önemli neden, ülkenin başlıca ekonomik gelirinin tarım olmasıdır. Gelişen ekonomiyle modernleşen üretim tesisleri kuran Kenya'da, Türk özel sektörünün pazarlama faaliyetlerini artırması, Türkiye'nin pazar payındaki artışa olumlu yönde katkı sunmuştur. Pazarda %57'lik pay ile lider olan Türkiye'nin yanı sıra, Kenya'nın orta seviyede fiyatı olan ürün talebini karşılayan İtalya ve düşük fiyatlı ürün talebini karşılayan Çin de etkin konumdadır. Bu üç ülke, Kenya'nın değirmen makineleri ithalatının %80'ini karşılamaktadır.

**Sudan** 14,8 Milyon \$ değerindeki değirmen makineleri ithalatının 8,2 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatını yılda ortalama %49,4 artıran ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını yılda ortalama %93,3 artmıştır. Bu durum, Türkiye'nin pazardaki payının incelenen dönemde arttığını ve Türkiye'nin pazar büyümesinin üzerinde büyüme performansının olduğunu göstermektedir. Sudan'ın son dönemde daha istikrarlı bir ekonomiye sahip olması ve gelir seviyesindeki artışla ülkenin en önemli gelir kaynağı olan tarım alanında makineleşme oranını artırmak istemesi, küresel ithalatın

büyümesindeki en önemli faktördür. Türkiye ile Sudan arasında İş Konseyi kurulmasının ardından gelişen ticari ilişkiler ise, Sudan'ın Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatın artmasındaki başlıca nedendir. Pazarda %56'lık pay ile Türkiye liderdir. Ek olarak, küresel ihracat pazarında önemli oyuncuların olan İsviçre ve son yıllarda Doğu Afrika bölgesinde ticari faaliyetlerini artıran Hindistan, pazarda etkin konumdadır. Üç ülke Sudan'ın toplam ithalatının %90'ını karşılamaktadır.

**Mısır** 2015 yılında 22,3 Milyon \$ değerinde değirmen makineleri ithalatı gerçekleştirmiştir. Bu değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %5,4 azalan ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat yılda ortalama %7,7 artarak 7,5 Milyon \$ olmuştur. 2013 yılında yaşanan siyasi krizin ardından küresel ithalatı azalan ve daha düşük fiyatlı ürünlere yönelen Mısır'da, fiyatta daha rekabetçi olan Türkiye'nin pazar payı artmıştır. Aynı zamanda iki ülke arasındaki STA da Türkiye'nin pazardaki büyümesindeki önemli etkenlerdendir. %34'lük pay ile pazarda lider olan Türkiye'nin en önemli rakipleri İsviçre ve İtalya'dır. İsviçre pazardaki orta ve yüksek fiyatlı ürün talebini karşılarken, İtalya düşük fiyat segmentinde Türkiye ile rekabet etmektedir.

**İran** 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %21,8 azalttığı değirmen makineleri ithalatını 13,4 Milyon \$'a düşürmüştür. Ülkenin aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise yılda ortalama %32,4 azalmıştır. Bu durum, Türkiye'nin pazardaki payını yüksek oranda düşürmüştür. İran'ın son dönemde dışı açılma politikası izlemesiyle Batı Avrupa ülkelerinin pazara girişi, Türkiye'nin pazar payının azalmasındaki en önemli etkenlerden biridir. Ek olarak, İran'ın sanayi alanında attığı adımlar da İran'ın küresel ithalatının düşmesine neden olmuştur. Pazar payındaki yüksek oranlı düşüşe rağmen İran'da %34'lük pay ile Türkiye lider konumdadır. Küresel ihracat pazarında önemli oyuncuların olan İsviçre, İran'ın önemli ticari ortaklarından Çin ve pazara yeni giren Birleşik Krallık, İran'da Türkiye'nin rakipleridir. Bu dört ülke İran'ın değirmen makineleri ithalatının yaklaşık %95'ini karşılamaktadır.

**Hindistan** gelişen ekonomisi ve özellikle bilişim alanında attığı Ar-Ge adımlarıyla dünyanın önde gelen ülkelerindendir. Buna rağmen, ülkedeki istihdamın yarısından fazlası tarım sektörü tarafından karşılanmaktadır. Bu sebeple değirmen makineleri ürününde yüksek potansiyel barındıran ülkenin, 2011-2015 yılları arasında değirmen makineleri küresel ithalatı yılda ortalama %8 artarak 46 Milyon \$ olmuştur. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan değirmen makinesi ithalatı ise yılda ortalama %11,1 artmış ve 3,7 Milyon \$'a yükselmiştir. Öte yandan bu durum, pazara ihracatı rakiplerine kıyasla düşük olan Türkiye'nin pazar payında önemli bir değişiklik meydana getirmemiştir. Pazarda Çin ve Tayland en etkin ülkeler konumunda olup, pazardaki talebin

yaklaşık dörtte üçlük kısmını karşılamaktadır. İki ülke de pazara olan yakınlıkları sebebiyle lojistik avantaja sahiptir.

**Rusya** 30,5 Milyon \$'lık değirmen makineleri ithalatının 3,3 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatını yılda ortalama %18,6 azaltan ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %27,2 azalmıştır. Rusya'nın en önemli gelir kaynağı olan enerji fiyatlarındaki düşüş, küresel ithalatının düşmesindeki en önemli faktördür. Ayrıca, 2015 yılında Türkiye ile yaşanan uçak krizi de Türkiye'nin pazardaki payının azalmasındaki bir diğer önemli etkidir. Pazarda %11'lik payı olan Türkiye'nin en önemli rakibi %45'lik payı ile İsviçre'dir. İsviçre pazardaki orta ve yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Türkiye ise pazarda düşük fiyatlı ürünler üzerinden konumlanmıştır.

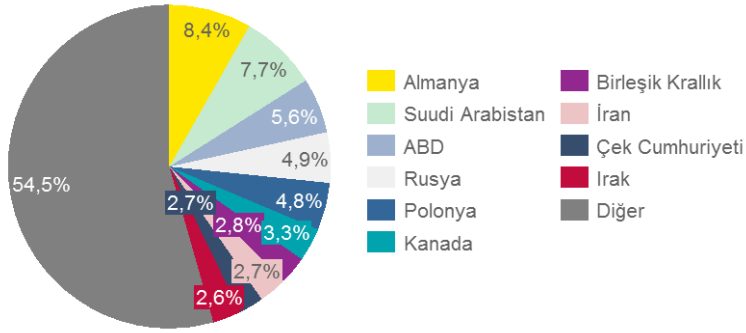
Türkiye değirmen makineleri dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden önce çıkan analizler aşağıda yer almaktadır:

- ▶ Değirmen makinelerinde 200 Milyon \$'ın üzerinde ihracat gerçekleştiren Türkiye, küresel pazarda en büyük ihracatçı konumundadır.
- ▶ 2011-2015 yılları arasında Türkiye'nin küresel ihracat pazarındaki payı %7 oranında artmıştır.
- ▶ Türk firmalarını küresel pazarda ön plana çıkaran en önemli unsur, markalaşma ve teknoloji alanında yapılan yatırımlardır.
- ▶ Türkiye en fazla değirmen makinesi ihracatını Cezayir'e gerçekleştirirken, bu ülkeyle beraber Özbekistan ve Kazakistan, Türkiye'nin ihracatının yarısından fazlasını karşılamaktadır.
- ▶ Türkiye, Hindistan ve Rusya haricinde incelenen tüm pazarlarda lider konumdadır.
- ▶ Özbekistan ve Irak pazarlarının tamamına hakim olan Türkiye, Cezayir, Kazakistan, Kenya ve Sudan pazarlarında da %50'nin üzerinde paya sahiptir.
- ▶ Hindistan'ın Türkiye'den yaptığı ithalat artmasına rağmen, Türkiye'nin pazar payında önemli bir değişiklik olmamıştır. Rusya ise, incelenen ülkeler içerisinde Türkiye'nin ihracatının azaldığı tek ülkedir.
- ▶ İtalya, İsviçre ve Çin, değirmen makineleri ürününde Türkiye'nin en önemli rakipleridir. İtalya menşeli **Ocrim**, İsviçre menşeli **Wirtech** ve Çin menşeli **Agico Group**, küresel pazarda dikkat çeken üretici ve ihracatçı firmalardır.

### 3.3. Metal İşleme Tezgahları Dış Ticaret Eğilim Analizi

Metal işleme tezgahları ürününde 2015 yılında 280 Milyon \$'ın üzerinde ihracat gerçekleştiren Türkiye, bu değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 artırmıştır. Aynı dönemde 9,3 Milyar \$ olan küresel ihracat değeri ise, yılda ortalama %4,1 azalmıştır. Bu durum, Türkiye'nin küresel pazardaki payının arttığını göstermektedir.

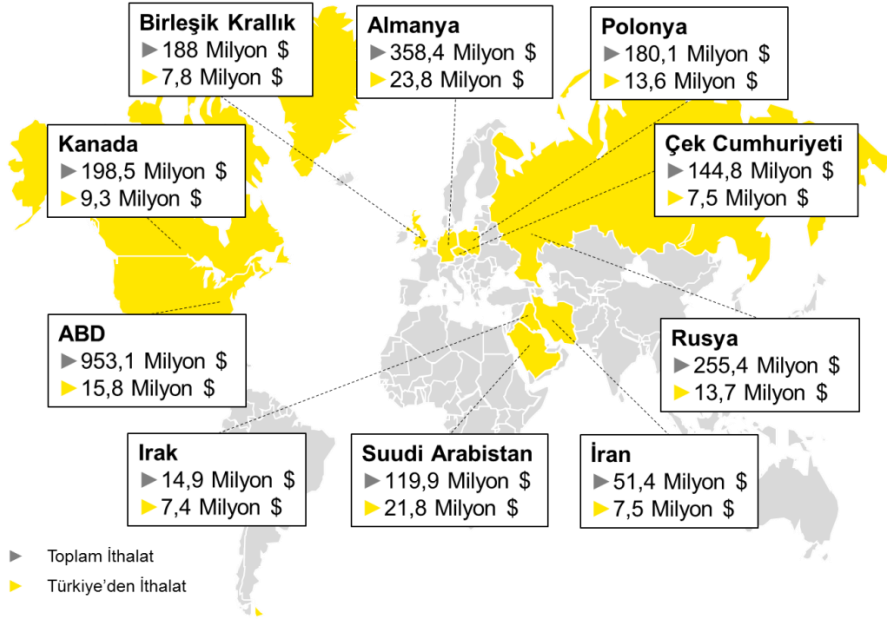
**Şekil 34: Türkiye 2015 Yılı Metal İşleme Tezgahları İhracatının Ünelere Göre Dağılımı (%)**



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin metal işleme tezgahları ihracatında Avrupa ülkelerinin ağırlığı dikkat çekerken, Orta Doğu ve Kuzey Amerika ülkelerinin de Türkiye'nin ihracatında önemli yer tuttuğu tespit edilmiştir. Bu ülkelerden Almanya, Suudi Arabistan, ABD ve Rusya, Türkiye'nin ihracatının dörtte birlik kısmını karşılamaktadır.

**Şekil 35: Türkiye'nin 2015 Yılında En Çok Metal İşleme Tezgahları İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri**



Kaynak: Trademap

**Almanya** yaklaşık 360 Milyon \$ değerindeki metal işleme tezgahları ithalatının 23,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında bu ürünlerdeki küresel ithalatı yılda ortalama %6,7 azalan ülkenin, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise aynı dönemde yılda ortalama %8,7 artmıştır. Almanya'nın metal işleme tezgahlarında en fazla imalat gerçekleştiren ülkelerden biri olmasına rağmen üretim maliyetlerinin yüksek olması ve Türkiye'nin Almanya'ya düşük fiyatlı ürün ihracatı gerçekleştirmesi, Türkiye'nin pazarda büyümesindeki en önemli faktördür. Pazarda İsviçre ve İtalya, en etkin ülkelerdir. Bu ülkelerin Almanya pazarında sahip oldukları lojistik avantaj ve gümrük birliği sebebiyle gümrük vergisinden muaf olmaları, ülkeleri Almanya pazarında öne çıkarmaktadır.

**Suudi Arabistan** ekonomisinin doğal kaynaklara olan bağımlılığını azaltma çabaları ve sanayi alanındaki yatırımları sebebiyle, makine imalat sektöründe öne çıkan ithalatçılardandır. 2015 yılında yaklaşık 120 Milyon \$ değerinde metal işleme tezgahları ithalatı gerçekleştiren Suudi Arabistan, bu ithalatın yaklaşık 22 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Orta Doğu bölgesinde yapılan pazarlama faaliyetlerinin artırılması ve fiyatta rekabetçi politika izlenmesi, Türkiye'nin Suudi Arabistan'a gerçekleştirdiği ihracatın yüksek oranda artmasına neden olmuş ve Türkiye'yi pazarda önemli

tedarikçilerden biri haline getirmiştir. %22'lik payı olan İtalya'nın ardından pazarda en etkin ikinci ülke olan Türkiye'nin yanı sıra, Çin ve ABD de pazarda dikkat çeken ülkeler arasında yer almaktadır. Bu dört ülke Suudi Arabistan metal işleme tezgahları ithalatının üçte ikisini karşılamaktadır. Suudi Arabistan pazarında etkin olan ülkeler, katma değer ve fiyat açısından farklı segmentteki ürünlerin tedarikini sağlamaktadır.

**ABD** de Almanya gibi imalatta öne çıkan ülkelere rağmen metal işleme tezgahlarında küresel pazarda en fazla ithalat gerçekleştiren ikinci ülke konumundadır. 950 Milyon \$'ın üzerindeki küresel ithalatının 15,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştiren ABD pazarı, küresel ithalat değerini 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %7 oranında artırmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat ise yılda ortalama %7,5 oranında azalmıştır. Bu bağlamda, Türkiye'nin ABD pazarında küçüldüğü tespit edilmiştir. ABD'ye Türkiye ile aynı segmentte ürün ihraç eden Çin'in, fiyatta daha rekabetçi olması, Türkiye'den gerçekleştirilen ithalatın azalmasındaki en önemli faktörlerdendir. Pazarda, küresel seviyede de en önemli ihracatçılar olan Japonya, Almanya ve İtalya, en etkin ülkeler olarak analiz edilmiştir. Çin'in pazar payındaki artış da dikkat çekmektedir.

**Rusya** 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %14 azalttığı metal işleme tezgahları ithalatını 255 Milyon \$ seviyelerine indirmiştir. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat ise yılda ortalama %9,4 azalmış ve 13,7 Milyon \$ seviyelerine gerilemiştir. Rusya'nın Batı ile yaşadığı siyasi gerilim ve petrol fiyatlarındaki düşüş, Rusya'daki pazarın daralmasındaki en önemli faktörlerdir. Ek olarak, Türkiye ile yaşanan uçak krizi, Türkiye ile Rusya arasındaki ticareti 2015 yılında olumsuz etkilemiştir. Ancak, ilişkilerin normalleşmesiyle Türkiye'nin pazardaki etkinliğinin artması olasıdır. Rusya, gerçekleştirdiği metal işleme tezgahları ithalatını ağırlıklı olarak, Almanya, İtalya ve Çin'den karşılamaktadır. Rusya'nın bu ülkelere de gerçekleştirdiği ithalat, azalma eğilimindedir. Türkiye, Güney Kore ve Japonya da pazarda yüksek potansiyele sahip tedarikçiler konumundadır.

**Polonya** 180 Milyon \$'lık metal işleme tezgahları ithalatının 13,6 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatı aynı seviyelerde kalan ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatta yılda ortalama %2 seviyelerinde artış olmuştur. Polonya'ya düşük fiyatlı ürün ihraç eden Türkiye'nin, aynı ürün segmentinde pazardaki rakibi olan Güney Kore'ye kıyasla fiyatta daha rekabetçi olması, Türkiye'den gerçekleştirilen ithalatın artmasındaki en önemli nedendir. Pazardaki en etkin ülkeler Almanya, ABD ve İtalya'dır. Almanya ve İtalya, pazardaki orta fiyat segmentindeki ürün talebini karşılamaktadır. ABD'den ise yüksek fiyatlı ürünler ithal edilmektedir. Bu üç ülke, Polonya'nın metal işleme tezgahları ithalatının %55'ini karşılamaktadır.

**Kanada** 2015 yılında yaklaşık 200 Milyon \$ değerinde metal işleme tezgahı ithal etmiştir. Bu ürünlerdeki küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında aynı seviyelerde kalan ülkenin, 9,3 Milyon \$ olan Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat da 2011-2015 yılları arasında aynı seviyelerde kalmıştır ve Türkiye'den yapılan ithalat pazara paralel bir eğilim izlemiştir. En fazla metal işleme tezgahı ithalatını sınır komşusu olan ve yakın ticari ilişkilerinin bulunduğu ABD'den gerçekleştiren Kanada; Japonya, Çin ve Almanya'dan da yüksek değerlerde ithalat gerçekleştirmektedir. Çin, Kanada'nın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Almanya ve Japonya ise, ülkenin orta ve yüksek fiyatlı ürün tedarikini sağlamaktadır. Bu dört ülke, Kanada'nın metal işleme tezgahı ithalatının üçte ikisini karşılamaktadır.

**Birleşik Krallık** metal işleme tezgahında 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatını yılda ortalama %8,3 artırırken, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını yılda ortalama %17 artırmıştır. 188 Milyon \$ hacimli pazara 7,8 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştiren Türkiye'nin, pazardaki payında %1 oranında artış olmuştur. Türk firmalarının Birleşik Krallık'taki pazarlama faaliyetlerinin ve Birleşik Krallık'taki düşük fiyatlı ürün talebinin artması, Türkiye'nin pazara gerçekleştirdiği ihracatın artmasındaki başlıca etkenlerdir.<sup>33</sup> %20'nin üstündeki payıyla pazarda lider olan Çin'in yanı sıra, farklı ürün segmentlerinde öne çıkan ihracatçılar olan Almanya, İtalya ve Japonya pazarda etkin olan ülkelerdir. Ek olarak, pazara yakınlığı sebebiyle lojistik avantaja sahip olan Fransa da, Birleşik Krallık metal işleme tezgahları ithalatında dikkat çekmektedir.

**İran** sanayileşme alanında önemli adımlar atması ve son yıllarda dışa açılım politikası izlemesi sebebiyle, birçok ihracatçı ülke için yüksek potansiyelli pazarlardan biri olarak görülmektedir. Türkiye'nin de coğrafi yakınlığı sebebiyle rakiplerine kıyasla lojistik avantaja sahip olduğu pazara 7,5 Milyon \$ değerinde metal işleme tezgahı ihraç etmiştir. Bu ürünlerdeki küresel ithalatı 51 Milyon \$ olan İran'ın, gerek küresel gerekse Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat azalma eğilimindedir. İran imalat sektöründe yapılan yatırımların artması ve İran'ın iç pazardaki talebi karşılamaya yönelik yaptığı üretimi artırması, bu durumun başlıca nedenleridir. Pazarda lider olan ve düşük fiyatlı ürün talebini karşılayan Çin ve pazarın yüksek katma değerli ürün tedarikini sağlayan Almanya, Türkiye'nin en önemli rakipleri konumundadır. Bu iki ülkeyle beraber Türkiye, pazarın toplam ithalatının dörtte üçünü karşılamaktadır.

**Çek Cumhuriyeti** yaklaşık 145 Milyon \$'lık metal işleme tezgahı ithalatının 7,5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmektedir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatı aynı seviyelerde kalan ülkenin, aynı dönemde

---

<sup>33</sup> MAİB, Trademap, EY Analizi, 2016

Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise yılda ortalama %19 artmıştır ve Türkiye'nin pazar payı yükselmiştir. Çek Cumhuriyeti'nin düşük fiyatlı ürünlere olan talebinin artması, Türkiye'nin pazarda büyümesinin en önemli nedenlerindedir. Farklı ürün ve fiyat segmentlerindeki ürün talebini karşılamaya yönelik ithalat gerçekleştiren Çek Cumhuriyeti'nin en büyük ticaret ortağı olan Almanya, pazarda %26'lık payla liderken, İtalya ve Avusturya da etkin ülkeler arasında yer almaktadır. Üç ülkenin pazardaki paylarının toplamı ise %57'dir.

**Irak** yaklaşık 15 Milyon \$ olan metal işleme tezgahı ithalatının yarısını Türkiye'den gerçekleştirmektedir. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %5,5 büyüyen pazarda, Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat aynı dönemde yılda ortalama %8 büyümüştür. Türkiye'nin pazara olan yakınlığı ile rakiplerine karşı sağladığı lojistik avantaj ve ülkedeki güvenlik ve terör sorunlarıyla Batı Avrupa ülkelerinin pazardaki etkinliklerini azaltması, Türkiye'nin pazarda büyümesinin başlıca sebepleridir. Pazarda lider olan Türkiye'nin yanı sıra, ABD, Çin, Almanya ve İtalya da, Irak metal işleme tezgahları pazarında etkin ülkelerdir. Bu dört ülke Türkiye ile birlikte, pazardaki toplam ithalatın %96'sını karşılamaktadır.

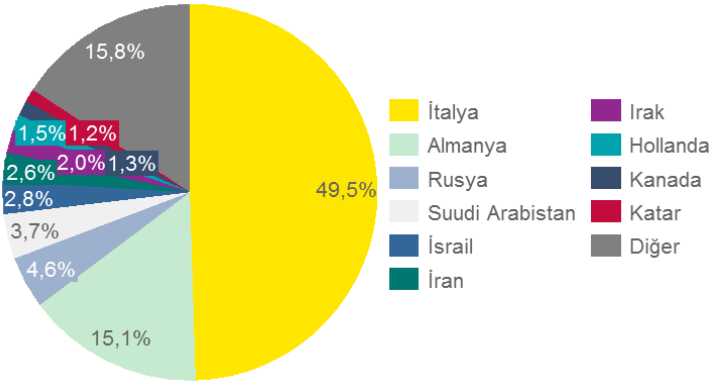
Türkiye metal işleme tezgahları dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden öne çıkan analizler aşağıda yer almaktadır:

- ▶ Türkiye'nin metal işleme tezgahları ihracatında Avrupa ülkelerinin yanı sıra, Orta Doğu ve Kuzey Amerika ülkeleri de dikkat çekmektedir.
- ▶ Türkiye metal işleme tezgahları ürününde Almanya, Suudi Arabistan, Kanada, Çek Cumhuriyeti ve Irak pazarlarında büyümüştür.
- ▶ Irak, incelenen ülkeler içerisinde Türkiye'nin lider olduğu tek pazardır.
- ▶ Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği pazarlardan ABD, Birleşik Krallık ve Irak'ta büyüme görülmektedir.
- ▶ Rusya ve İran pazarları metal işleme tezgahları ürününde daralma eğilimindedir.
- ▶ Almanya, Çin, ABD, İtalya ve Japonya, Türkiye'nin metal işleme tezgahları ihracatında en önemli rakipleridir. Almanya menşeli **Schuler**, **Messer**, Çin menşeli **Keyland**, ABD menşeli **Magnum**, İtalya menşeli **Salvagnini**, **Aida** ve Japonya menşeli **Shin Nippon Koki** ve **Amada**, küresel ihracat pazarında öne çıkan oyunculardır.

### 3.4. Sondaj Makineleri Dış Ticaret Eğilim Analizi

Ağırlıklı olarak maden ve inşaat altyapı sektörlerinde kullanılan sondaj makineleri ihracatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %12,4 artıran Türkiye, ihracat değerini 2015 yılında 80 Milyon \$ seviyelerine yükseltmiştir. Aynı dönemde yılda ortalama %8,2 azalan küresel ihracat değeri ise, 10 Milyar \$'ın üzerindedir. Küresel pazara kıyasla ihracat değeri düşük olan Türkiye'nin ihracatını yüksek oranda artırması, küresel pazardaki payını iki katına çıkarmasına neden olmuştur. Küresel pazarda en fazla ihracat gerçekleştiren ülke Çin olup, ABD ve Almanya da önemli ihracatçılar arasında yer almaktadır. Üç ülke toplamda 5,4 Milyar \$'lık ihracat gerçekleştirirken, küresel sondaj makineleri ithalat talebinin yarısından fazlasını karşılamaktadır.

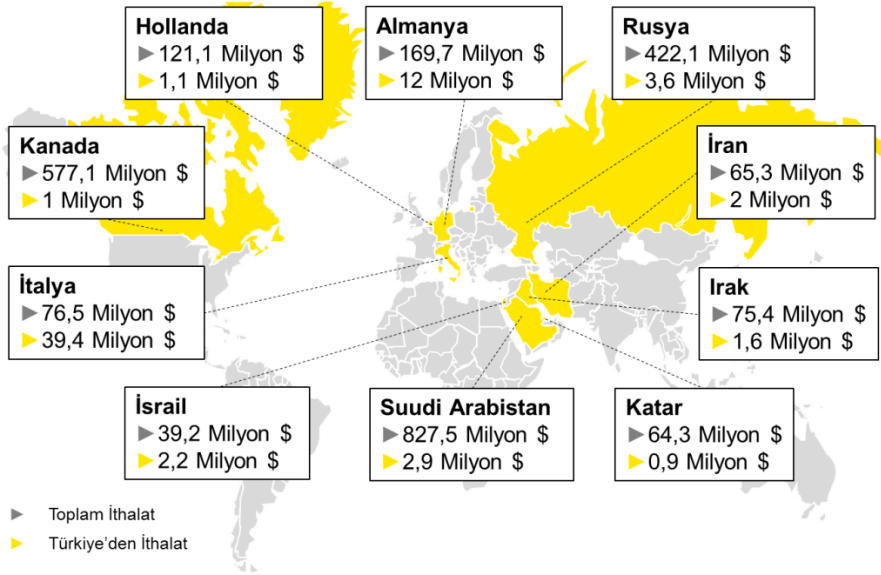
**Şekil 36: Türkiye 2015 Yılı Sondaj Makineleri İhracatının Ünelere Göre Dağılımı (%)**



Kaynak: Trademap

Sondaj makinelerinde ihracatını yüksek oranda artıran Türkiye'nin, en fazla ihracat gerçekleştirdiği pazar İtalya'dır. Türkiye'nin İtalya'ya yaptığı ihracat, toplam ihracatının yaklaşık yarısıdır. İtalya dışında Almanya da Türkiye'nin sondaj makineleri ihracatındaki %15'lik payı ile dikkat çekmektedir. Bu ülkeler dışında Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler Orta Doğu ülkeleridir. Yeraltı kaynakları açısından zengin olmaları ve artan yatırımlarla altyapı çalışmalarının kazandığı ivme, Orta Doğu ülkelerinin sondaj makinelerinde öne çıkmasındaki başlıca sebeplerdir.

### Şekil 37: Türkiye'nin 2015 Yılında En Çok Sondaj Makineleri İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri



Kaynak: Trademap

**İtalya** makine imalat sektöründe Türkiye'nin en önemli rakiplerinden biri olmasına rağmen, sondaj makineleri ürününde Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği pazardır. Küresel ithalatının 76,5 Milyon \$ olduğu üründe Türkiye'den 2015 yılında 39,4 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştiren İtalya, 2011-2015 yılları arasında Türkiye'den yaptığı ithalatı yılda ortalama %167 oranında arttırarak oldukça iyi bir büyüme performansı göstermiştir. Türk firmalarının İtalya'daki fuarlarda faal olmaları ve İtalyan firmaların iş makineleri sektöründe Türkiye'de yaptığı yatırımlarla kurulan yakın ilişkiler, Türkiye'nin İtalya pazarında büyümesindeki en önemli faktördür.<sup>34</sup> İtalya'da %51,5'lik payı ile lider olan Türkiye'nin yanı sıra, Almanya ve ABD de pazardaki etkin ülkelerdir.

**Almanya** 169,7 Milyon \$'lık sondaj makineleri ithalatının 12 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatı yılda ortalama %13,7 azalan Almanya'nın, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat yılda ortalama %53,8 artmıştır. Bu durum, Türkiye'nin pazarın üzerinde bir büyüme performansı sergilediğini göstermektedir. Türk firmaların Almanya'nın da dahil olduğu bazı Batı Avrupa ülkelerini hedef pazar olarak belirlemesi ve Almanya'daki faaliyetlerini artırmaları, Türkiye'nin pazar

<sup>34</sup> Dünya Gazetesi, 2014

payının artmasındaki en önemli sebeptir.<sup>35</sup> Küresel pazarda yüksek katma değerli ürün ihracatı gerçekleştiren ABD ve Almanya'ya coğrafi yakınlığıyla lojistik avantaja sahip olan Avusturya, sırasıyla %22 ve %15'lik paylarıyla pazardaki en etkin ülkelerdir. Pazardaki payını son dönemlerde yüksek oranda artıran ve küresel pazarda önemli ihracatçılardan olan İtalya, İsveç ve Türkiye de İtalya'da yüksek potansiyel vaat eden ülkelerdir. Bu beş ülke pazardaki ithalatın toplamda %60'ından fazlasını karşılamaktadır.

**Rusya** sondaj makinelerinde yaptığı küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %17,4 azaltarak 420 Milyon \$ seviyelerine indirmiştir. Rusya'nın son dönemde yaşadığı ekonomik sorunlar nedeniyle ilgili sektörlerin küçülmesi, bu üründe küresel ithalatının azalmasındaki en önemli etkidir. Rusya'nın sondaj makinelerinde Türkiye'den yaptığı ithalat ise, aynı dönemde yılda ortalama %23,2 artarak 3,6 Milyon \$ seviyesine gelmiştir. Ancak 2013 yılındaki değere kıyasla düşüş görülmüştür. Bu düşüşün nedeni, yukarıda bahsedilen gerekçe ile beraber 2015 yılında Türkiye ve Rusya arasında yaşanan siyasi krizdir. Öte yandan, son dönemde iki ülke arasındaki ilişkilerde yaşanan olumlu gelişmeler, Rusya'yı Türk ihracatçıları için yüksek potansiyelli bir pazar konumuna getirmektedir. Ayrıca, pazarda Türkiye'den yapılan ithalatta yaşanan dalgalanmalar, pazardaki payı düşük olan Türkiye'nin Rusya'daki etkinliğinde önemli bir değişiklik meydana getirmemiştir. Rusya pazarında en etkin ülke %40'luk pay ile Çin'dir. Rusya'nın düşük fiyatlı ürünlere olan talebinin artması, Çin'i pazarda öne çıkaran başlıca unsurdur. ABD ve Almanya'nın ise, Rusya ile yaşadığı siyasi sorunlar sebebiyle pazardaki etkinlikleri azalmaktadır.

**Suudi Arabistan** ilgili sektörlerde yapılan yatırımlar sebebiyle, sondaj makinelerinde en fazla ithalat gerçekleştirilen ve yüksek potansiyel vaat eden pazarlar arasında yer almaktadır. 2015 yılında bu üründe 827,5 Milyon \$'lık ithalat yapan ülkenin, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise 2,9 Milyon \$'dır. Bu değer, yüksek hacmi olan pazarda Türkiye'nin payının çok düşük olduğunu ve Türkiye'nin pazarda etkin olmadığını göstermektedir. Buna rağmen, Türkiye'nin pazara gerçekleştirdiği ihracatı son dönemde yılda ortalama %60 artırdığı görülmektedir. Suudi Arabistan'ın sondaj makineleri ithalatında Asya ülkelerinin hakimiyeti dikkat çekmektedir. Güney Kore, Çin ve Japonya'nın pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmesi, ülkeleri pazarda öne çıkarmaktadır. Bu ülkeler pazardaki ithalatın yaklaşık %60'ını karşılamaktadır.

**İsrail** 2011-2015 yılları arasında sondaj makineleri ithalatını yılda ortalama %14 azaltmış ve 39,2 Milyon \$ seviyesine düşürmüştür. Ülkenin aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise yılda ortalama %9 artmış ve 2,2 Milyon \$ seviyesine yükselmiştir. Pazarda büyüyen Türkiye'nin düşük

---

<sup>35</sup> Moment-Expo, 2013

fiyatlı ürün segmentinde daha rekabetçi olması, bu durumun başlıca nedenlerindedir. Pazarda etkin olan ülkeler incelendiğinde, Almanya, İtalya ve ABD'nin en yüksek paya sahip ülkeler olduğu tespit edilmiştir. Geçmiş dönemde yüksek katma değerli ürün talep eden İsrail pazarına yerleşen ülkeler, İsrail pazarındaki talebin düşük fiyatlı ürünlere kaymasıyla pazar paylarını giderek kaybetmektedir. Pazardaki ithalatın yaklaşık üçte ikisini karşılayan bu ülkelerin haricinde, Belçika'nın payındaki yüksek oranlı artış da dikkat çekmektedir.

**İran** sondaj makineleri ürününde 65,3 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. İran'da sanayi alanında yapılan yatırımların artması, incelenen diğer makine ürünlerinde olduğu gibi sondaj makinelerinde de küresel ithalatının 2011-2015 yılları arasında önemli oranda düşmesine sebep olmuştur. Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat ise 2 Milyon \$ seviyelerinde olup, incelenen dönemde aynı seviyelerde kalmıştır. İran sondaj makineleri pazarına düşük fiyatlı ürün ihraç eden Çin'in, %90'lık pay ile pazarda baskın yapıda olduğu görülmektedir.

**Irak** son dönemde ülkede yaşanan terör ve siyasi sorunlar sebebiyle, birçok sektörde ithalatını azaltmıştır. Bu durum, sondaj makinelerine de yansımış olup, 2011-2015 yılları arasında pazar yılda ortalama %22 daralmıştır. Türkiye'den gerçekleştirilen 1,6 Milyon \$'lık ithalat ise, 2011 yılına kıyasla 700 Bin \$ artsa da, Türkiye'nin pazar payında önemli bir değişiklik görülmemiştir. Irak pazarında düşük fiyatlı ürün talebini karşılayan Çin, %40'ın üzerindeki payı ile liderdir. Irak'ın yüksek fiyatlı ürün talebini karşılayan ABD ve orta seviyede fiyatlı olan ürünlerin tedarikini sağlayan İtalya da pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Bu üç ülke Irak sondaj makineleri ithalatının %85'ini karşılamaktadır.

**Hollanda** 121,1 Milyon \$'lık sondaj makineleri ithalatının 1,1 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. 2011-2015 yılları arasındaki ithalatı yılda ortalama %7,1 azalan Hollanda, aynı dönemde Türkiye'den ithalatını yılda ortalama %78 arttırmasına rağmen, pazara yeni giriş yapan Türkiye'nin pazar payında önemli bir değişiklik meydana gelmemiştir. Almanya, ABD ve Japonya, pazardaki en etkin ülkelerdir. Bu ülkelerden Almanya, pazara yakınlığı sebebiyle lojistik avantaj elde etmektedir. ABD ve Japonya da pazardaki yüksek katma değerli ürün talebini karşılamaktadır. Hollanda'nın toplam ithalatının yarısından fazlasını karşılayan bu ülkelerin yanı sıra, pazardaki paylarını önemli oranlarda artıran Belçika ve Norveç de Hollanda'nın sondaj makineleri ithalatında dikkat çekmektedir.

**Kanada** sondaj makineleri ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2,2 azaltarak 577 Milyon \$'a düşürmüştür. Pazara yeni giren Türkiye'den ise 1 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirilmiştir. Pazara yakınlığı ve

NAFTA'nın<sup>36</sup> da etkisiyle Kanada ile olan ekonomik ilişkileri, ABD'yi pazarda lider konuma getiren faktörlerdir. Pazarda %7 payı olan Çin'in ise, Kanada'ya gerçekleştirdiği ihracat önemli miktarda artmıştır. Türkiye Kanada'ya orta seviyede fiyatı olan ürün ihraç ederken, ABD ve Çin düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. ABD'nin düşük fiyatlı ürün ihraç etmesinde lojistik maliyetlerin düşük olması ve iki ülke arasındaki STA'nın önemli etkisi bulunmaktadır.

**Katar** 64,3 Milyon \$'lık sondaj makineleri ithalatının 900 Bin \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatını yılda ortalama %19,6 artıran Katar, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını ise yılda ortalama %124,8 artırmıştır. Katar'ın sondaj makinelerindeki ithalatının yüksek oranda artmasındaki neden ilgili sektörlerde artan yatırımlardır. Pazarda Türkiye'den ithalat yüksek oranda artmasına rağmen, Türkiye'nin pazar payında önemli bir değişim olmamıştır. Pazardaki talebin yarısından fazlasını karşılayan ABD baskın yapıdayken, %27,8'lik payı olan Almanya da pazarda etkindir. Bu ülkeler, pazarda yüksek katma değerli ürün talebini karşılamaktadır.

Türkiye sondaj makineleri dış ticareti için yapılan analizlerden öne çıkan noktalar aşağıda yer almaktadır:

- ▶ Türkiye'nin sondaj makineleri ihracatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %12,4 artmıştır.
- ▶ Türkiye 2015 yılındaki sondaj makineleri ihracatının yaklaşık yarısını İtalya'ya gerçekleştirmiştir. Almanya da Türkiye için önemli pazarlardan biri olup, Türkiye'nin sondaj makineleri ihracatının %15'ini karşılamaktadır.
- ▶ Türkiye İtalya ve Almanya pazarlarında yüksek oranda büyümüştür. Türk ihracatçı firmaların bu ülkeleri hedef pazar olarak belirlemeleri ve pazarlama faaliyetlerini artırmaları, Türkiye'nin pazarlarda büyümesinin başlıca sebepleridir.
- ▶ Türkiye İtalya pazarında lider konumdayken, Kanada pazarına yeni giriş yapmıştır.
- ▶ Rusya pazarı daralmasına rağmen, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı 2011-2015 yılları arasında artırmıştır. İki ülkenin son dönemde ilişkilerini düzeltme yönünde adımlar atması, Rusya'yı Türkiye için yüksek potansiyelli pazarlardan biri konumuna getirmektedir.
- ▶ Türkiye'nin Suudi Arabistan pazarındaki payı düşük olmasına rağmen, son dönemde Türkiye'den gerçekleşen ithalatın artması ve pazarın yüksek ithalat hacmi, Suudi Arabistan pazarının yüksek potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

---

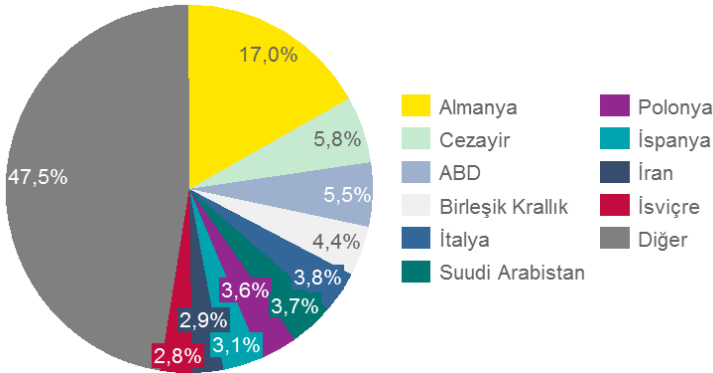
<sup>36</sup> NAFTA, Kanada, ABD ve Meksika'yı kapsayan serbest ticaret anlaşmasıdır. Ülkeler birbirlerine gerçekleştirdikleri ticarete gümrük vergisinden muafır.

- ▶ Almanya, ABD, İtalya ve Çin, sondaj makineleri ihracatında Türkiye'nin en önemli rakipleridir. Bu ülkeler, lojistik avantaj ve ticari anlaşmaların da etkisiyle genellikle kendi kıtalarında baskın yapıda bulunmaktadır. Almanya ve ABD, ağırlıklı olarak ülkelerin yüksek katma değerli ve yüksek fiyatlı ürün talebini karşılarken, Çin fiyattaki rekabetçiliği ile öne çıkmaktadır. İtalya ise, genellikle, orta seviyede fiyatı olan ürünlerin ihracatını gerçekleştirmektedir. Almanya menşeli **Atlas Copco**, İtalya menşeli **Casagrande**, **Soilmec** ve **Trevi Group-Drillmec**, sondaj makineleri pazarında dikkat çeken oyunculardır.

### 3.5. Rektifiye Tezgahları Dış Ticaret Eğilim Analizi

Küresel ihracat pazarı hacminin 4,4 Milyar \$ olduğu rektifiye tezgahlarında, Türkiye 2015 yılında 12,5 Milyon \$ değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında bu ürünlerdeki ihracatını yılda ortalama %5,8 artıran Türkiye, aynı dönemde küresel ihracat pazarının yılda ortalama %4,9 daralması sebebiyle küresel ihracat pazarındaki payını %0,1 oranında artırmıştır. Talebin artması ve ikinci el ürün ithalatının azaltılmak istenmesi sebebiyle imal edilen ürünlerin iç piyasaya satılması, Türkiye'nin rektifiye tezgahlarındaki ihracatının düşük değerde olmasının ve küresel pazardaki payının azalmasının en önemli nedenlerindedir.<sup>37</sup>

**Şekil 38: Türkiye 2015 Yılı Rektifiye Tezgahları İhracatının Ükelere Göre Dağılımı (%)**

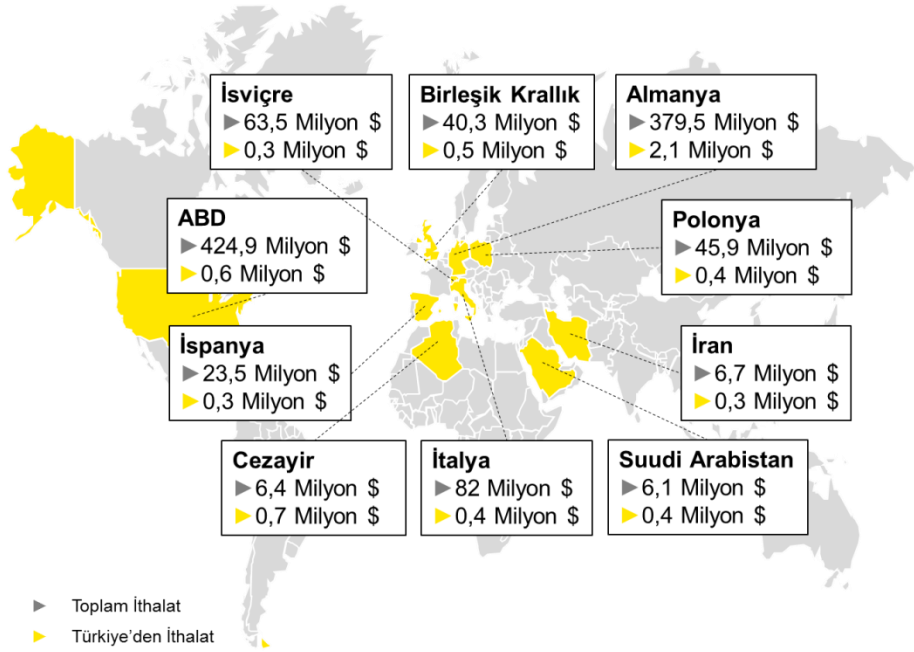


Kaynak: Trademap

Türkiye, en fazla rektifiye tezgahları ihracatını Almanya'ya gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin ihracatında %17 payı olan Almanya'nın ardından en fazla ihracat gerçekleştirilen ülke %5,8 ile Cezayir'dir. Avrupa ülkelerinin Türkiye'nin ihracatında önemli yere sahip olduğu üründe, ABD, Suudi Arabistan ve İran gibi farklı bölgelerde bulunan ülkeler de öne çıkmaktadır.

<sup>37</sup> MİB, 2013

**Şekil 39: Türkiye'nin 2015 Yılında En Çok Rektifiye Tezgahları İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri**



Kaynak: Trademap

**Almanya** rektifiye tezgahlarında en fazla ihracat gerçekleştiren ülkedir. 2015 yılında yaklaşık 380 Milyon \$'lık rektifiye tezgahı ithal eden Almanya, bu ithalatın yalnızca 2,1 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Buna rağmen pazara gerçekleştirdiği ihracatı artış eğiliminde olan Türkiye, Almanya'ya rektifiye tezgahları ihracatını son iki yılda iki katına çıkarmıştır. Almanya'nın bu ürünlerdeki küresel ithalatının ise 2011-2015 yılları arasında aynı seviyelerde kaldığı tespit edilmiştir. Küresel pazarda en fazla ihracat yapan ülkelerden olan ve %43'lük payı ile pazarda dikkat çeken İsviçre, pazara yakınlığının da avantajını kullanmaktadır. Bunun yanında, Almanya'nın en önemli ticari partnerlerinden olan Çek Cumhuriyeti ise, pazardaki düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. İki ülke, Almanya'nın rektifiye tezgahları ithalatının toplamda %70'ini karşılamaktadır.

**Cezayir** 6,4 Milyon \$'lık rektifiye tezgahları ithalatının 700 Bin \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. Son dört yıllık dönemde küresel ithalatını yılda ortalama %27 oranında artıran ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat yılda ortalama %15 artmasına rağmen, Türkiye pazar büyüme hızının altında kalarak pazar payında düşüş görülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye payının pazarda daraldığı tespit edilmiştir. Pazarda son iki

yıllık dönemde aktif olan Almanya, pazar payını yaklaşık %20 oranında artırmıştır. İki ülke arasında gelişen siyasi ilişkiler ve ekonomik işbirliği konusunda atılan adımlar, bu durumun başlıca nedenleridir.<sup>38</sup> Almanya dışında Çin, İtalya, Türkiye ve İspanya, pazarda etkin ülkelerdir. Bu beş ülke Cezayir rektifiye tezgahları ithalatının %80'inden fazlasını karşılamaktadır.

**ABD** 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatını yılda ortalama %2 artırırken, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı yılda ortalama %33,4 artırmıştır. Yüksek oranlı artışa rağmen ABD'nin 425 Milyon \$'lık küresel ithalatının 600 Bin \$'lık kısmını karşılayan Türkiye'nin pazar payında önemli bir değişiklik meydana gelmemiştir. ABD pazarında %23,6'lık payıyla lider olan Almanya'nın yanı sıra, Japonya ve İsviçre de etkin konumdadır. Üç ülke ABD'nin rektifiye tezgahları ithalatının %60'undan fazlasını tedarik etmektedir. Bu ülkelerden Almanya ve İsviçre, ABD'nin yüksek fiyatlı ve yüksek katma değerli ürün talebini karşılamaktadır. Küresel pazarda en fazla ihracat yapan ikinci ülke olan Japonya da, Avrupa ülkelerine kıyasla sahip olduğu lojistik avantajı kullanıp, ABD'YE Almanya ve İsviçre'ye kıyasla daha düşük fiyatla ihracat gerçekleştirmektedir.

**Birleşik Krallık** 2015 yılında 40,3 Milyon \$ değerinde rektifiye tezgahı ithal etmiştir. Küresel ithalatı son dört yıllık dönemde yılda ortalama %3 azalan ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise yılda ortalama %18,3 artmış ve 500 Bin \$ olmuştur. Öte yandan, yüksek oranlı artış Türkiye'nin düşük olan pazar payında önemli bir artış sağlamamıştır. Birleşik Krallık rektifiye tezgahları pazarında Almanya, İsviçre, ABD, Çin, Tayvan ve İtalya, en etkin ülkeler olup, pazardaki talebin toplamda %80'inden fazlasını karşılamaktadır. Küresel pazarda önemli ihracatçılardan olan Avrupa ülkeleri ve ABD, Birleşik Krallık'ın orta ve yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Çin ve Tayvan ise, ülkenin ithal ettiği düşük fiyatlı ürünleri tedarik etmektedir.

**İtalya** 82 Milyon \$'lık rektifiye tezgahları ithalatının 400 Bin \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %6,7 artan ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat da yılda ortalama %4 seviyelerinde artmıştır. Pazara düşük değerinde ihracat gerçekleştiren ve pazardaki payında önemli bir değişiklik olmayan Türkiye'nin, İtalya'daki en önemli rakipleri ise, küresel pazarda önemli ihracatçılar olan ve İtalya pazarına yakınlıklarıyla lojistik avantajları bulunan Almanya ve İsviçre'dir. İtalya'daki talebin yaklaşık dörtte üçünü karşılayan ülkelerin, pazara olan yakınlıkları, İtalya'ya ihracatları için iki ülkeye de lojistik avantaj sağlamaktadır.

---

<sup>38</sup> Germany Foreign Federal Office, Algeria, 2016

**Suudi Arabistan** 6,1 Milyon \$'lık rektifiye tezgahları ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %13 azaltmıştır. 400 Bin \$ seviyelerinde olan Türkiye'den ithalat ise, aynı dönemde artma eğilimindedir. 2011 yılına kıyasla pazardaki payı yaklaşık %7 oranında artan Türkiye, yüksek oranlı pay artışını bölgedeki fuarlar vb. pazarlama faaliyetlerini artırarak elde etmiştir. Genel anlamda düşük fiyatlı ürünleri ithal eden Suudi Arabistan'da, Çin %21,6'lık pay ile lider konumundadır. Benzer ürün segmentinde ihracat gerçekleştiren İtalya ve Tayvan'ın da etkin olduğu pazarda, ABD orta ve yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

**Polonya** üretim maliyetlerinin düşük olması sebebiyle Avrupa'da yatırım çeken ve sanayisi gelişen ülkeler arasında yer almaktadır. Bu durum, Polonya'nın makine alanında yapılan yatırımlar sayesinde ithalat değerlerine de olumlu yönde yansımaktadır. 2011-2015 yılları arasında rektifiye tezgahları ithalatını yılda ortalama %32'nin üzerinde artıran Polonya, bu üründeki küresel ithalat değerini 4 Milyon \$ artırarak 46 Milyon \$'a yükseltmiştir. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat da pazara paralel bir şekilde büyümüştür. Bu sebeple, Türkiye'nin pazardaki payı aynı seviyelerde kalmıştır. Pazarda Polonya'nın en büyük ticari ortağı olan Almanya, %25'lik pay ile liderdir. ABD ve İsviçre de pazarda yüksek fiyatlı ve yüksek katma değerli ürün talebini karşılamakta olup, Polonya rektifiye tezgahları ithalatında etkin ülkeler arasında yer almaktadır.

**İspanya** 23,5 Milyon \$'lık rektifiye ithalatınının 300 Bin \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Pazara ihracatı artma eğiliminde olan Türkiye'nin pazardaki payında 2011 yılına kıyasla %1'lik bir artış görülmektedir. İspanya'ya orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden Türkiye, bu ürün segmentinde pazarda %14'lük payı olan İtalya ile rekabet etmektedir. Pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç eden Almanya %37'lik pay ile İspanya'da lider konumda yer alırken, aynı ürün segmentinde %11'lik payı olan İsviçre ile rekabet etmektedir. Almanya'nın bu ürün segmentinde fiyatta daha rekabetçi olması, pazarda İsviçre'nin önünde yer almasının başlıca sebebidir. Pazarın düşük fiyatlı ürün talebini karşılayan Çin, Tayvan ve Çek Cumhuriyeti'nin toplam payları ise %20'dir. Çek Cumhuriyeti'nin pazara yakın olması, ülkeye rakipleri karşısında avantaj sağlamaktadır. Son dönemlerde, düşük fiyatlı ürün segmentinde Çek Cumhuriyeti'nin payının artması, bu durumu desteklemektedir.

**İran** rektifiye tezgahları ürününde küresel ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %14 azaltarak 6,7 Milyon \$ seviyesine indirmiştir. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat da azalma eğiliminde olup, 300 Bin \$ seviyelerinde kalmıştır. İran'ın iç pazardaki yatırımlarını artırmasıyla sanayi alanında üretim değerlerini yukarı çekmesi, ithalatının azalmasındaki başlıca nedendir. Fiyatta rekabetçiliği ile öne çıkan ve pazara düşük fiyatlı ürün ihraç

eden Çin'in %47'lik payla baskın yapıda olduğu İran pazarında, Fransa ve İtalya da etkin ülkelerdir. Bu ülkelerden Fransa pazara yeni giriş yapmıştır.

**İsviçre** rektifiye tezgahları ihracatı küresel pazarında en önemli oyuncularından biridir. Ürünün ithalatında da Avrupa'nın önde gelen ülkelerinden olan İsviçre, üretim maliyetlerinin yüksek olması sebebiyle, düşük fiyatlı ürün talebini ithalatla karşılamaktadır. 2015 yılında 63,5 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştiren İsviçre, bu değerın 300 Bin \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Pazardaki payı düşük seviyelerde olan Türkiye'nin İsviçre pazarına ihracatı artma eğilimindedir. %52'lik payla pazarda etkin olan Almanya, İsviçre'nin orta seviyede fiyatı olan ürün talebinin önemli bir kısmını karşılamaktadır. Ancak bu ürün segmentinde İsviçre'de yapılan üretimin artması, ithalatı azaltmaktadır. Pazarın, düşük fiyatlı ürün ithal ettiği Çek Cumhuriyeti ve Tayvan gibi pazarlardan gerçekleştirdiği ithalat ise artma eğilimindedir.

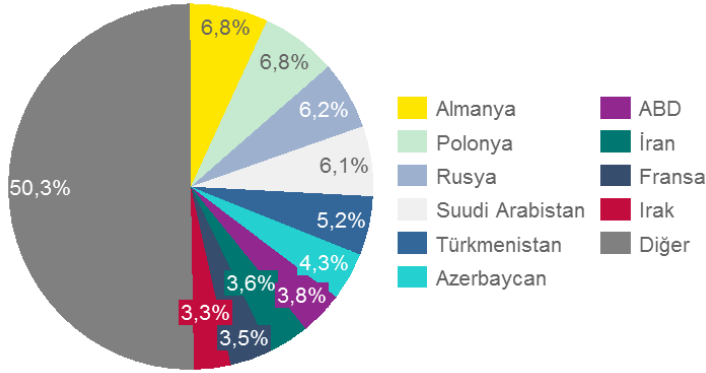
Türkiye rektifiye tezgahları dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden öne çıkan analizler aşağıda yer almaktadır:

- ▶ Türkiye'nin 12,5 Milyon \$ olan rektifiye tezgahları ihracatı artma eğilimindedir.
- ▶ Türkiye'nin en fazla rektifiye tezgahları ihracatı gerçekleştirdiği ülke 2,1 Milyon \$ ile Almanya'dır. Almanya, Türkiye'nin bu ürünlerdeki küresel ihracatında %17'lik paya sahiptir.
- ▶ İncelenen pazarlarda Almanya ve Suudi Arabistan'da Türkiye'nin pazardaki etkinliği artmıştır.
- ▶ İran haricinde analiz edilen tüm pazarlar Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat artma eğilimindedir.
- ▶ Cezayir ve Polonya pazarları yüksek oranda büyümektedir.
- ▶ Almanya ve İsviçre, rektifiye tezgahlarında en önemli ihracatçılardan olup, Türkiye'nin rakipleri arasında yer almaktadır. İki ülke de ağırlıklı olarak yüksek katma değerli ve yüksek fiyatlı ürünler ihraç etmektedir. Almanya menşeli **Waldrich Coburg**, **Vollmer**, İsviçre menşeli **Suhner**, **Schneeberger** firmaları, küresel pazarda öne çıkan oyuncularından bazılarıdır.
- ▶ İtalya, Çin ve ABD, rektifiye tezgahları küresel ihracat pazarında Türkiye'ye rakip olan diğer ülkelerdir. Çek Cumhuriyeti ve Tayvan gibi ülkeler ise, analiz edilen pazarların düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Türkiye'nin de pazarlara ağırlıklı olarak düşük fiyatlı ürün ihraç etmesi sebebiyle, Tayvan ve Çek Cumhuriyeti Türkiye için potansiyel rakipler konumundadır.

### 3.6. Fanlar Dış Ticaret Eğilim Analizi

Türkiye 2015 yılında 54,5 Milyon \$ değerinde fan ihracatı gerçekleştirmiştir. Küresel ihracatını son dört yıllık dönemde yılda ortalama %3,5 artıran Türkiye'nin, aynı dönemde yılda ortalama %2,2 büyüyen küresel ihracat pazarındaki payı aynı seviyede kalmıştır. Küresel ihracat pazarının toplam hacmi ise 9,2 Milyar \$'dır.

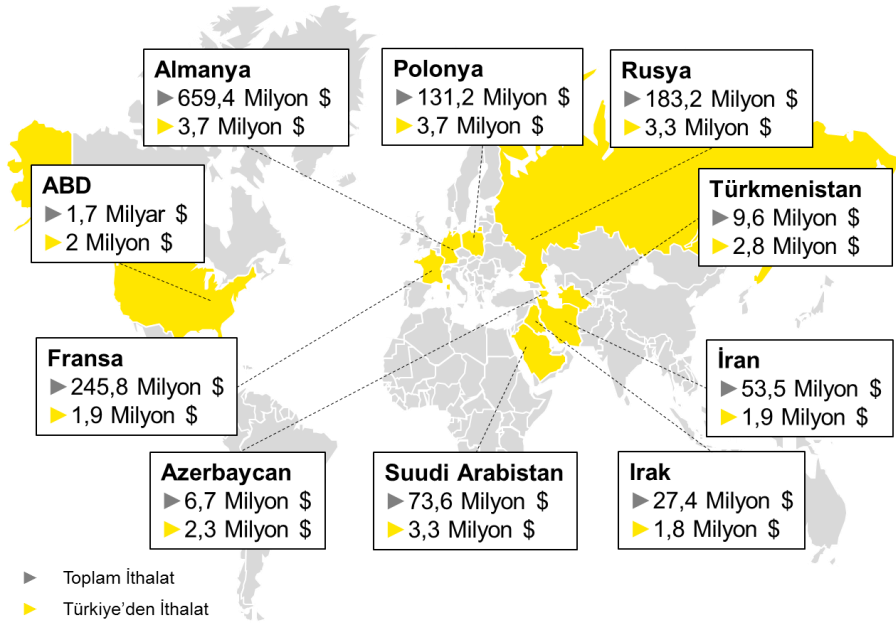
Şekil 40: Türkiye 2015 Yılı Fanlar İhracatının Ükelere Göre Dağılımı (%)



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin fan ihracatında Avrupa ülkelerinin ağırlığı dikkat çekmektedir. Almanya ve Polonya, Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Avrupa'nın haricinde Orta Doğu ve Orta Asya, Türkiye'nin fan ihracatında etkin olduğu diğer bölgelerdir.

**Şekil 41: Türkiye'nin 2015 Yılında En Çok Fanlar İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri**



Kaynak: Trademap

**Almanya** 660 Milyon \$'lık fan ithalatının 3,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatı aynı seviyelerde kalan Almanya'nın, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise azalma eğilimindedir. Bu durum, pazarda Türkiye'nin küçüldüğünü göstermektedir. ABD ve Tayland'ın pazardaki paylarını önemli oranda artırması ve Türkiye'nin pazara ihraç ettiği ürün segmentine olan talebin düşmesi, Türkiye'nin pazar hacminin daralmasındaki başlıca etkenlerdir. Almanya pazarında, Macaristan, Çin, İtalya ve ABD en etkin ülkeler olup, pazardaki talebin yarısından fazlasını karşılamaktadır. Bu ülkelerin Almanya'nın ağırlıklı olarak talep ettiği orta ve düşük fiyatlı ürünlerin tedarikini sağlamaları, pazarda etkin olmalarının ana nedenlerindedir.

**Polonya** 2015 yılında 130 Milyon \$'ın üzerinde fan ithalatı gerçekleştirmiştir. Küresel ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %4,4 artıran Polonya, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı yılda ortalama %10,2 artırmış ve 3,7 Milyon \$'a yükseltmiştir. Pazarda büyüyen Türkiye'nin pazar payı, %0,5 yükselmiştir. Analiz edilen diğer makine imalat ürünlerinde de ön plana çıkan ve Polonya'nın önemli ticari ortaklarından olan Almanya, %40'ın üzerindeki payıyla pazarda lider konumdadır. Almanya pazarda orta seviyede fiyatı olan

ürün talebini karşılamaktadır. Pazarda düşük fiyatlı ürün talebini karşılayan Çin'in pazar payı ise %22'dir.

**Rusya** son dört yıllık dönemde küresel fan ithalatını yılda ortalama %10 azaltırken, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı aynı dönemde yılda ortalama %6,8 oranında azaltmıştır. 183,2 Milyon \$'lık küresel fan ithalatının 3,3 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılayan Rusya'nın küresel ithalatının ve Türkiye'den ithalatının düşmesindeki en önemli etkenler, Batı ülkeleri ile yaşadığı siyasi gerilim, petrol fiyatlarının düşmesinden dolayı yaşanan ekonomik sorunlar ve Türkiye ile yaşanan uçak krizidir. Ancak Almanya ile yapılan ticarete farklı bir durum gözlemlenmektedir. Pazardaki talebin yarısından fazlasını Almanya'dan karşılayan Rusya, Almanya'nın ürettiği yüksek katma değerli ürünlerin ikamesinin zor olması sebebiyle, ülke ile ticaretini devam ettirmektedir. Rusya ile uzun süreli ekonomik ilişkileri olan Çin de pazardaki etkin ülkelerdendir.

**Suudi Arabistan** 73,6 Milyon \$'lık küresel fan ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %7 oranında artırmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den ithalatını yılda ortalama %56 artıran Suudi Arabistan'ın Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat 3,3 Milyon \$ seviyesine yükselmiştir. Bu dönemde, Türkiye'nin pazardaki payı %3,5 oranında artmıştır. Türkiye'nin aynı ürün segmentinde rekabet ettiği Güney Kore'den yapılan ithalatın yüksek oranda düşmesi, Türkiye'nin pazarda büyümesinin temel nedenlerindedir. Suudi Arabistan pazarında %25'in üzerindeki payıyla lider olan İtalya'nın yanı sıra, ABD, Çin, Almanya ve Japonya da pazarda etkin ülkelerdir. Bu beş ülke Suudi Arabistan fan ithalatının toplamda dörtte üçünü tedarik etmektedir.

**Türkmenistan** 9,6 Milyon \$'lık küresel fan ithalatının 2,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatı yılda ortalama %15 azalan ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat ise yılda ortalama %9,8 artmıştır. Bu dönemde Türkiye pazarda büyümüş ve payı toplamda %19 artmıştır. Son dönemlerde Türkmenistan'ın en önemli gelir kaynağı olan enerji kaynaklarında fiyatın düşmesi, Türkmenistan'ın düşük fiyatlı ürünlere yönelmesine sebep olmuştur. Türkiye'nin pazarda daha rekabetçi bir fiyat politikası izlemesiyle ülkenin düşük fiyatlı ürün talebini karşılaması, Türkiye'nin pazar payının yükselmesindeki başlıca neden olarak tespit edilmiştir.<sup>39</sup> Türkiye'nin %29,2'lik pay ile lider olduğu Türkmenistan pazarında, pazara yeni giren Polonya'nın da %28,6'lık payı bulunmaktadır. Japonya ve Çin de pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Bu dört ülke Türkmenistan fan ithalatının yaklaşık %90'ını karşılamaktadır.

---

<sup>39</sup> Trademap, IMF, EY Analizi, 2016

**Azerbaycan** küresel fan ithalatını son dört yıllık dönemde yılda ortalama %9,7 artırarak 6,7 Milyon \$ seviyesine yükseltmiştir. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalatın yılda ortalama %2,6 azalarak 2,3 Milyon \$ seviyesine gerilemesi, Türkiye'nin pazar payının düştüğünü göstermektedir. İtalya'nın düşük fiyat politikasıyla pazara girmesi ve Türkiye ile aynı ürün segmentinde rekabet ederek pazardaki payını artırması, büyüyen pazarda Türkiye'den yapılan ithalatın azalmasındaki başlıca nedendir. Diğer yandan, pazardaki yüksek fiyatlı ürün talebini karşılayan Almanya'nın da Azerbaycan'daki yatırımlarını artırması ve ticari ilişkilerini geliştirmesi, ülkenin Azerbaycan pazarındaki payının %10 oranında artmasını sağlamıştır. Pazara yakınlığı ve ekonomik ilişkileri ile ön plana çıkan ve gümrük vergisinden muaf olan Rusya da Azerbaycan pazarındaki etkin ülkelerdendir. Pazarda lider olan Türkiye ile beraber bu üç ülke, Azerbaycan fan ithalatının dörtte üçünü karşılamaktadır.

**ABD** 1,7 Milyar \$'lık küresel fan ithalatının 2 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatı yılda ortalama %7,2 artan ülkenin, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise %3,1 büyümüştür. Pazardaki payı düşük olan Türkiye'nin, pazarın büyümesine kıyasla daha düşük oranda büyümesi, Türkiye'nin pazar payında olumsuz açıdan bir etki oluşturmamıştır. Ağırlıklı olarak orta seviyede fiyatı olan ürünleri ithal eden ABD, bu ürün talebini ekonomik iş birliğinin ve lojistik açıdan avantajlı olan Kanada ve Meksika'dan karşılamaktadır. Ancak son dönemlerde talebin düşük fiyatlı ürünlere kayması, pazarda Çin'i ön plana çıkarmıştır. %34,5'lik payla pazarda lider olan Çin'in yanı sıra, Meksika, Almanya ve Kanada da pazarda etkin ülkelerdir. Dört ülke, ABD'nin fan ithalatının %70'ini tedarik etmektedir.

**İran** 2015 yılında 53,5 Milyon \$ değerinde fan ithalatı gerçekleştirmiştir. Bu değeri son dört yıllık dönemde yılda ortalama %9 artıran İran, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı yılda ortalama %5,7 azalarak 1,9 Milyon \$ seviyesine düşürmüştür. Pazarda küçülen Türkiye'nin İran pazarındaki payı azalmıştır. Bu durumun gerçekleşmesindeki başlıca etken, İran'ın son dönemde dışa açılma politikasıyla, Avrupa ülkelerinin pazardaki etkinliklerini artırmasıdır. Özellikle İtalya, 2015 yılında İran'a gerçekleştirdiği fan ihracatını yaklaşık 11 Milyon \$ artırmıştır. İtalya ile birlikte pazarda lider olan Çin ve Japonya, İran'da Türkiye'nin en önemli rakipleri konumundadır. Bu ülkelerin İtalya ile birlikte İran'a gerçekleştirdikleri fan ihracatı yüksek oranda artma eğiliminde olup, İran'ın fan ithalatında toplamda %77'lik payı olduğu görülmektedir.

**Fransa** 2011-2015 yılları arasında küresel fan ithalatını yılda ortalama %0,5 oranında azaltırken, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %8,4 oranında düşmüştür. Bu durum, Türkiye'nin pazardaki etkinliğinin azaldığını göstermektedir. Pazarda Türkiye ile aynı ürün segmentinde rekabet

eden Çin'in pazar payının yüksek oranda artması, Türkiye'nin pazardaki etkinliğinin azalmasıdaki başlıca etkidir. 245 Milyon \$'lık küresel ithalatının 1,9 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılayan Fransa, en fazla fan ithalatını pazarda %37'lik payı bulunan Almanya'dan gerçekleştirmiştir. Pazarda etkin olan diğer ülkeler ise %10 seviyelerinde payı bulunan Çin, ABD ve İtalya'dır. Dört ülke Fransa'nın fan ithalatının üçte ikisini karşılamaktadır.

**Irak** küresel fan ithalatını son dört yıllık dönemde yılda ortalama %8 artırarak 27,4 Milyon \$'a yükseltmiştir. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat ise yılda ortalama %2 azalmış ve 1,8 Milyon \$'a gerilemiştir. Bu durum, Türkiye'nin pazarda küçüldüğünü göstermektedir. Pazara Türkiye ile aynı segmentteki ürünü ihraç eden Çin'in fiyatta Türkiye'ye kıyasla daha rekabetçi bir politika izlemesi, Türkiye'den gerçekleştiren ithalatın ve Türkiye'nin Irak pazarındaki payının azalmasının başlıca nedenidir. Pazardaki ithalatın yarısından fazlasını karşılayan Çin'in yanı sıra, ABD de pazarda etkin ülkelerdendir.

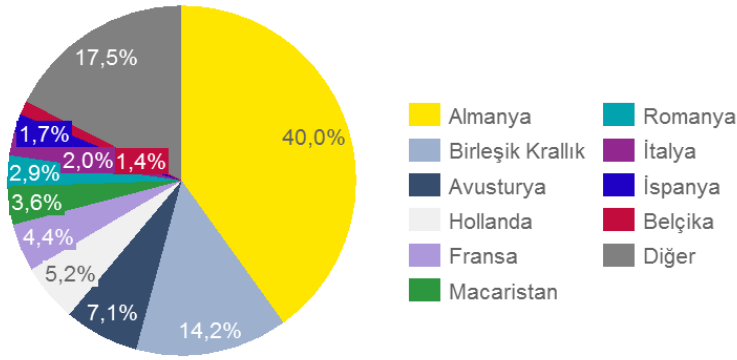
Türkiye fanlar dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden öne çıkan analizler aşağıda yer almaktadır:

- ▶ Türkiye fanlar ürünündeki ihracatını küresel pazarda artırma eğilimindedir. 2015 yılında gerçekleştirilen ihracatın değeri 54,5 Milyon \$'dır.
- ▶ Türkiye'nin en fazla fan ihracatı gerçekleştirdiği bölge Avrupa'dır. Orta Doğu ve Orta Asya da Türkiye'nin fan ihracatında etkin olduğu bölgelerdir.
- ▶ Polonya, Suudi Arabistan, Türkmenistan ve ABD, Türkiye'nin fan ihracatının arttığı pazarlardır. Bu pazarlardan Suudi Arabistan ve Türkmenistan'da Türkiye'nin payı yüksek oranda artmıştır.
- ▶ Türkiye, Türkmenistan ve Azerbaycan pazarlarında lider konumdadır.
- ▶ Analiz edilen ülkelerden Polonya, Suudi Arabistan, Azerbaycan, ABD, İran ve Irak'ın fanlar ürünündeki küresel ithalatları büyüme eğilimindedir.
- ▶ Almanya, Çin, İtalya ve ABD, küresel pazarda Türkiye'nin en önemli rakipleridir. Almanya menşeli **Ziehl Abegg**, **Colt**, **Ebmpapst**, İtalya menşeli **Vortice**, **Comefri**, **SagiCofim**, **Elicent** ve Çin menşeli **Wenice** ve **Infinair**, fanlar ürününde küresel pazarda öne çıkan oyunculardır.

### 3.7. Dökme Eşya Dış Ticaret Eğilim Analizi

2015 yılında 91,8 Milyon \$ değerinde dökme eşya ihraç eden Türkiye, 2011-2015 yılları arasında bu değeri yılda ortalama %0,5 azaltmıştır. Aynı dönemde dökme eşya küresel ihracatı ise, yılda ortalama %4,1 azalmış ve 3,5 Milyar \$ seviyesine gerilemiştir. Sonuç olarak, dökme eşya ürününde ihracat değeri küresel pazarda düşük kalan Türkiye'nin, pazar payında kayda değer bir değişiklik meydana gelmemiştir.

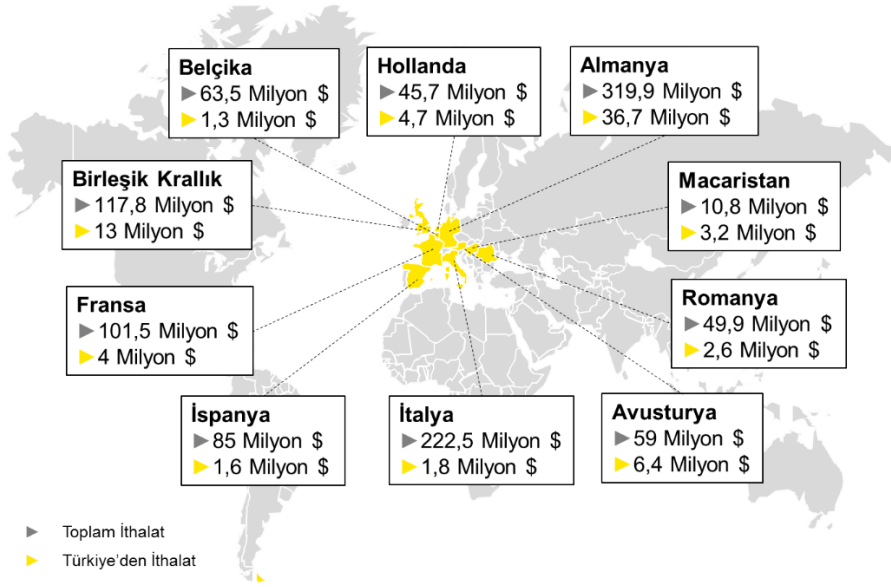
Şekil 42: Türkiye 2015 Yılı Dökme Eşya İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı (%)



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin dökme eşya ihracatında Batı Avrupa ülkelerinin ağırlığı dikkat çekmektedir. Bu ülkelerden Almanya Türkiye'nin ihracatının %40'ının karşılarken, Birleşik Krallık'ta bu oran %14,2'dir. Batı Avrupa ülkelerine ek olarak, Doğu Avrupa ülkeleri de Türkiye'nin dökme eşya ihracatında önemli yer kaplamaktadır. Avrupa ülkeleri küresel pazarda yapılan ithalatın da %56'sını karşılamaktadır. Türkiye'nin bu ülkelere coğrafi yakınlığı, Türkiye'nin Avrupa pazarında Asya ve Amerika ülkelerine göre lojistik avantaja sahip olduğunu göstermektedir.

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



Kaynak: Trademap

**Almanya** 2015 yılında 319,9 Milyon \$ değerindeki dökme eşya ithalatının 36,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. Bu üründe ithalat değeri 2011-2015 yılları arasında ortalama %4,9 azalan Almanya'nın, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %0,2 azalmıştır. Bu durum, Türkiye'nin pazardaki payını arttırdığını göstermektedir. Benzer ürün segmentinde İtalya ve İspanya'nın paylarının azalması, Türkiye'nin pazar payını artırmasındaki başlıca nedendir. Almanya'nın dökme eşya ürününde en fazla ithalat gerçekleştirdiği ülkeler, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Çin, Polonya, İspanya ve Türkiye'dir. Bu ülkeler pazardaki talebin toplamda yarısından fazlasını karşılarlarken, ülkelerin pazar payları birbirlerine yakın seviyelerdedir.

**Birleşik Krallık** dökme eşya ürününde 2015 yılında toplam 117,8 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Bu değer 13 Milyon \$'lık kısmı Türkiye'den ithal edilmiştir. Dökme eşya sektöründe ithalat değerini 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1,4 azaltan Birleşik Krallık, aynı dönemde Türkiye ile ithalatını yılda ortalama %2,2 artırmıştır. Dolayısıyla, incelenen dönemde Türkiye pazar büyümesinin üzerinde performans sergileyerek Birleşik Krallık pazarındaki payını artmıştır. Türkiye'nin fiyatta daha rekabetçi olması, Birleşik Krallık pazarındaki payının artışındaki başlıca

nedenlerdendir.<sup>40</sup> Dökme eşya pazarındaki ithalatının %24,8'ini Çin'den, %14,6'sını Hindistan'dan karşılayan Birleşik Krallık'ın Türkiye'den ithalatı %11,1'dir. Birleşik Krallık ağırlıklı olarak Çin, Hindistan ve Türkiye'nin de aralarında yer aldığı AB ülkelerinden ithalat gerçekleştirmektedir.

**Avusturya** 2015 yılında 59 Milyon \$ değerindeki dökme eşya ithalatının 6,4 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. İthalat değeri bu üründe 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2,9 artan Avusturya'nın, aynı dönemde Türkiye ile ithalatı yılda ortalama %7,6 artmıştır. Türkiye, incelenen dönemde pazarın üzerinde büyüme performansı göstermiş ve pazar payını artırmıştır. Avusturya'nın son yıllarda düşük fiyatlı ürün ithalatını artırması, ülkeye bu ürün segmentinde ihracat gerçekleştiren Türkiye'nin pazarda büyümesindeki önemli nedenlerdendir. Avusturya'nın dökme eşya pazarındaki ithalatında öne çıkan ülkeler sırasıyla Almanya, Çek Cumhuriyeti ve Türkiye'dir. Üç ülke, Avusturya dökme eşya ithalatının yaklaşık %60'ını karşılamaktadır. Almanya pazardaki orta fiyatlı ürün talebini karşılarken, Çek Cumhuriyeti de Türkiye gibi Avusturya'ya düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Ayrıca, Almanya ve Çek Cumhuriyeti'nin pazara yakınlıkları sebebiyle lojistik avantajı bulunmaktadır.

**Hollanda** dökme eşya ürününde 2015 yılı itibarıyla 45,7 Milyon \$ değerindeki ithalatının 4,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmektedir. Dökme eşyada ithalat değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %12,8 azalan Hollanda'nın, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %7,6 artmıştır. Türkiye'nin Hollanda pazarındaki payının pazar daralmasına rağmen arttığı tespit edilmiştir. Pazara Türkiye ile benzer segmentte ürün ihraç eden Romanya'nın pazar payının azalması, bu durumun başlıca nedenlerindendir. Hollanda pazarında %26'lık pay ile Çek Cumhuriyeti liderdir. Pazara yakınlığı ve fiyatta rekabetçiliği, Çek Cumhuriyeti'ni pazarda öne çıkaran faktörlerdir. Pazara yüksek fiyatlı ve yüksek katma değerli ürün ihraç eden Birleşik Krallık da, Hollanda pazarında etkin olan ülkelerdendir. Bu iki ülke Türkiye ile birlikte pazardaki ithalatın toplamda yarısını karşılamaktadır.

**Fransa** 2015 yılında 101,5 Milyon \$'lık dökme eşya ithalatının 4 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Fransa'nın ithalat değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %10,6 azalırken, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat yılda ortalama %24 azalmıştır. Bu göstergelerle, Türkiye'nin pazarda daraldığı ve pazar payının düştüğü tespit edilmiştir. Türkiye'nin Fransa'ya ihraç ettiği ürünlerin fiyatlarında görülen artışın, pazardaki daralmanın başlıca sebeplerinden biri olduğu tahmin edilmektedir. Pazara Türkiye ile benzer segmentte ürün ihraç eden ülkelerin (Çin, Polonya, Hindistan) fiyatta rekabetçi olmalarıyla, pazar paylarını artırmaları da dikkat çekmektedir. Fransa'nın

---

<sup>40</sup> Trademap, 2016

dökme eşya ithalatında öne çıkan ülkeler, Almanya, Çin ve İspanya'dır. Almanya ve İspanya pazardaki orta ve düşük fiyat segmentindeki ürün talebini karşılamaktadır. Bu iki ülkeyle beraber Çin, pazardaki toplam ithalatın yaklaşık yarısını karşılamaktadır. Üç ülkenin de pazar payının birbirine yakın olması ve pazarda baskın yapıda bir ülkenin bulunmaması, Fransa dökme eşya pazarındaki rekabetin üst seviyede olduğunu göstermektedir.

**Macaristan** dökme eşya ürününde 2015 yılında 10,8 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Bu ithalatın 3,2 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılayan ülke, dökme eşya ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %4,3 düşürmüştür. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalatın ise yılda ortalama %22 artması, Türkiye'nin Macaristan pazarındaki payının arttığını ve pazarda büyüdüğünü göstermektedir. Pazara Türkiye ile aynı segmentte ürün ihraç eden Slovakya'nın pazar payının düşmesi, Türkiye'nin pazarda büyümesinin başlıca nedenlerindedir. Almanya ve Türkiye, Macaristan dökme eşya pazarında %30 seviyelerindeki paylarıyla baskın yapıdadır. Bu iki ülkeden Almanya lojistik avantaja, Türkiye ise fiyat avantajına sahiptir. Pazarda %20'nin üzerinde paya sahip olan Çek Cumhuriyeti de, dökme eşya ürününde pazardaki etkin ülkelerdendir. Üç ülke Macaristan dökme eşya ithalatının dörtte üçünden fazlasını karşılamaktadır.

**Romanya** 2015 yılında 49,9 Milyon \$'lık dökme eşya ithalatının 2,6 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Ülkenin bu ürünlerdeki küresel ithalat değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3,3 azalırken, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat yılda ortalama %9 artmıştır. Bu artış, Türkiye'nin, Romanya pazarındaki payının arttığını ve Türkiye'nin pazarda büyüdüğünü göstermektedir. Pazara Türkiye ile aynı ürün segmentinde ihracat gerçekleştiren İspanya'nın pazardan çekilmesi, Türkiye'nin Romanya'daki etkinliğini artırmasındaki başlıca nedendir. Romanya dökme eşya ithalatının dörtte birini en önemli ticari ortağı olan Almanya'dan karşılamaktadır. İtalya ve Çin de pazardaki etkin ülkelerdir. Bu ülkeler pazarın farklı segmentteki ürün talebini karşılamaktadır.

**İtalya** 2011-2015 yılları arasında dökme eşya ürünündeki ithalatını yılda ortalama %5,5 azaltarak 222,5 Milyon \$'a düşürmüştür. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat ise yılda ortalama %17,4 artarak 1,8 Milyon \$ seviyesine yükselmiştir. Bu değerler, Türkiye'nin 2011-2015 yılları arasında İtalya pazarında büyüdüğünü ve pazardaki payını artırdığını göstermektedir. İtalya'nın düşük fiyatlı ürünlere olan talebinin artması, Türkiye'nin pazarda büyümesinin başlıca nedenlerindedir. İtalya pazarında %25'lik payla Çin lider konumda bulunmaktadır. Pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Polonya ve İtalya'nın önemli ticari ortaklarından olan BAE, pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Üç ülke pazardaki ithalatın yaklaşık %60'ını karşılamaktadır.

**İspanya** dökme eşya ürününde 2015 yılında 85 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Bunun 1,6 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal eden ülke, küresel ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %0,8 azaltmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalatın yılda ortalama %50,4 artması ise, Türkiye'nin pazarda hızlı büyüdüğünü ve İspanya pazarındaki payını artırdığını göstermektedir. Pazara Türkiye ile benzer segmentte ürün ihraç eden Çin ve Polonya'nın pazar paylarının azalması, Türkiye'nin pazarda büyümesindeki en önemli etkenlerdendir. Pazar payındaki düşüşe rağmen Çin, İspanya'nın dökme eşya talebinin yaklaşık üçte ikisini karşılamaktadır. Çin'in yanı sıra, Hindistan da pazarda etkin konumdadır. Bu sebeple, İspanya'nın düşük fiyatlı ürünleri talep ettiği görülmektedir.

**Belçika** 2015 yılında 63,5 Milyon \$ değerindeki dökme eşya ithalatının 1,3 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Dökme eşya sektöründe ithalat değerini 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %11,3 azaltan Belçika'nın, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %9,9 artmıştır. Bu durum, incelenen dönemde Belçika pazarındaki küçülmeye rağmen, Türkiye'nin pazardaki payının arttığını ve pazarda büyüdüğünü göstermektedir. Türkiye, Belçika pazarına düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Belçika'nın yüksek fiyatlı ürün talebini azaltarak düşük fiyatlı ürünlere yönelmesi, Türkiye'nin pazarda büyümesindeki önemli etkenlerdendir. Belçika'nın dökme eşya ithalatında İtalya %24'lük payla en etkin ülkedir. Fransa ve Hindistan da pazarda yüksek paylara sahiptir. Üç ülke, Belçika'nın dökme eşya ithalatının yarısından fazlasını karşılamaktadır. İtalya ve Fransa, pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Ülkenin yüksek fiyatlı ürünlere talebinin azalması, bu ülkelerin pazarda daraldığını göstermektedir. Hindistan ise, pazara düşük fiyatlı ürün tedarik etmekte olup, pazarda büyümektedir.

Türkiye dökme eşya dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden öne çıkan analizler aşağıda yer almaktadır.

- ▶ Türkiye 2015 yılında 91,8 Milyon \$ değerinde dökme eşya ihraç etmiştir. Bu değer 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %0,5 azalmıştır. Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler ise, Batı Avrupa ve Doğu Avrupa ülkeleridir.
- ▶ 2011-2015 yılları arasında Türkiye'nin en çok dökme eşya ihracatı yaptığı ülkelerden sadece Fransa'da pazar payının düştüğü gözlenmektedir.
- ▶ Analiz edilen ülkelerden sadece Avusturya'nın dökme eşya pazarı büyümüştür. Almanya, Hollanda, Fransa ve Belçika pazarlarında ise, yüksek oranlı daralmalar görülmektedir.
- ▶ Çin'in ve Hindistan'ın dökme eşya ihracatlarının yüksek değerlerde olması, ağırlıklı olarak düşük fiyatlı ürün talebini karşılamalarından kaynaklanmaktadır. Çin ve Hindistan'ın yanı sıra Almanya ve Çek

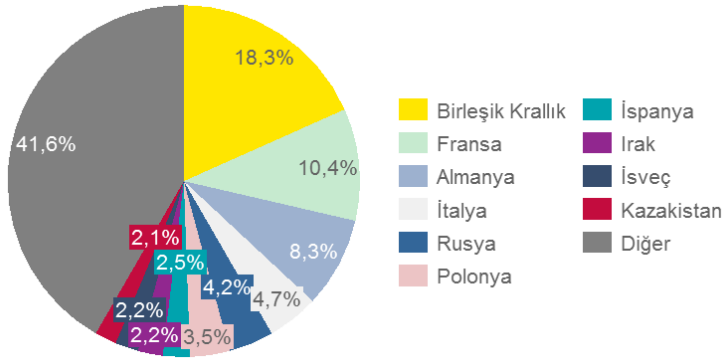
Cumhuriyeti de dökme eşya pazarında Türkiye'nin önemli rakipleri konumundadır.

- ▶ Çin menşeli **Keidy**, **Hyjx**, **Dalian Zhongsheng**, Hindistan menşeli **Shanti**, **Gontermann Peipers**, **Carnation**, Almanya menşeli **Doosan** ve Çek Cumhuriyeti menşeli **Unex** firmaları, küresel dökme eşyası pazarında öne çıkan oyunculardır.

### 3.8. Isıtıcılar ve Fırınlar Dış Ticaret Eğilim Analizi

2015 yılında 680,8 Milyon \$ değerinde ısıtıcılar ve fırınlar ürünü ihraç eden Türkiye, 2011-2015 yılları arasında bu değeri yılda ortalama %0,2 artırmıştır. Aynı dönemde ısıtıcılar ve fırınların küresel ihracatı ise yılda ortalama %2 artmış ve 10 Milyar \$'lık hacmin üzerine çıkmıştır. Bu durum, Türkiye'nin ihracat büyüme performansının küresel pazarın gerisinde kaldığını ve Türkiye'nin küresel pazardaki payının düşük bir oranda azaldığını göstermektedir.

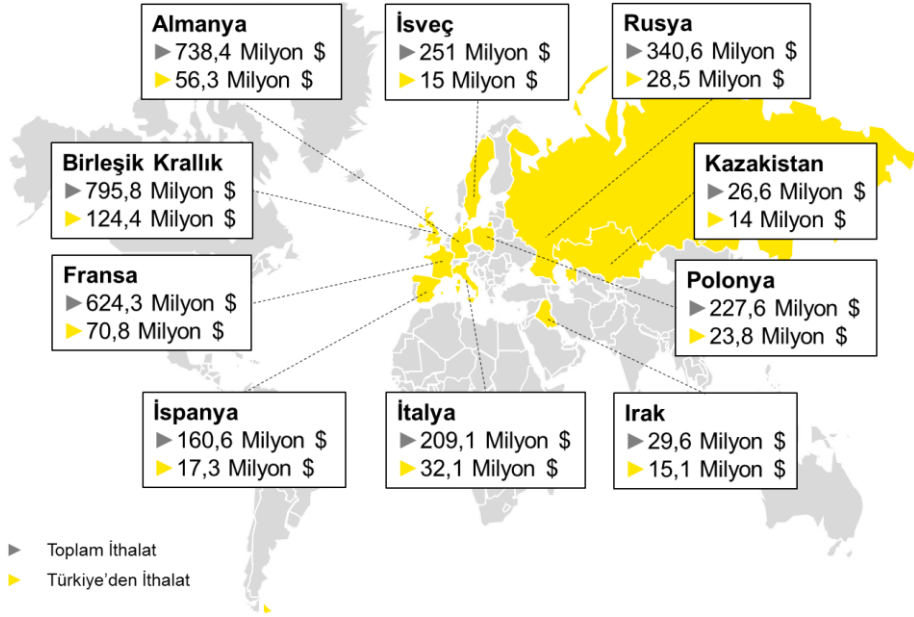
**Şekil 44: Türkiye 2015 Yılı Isıtıcılar ve Fırınlar İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı (%)**



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin ısıtıcılar ve fırınlar ihracatı ağırlıklı olarak Avrupa'ya gerçekleşmektedir. En fazla ihracat gerçekleştirilen ülkeler incelendiğinde ise, Birleşik Krallık, Fransa ve Almanya gibi Batı Avrupa ülkelerinin öne çıktığı görülmektedir. Üç ülke, Türkiye'nin ısıtıcılar ve fırınlar ihracatının %37'sini karşılamaktadır. Irak ve Kazakistan da Türkiye'nin bu ürünlerdeki ihracatında dikkat çeken diğer ülkelerdir.

**Şekil 45: Türkiye'nin En Çok Isıtıcılar ve Fırınlar İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri (2015)**



Kaynak: Trademap

**Birleşik Krallık** 2015 yılında 795,4 Milyon \$ değerindeki ısıtıcılar ve fırınlar ithalatının 124,4 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. Bu üründe ithalat değerini 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %4 artıran Birleşik Krallık, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatı yılda ortalama %1,2 artırmıştır. Türkiye'nin incelenen dönemde büyüme performansının pazarın altında kalarak pazardaki payının düştüğü gözlenmiştir. Birleşik Krallık'ın yüksek fiyat segmentindeki ürünlere talebinin artması, Türkiye'nin pazar payının azalmasındaki başlıca nedendir. Birleşik Krallık, ısıtıcılar ve fırınlar ürününde en fazla ithalatı Almanya ve Çin'den yapmıştır. Pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç eden Almanya'nın pazardaki payı artarken, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Çin'in payı düşmektedir. İki ülke, pazardaki ithalatın toplamda %45'inden fazlasını karşılamaktadır. %15 seviyelerinde payı olan Türkiye'de, Birleşik Krallık ısıtıcılar ve fırınlar pazarındaki etkin ülkelerdendir.

**Fransa** 2015 yılında 624,3 Milyon \$ değerindeki ısıtıcılar ve fırınlar ithalatının 70,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Isıtıcılar ve fırınlar sektöründe ithalat değerini 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 azaltan Fransa'nın, aynı dönemde Türkiye ile ithalatını yılda ortalama %1,2 artırması, Türkiye'nin Fransa pazarındaki payında kayda değer bir artış sağlamamıştır. Birleşik Krallık'ın aksine Fransa'nın düşük fiyatlı ürünlere olan

talebinin artması, Türkiye'nin pazarda büyümesindeki başlıca nedendir. Pazarda Çin, Almanya, İtalya ve Türkiye en etkin ülkeler olup, Fransa'nın ısıtıcılar ve fırınlar ürünündeki ithalatının üçte ikisini karşılamaktadır. Pazarda Almanya ve İtalya'nın ihraç ettiği orta ve yüksek fiyat segmentindeki ürünlere talebin azalması, bu iki ülkenin pazarda küçülmelerine neden olmuştur. Diğer yandan, pazarın düşük fiyatlı ürün talebini karşılayan Çin ve Türkiye, pazarda büyümektedir.

**Almanya** ısıtıcılar ve fırınlar ürününde 2015 yılında toplam 738,4 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Bu değer 56,3 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal eden ülke, küresel ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2 azaltmıştır. Almanya'nın aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatın yılda ortalama %9,2 azalması, Türkiye'nin pazardaki etkinliğinin düştüğünü göstermektedir. Ülkeye Türkiye ile benzer segmentte ürün ihraç eden Çin ve Polonya'nın pazarda büyümeleri, Türkiye'nin pazar payının düşmesindeki en önemli etkenlerdendir. Pazarda ısıtıcılar ve fırınlar ithalatının yarısından fazlası Çin, İspanya ve Polonya tarafından karşılanmaktadır. Bu ülkelerden Çin ve Polonya, pazarın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamakta ve pazar payları yüksek oranda artmaktadır. Yüksek fiyatlı ürün ihraç eden İspanya'nın ise, pazardaki payı düşmektedir. Bu analizler, Almanya'nın ısıtıcılar ve fırınlar ürününün ithalatında düşük fiyat segmentine yöneldiğini göstermektedir.

**İtalya** 2015 yılında 209,1 Milyon \$ değerindeki ısıtıcılar ve fırınlar ithalatının 32,1 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. Isıtıcılar ve fırınlarda küresel ithalat değerini 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 azaltan İtalya, aynı dönemde Türkiye ile olan ithalatını yılda ortalama %7,9 artırmıştır. Bu göstergeler, Türkiye'nin pazarda büyüdüğünü ve pazar payını artırdığını göstermektedir. Türkiye'nin düşük fiyatlı ürün segmentinde rakiplerine kıyasla fiyatta daha rekabetçi olması, pazardaki etkinliğinin artmasının başlıca nedenidir. Pazardaki ithalatın dörtte birini karşılayan Çin'in yanı sıra, Almanya, Türkiye ve Polonya da pazarda öne çıkan ülkelerdir. Bu ülkelerden Almanya pazara yakınlığıyla öne çıkmakta ve yüksek fiyatlı ürün ihraç ettiği İtalya pazarındaki payını artırmaktadır. Pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Çin ve Polonya'nın ise, pazardaki büyüme performansları Türkiye'nin altındadır.

**Rusya** ısıtıcılar ve fırınlar ürününde 2015 yılı itibarıyla 340,6 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirirken, bu değer 28,5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye tedarik etmiştir. İthalat değerini 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %13 azaltan Rusya, aynı dönemde Türkiye ile ithalatını yılda ortalama %6,5 azaltmıştır. Rusya'nın ana gelir kaynağı olan petrol ve doğalgazın fiyatındaki düşüş ve Batı ülkeleri ile yaşadığı siyasi gerilim, küresel ithalatının düşmesindeki başlıca nedenlerdir. Ayrıca, 2015 yılında Türkiye ile yaşanan uçak krizi, ülkenin Türkiye ile ticaretini olumsuz yönde etkilemiştir.

Buna rağmen, Türkiye'nin ısıtıcılar ve fırınlar ürününde Rusya pazarında büyümesi ve son dönemlerde iki ülke arasındaki ilişkilerin düzelmesine yönelik atılan adımlar, Rusya'yı Türk ihracatçılar için cazip hale getirmektedir. Polonya, Almanya ve Türkiye, Rusya'nın ithalatında öne çıkan ülkeler olup, pazardaki talebin yaklaşık %40'ını karşılamaktadır. Polonya ve Türkiye, pazardaki düşük fiyatlı ürün talebini karşılarken, ağırlıklı olarak yüksek katma değerli ürünler üreten Almanya, Rusya'nın yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Ülkelerin pazar paylarının birbirine yakın olması ise, Rusya'daki rekabet düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir.

**Polonya** 2015 yılında 227,6 Milyon \$'lık ısıtıcılar ve fırınlar ithalatının 23,8 Milyon \$'ını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Bu ürün için Polonya'nın küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %5 artış gösterirken, aynı dönemde Türkiye'den ithalatı yılda ortalama %19,4 artmıştır. Bu durum, incelenen dönemde pazarın yaklaşık dört katı hızla büyüme gösteren Türkiye'nin, Polonya pazarındaki payının arttığını göstermektedir. Polonya'nın talebini düşük fiyat segmentindeki ürünlere kaydırması, Türkiye'nin pazarda yüksek oranda büyümesinin sebebidir. Türkiye dışında, pazarda lider olan Almanya, İtalya ve İspanya da, Polonya'nın ısıtıcılar ve fırınlar ithalatında dikkat çeken ülkelerdir. Dört ülke, Polonya'nın ithalatının toplamda %70'inden fazlasını karşılamaktadır. Bu ülkelerden Almanya, Polonya'nın en önemli ticari partneri olmakla birlikte, yüksek katma değerli ürünlerinin fiyatlarını düşürmüştür. Fiyatları yüksek olan İtalya ve İspanya'nın ise, pazardaki payları azalmaktadır.

**İspanya** ısıtıcılar ve fırınlar ürününde 2015 yılındaki 160,6 Milyon \$'lık ithalat değerinin 17,3 Milyon \$'ını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Ülkenin bu ürünlerdeki küresel ithalat değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 azalırken, Türkiye pazarın oldukça üzerinde bir performans sergileyerek ithalatını yıllık ortalama %17 oranında artırmıştır. Bu durum, Türkiye'nin İspanya pazarındaki payının arttığını göstermektedir. Türkiye'nin İspanya pazarında büyümesinin başlıca nedeni, pazar payının büyük bir kısmını kaybeden Fransa'nın yerini almasıdır. Çin, Almanya ve Türkiye, pazardaki en önemli tedarikçiler konumundadır. Üç ülke, İspanya'nın ısıtıcılar ve fırınlar ithalatının üçte ikisinden fazlasını karşılamaktadır. Çin ve Türkiye, pazardaki düşük fiyatlı ürün talebini karşılarken, Almanya pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir.

**Irak** ısıtıcılar ve fırınlar ürününde 2015 yılında 29,6 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Bu değer 15,1 Milyon \$'lık kısmı Türkiye'den ithal edilirken, ülkenin küresel ithalat değerini 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %17 artırmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalatın yılda ortalama %3,7 artması, Türkiye'nin pazarın altındaki büyüme performansı ile pazardaki payının azaldığını göstermektedir. Çin'in pazara girmesiyle rekabet seviyesini artırması, Türkiye'nin pazar payının azalmasındaki en büyük

etkendir. Pazardaki ithalatın yarısından fazlasını karşılayan ve pazara yakınlığıyla lojistik avantaja sahip olan Türkiye, Irak'ta lider konumdadır. Pazarda etkin olan bir diğer ülke ise, Çin'dir. İki ülke pazardaki talebin yaklaşık %95'ini karşılamaktadır. Türkiye pazara düşük fiyatlı ürün ihraç ederken, Çin orta fiyat segmentinde ürün ihracatını gerçekleştirmektedir.

**İsveç** 2015 yılında 251 Milyon \$ değerindeki ısıtıcılar ve fırınlar ithalatının 15 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Bu üründe küresel ithalat değerini 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 azaltan İsveç, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatını yılda ortalama %2 arttırmıştır. Buna rağmen, Türkiye'nin İsveç'e ısıtıcılar ve fırınlar ihracatının düşük hacimde olması sebebiyle pazardaki payında önemli bir değişiklik meydana gelmemiştir. Almanya, Polonya ve İtalya, İsveç pazarında öne çıkan ülkelerdir. Pazardaki ithalatın yarısını karşılayan ülkelerin, pazar paylarının birbirine yakın olması, pazardaki rekabet seviyesinin üst seviyede olduğunu göstermektedir. Bu ülkelerden Almanya ve İtalya, pazarın orta ve yüksek fiyat segmentindeki talebini karşılamaktadır. Polonya ise, İsveç'e düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir.

**Kazakistan** ısıtıcılar ve fırınlar ürününde 2015 yılında 26,6 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirirken bunun 14 Milyon \$'lık kısmını Türkiye karşılamaktadır. Küresel ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %15 azaltan Kazakistan, aynı dönemde Türkiye'den ithalatını yılda ortalama %9,8 azaltmıştır. Enerji fiyatlarındaki düşüşle, ülkedeki gelir seviyesinin azalması, ülkenin gerek küresel gerekse Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatın azalmasındaki en önemli sebeplerdendir. %40'ın üzerindeki payıyla pazarda lider olan Türkiye'nin yanı sıra, Rusya ve Polonya da pazarda etkin ülkelerdir. Üç ülke, pazardaki ithalatın yaklaşık dörtte üçünü karşılamaktadır. Türkiye ile birlikte Rusya, pazara yakınlığı ve gümrük vergisi muafiyeti avantajıyla, pazarın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Polonya ise, pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir.

Türkiye ısıtıcılar ve fırınlar dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden öne çıkan analizler aşağıda yer almaktadır.

- ▶ Türkiye'nin ısıtıcılar ve fırınlar ürünündeki ihracatı 2015 yılında 680 Milyon \$'ın üzerindedir.
- ▶ Avrupa ülkeleri, Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği pazarlardır.
- ▶ Türkiye, Irak ve Kazakistan pazarında lider konumdadır.
- ▶ İtalya, Polonya ve İspanya pazarlarında, Türkiye'nin payı yüksek oranda artmıştır.
- ▶ Polonya ve Irak pazarları yüksek oranlarla büyüme eğilimi göstermektedir.

- ▶ Çin ve Almanya, ısıtıcılar ve fırınlar ürününde Türkiye'nin en önemli rakipleridir. Ağırlıklı olarak, Çin düşük fiyatlı, Almanya ise yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Bu ülkelerin dışında, Polonya ve İtalya da küresel pazarda önemli ihracatçılardır. Polonya orta ve düşük fiyat segmentinde, İtalya ise orta ve yüksek fiyat segmentinde etkindir.
- ▶ Çin menşeli **Zjyongqian**, Almanya menşeli **Miele**, **B/S/H**, **Bauknecht**, küresel pazarda öne çıkan firmalardan bazılarıdır.

## 4. Konya Makine İmalat Sanayi Sektörü İhracat Performansı

Yaklaşık 2.500 firmanın faaliyet gösterdiği Konya makine imalat sanayiinde<sup>41</sup>, yaklaşık 27.000 kişi istihdam edilmektedir.<sup>42</sup> Firma ve istihdam sayısında bir önceki yıla kıyasla görülen artış (sırasıyla %3,2 ve %8,9), sektörün Konya'da büyüdüğünü göstermektedir.

Alt sektörler bazında Konya ilinin ihracat performansı incelendiğinde, makineler & aksam ve parçaları ürün grubunda Konya'dan gerçekleştirilen ihracat bir önceki yıla göre %1 seviyelerinde azalmış ve 452,6 Milyon \$ olmuştur. Konya'nın en fazla ihracat gerçekleştirdiği sektör olan makineler & aksam ve parçalarında ihracat değerinin düşmesindeki başlıca etken, İran, Libya, Rusya ve Azerbaycan'a gerçekleştirilen ihracatın azalmasıdır. Konya'nın toplam ihracatının üçte birini karşılayan sektörde, Türkiye'nin toplam ihracatı ise 12,3 Milyar \$'dır. <sup>43</sup>

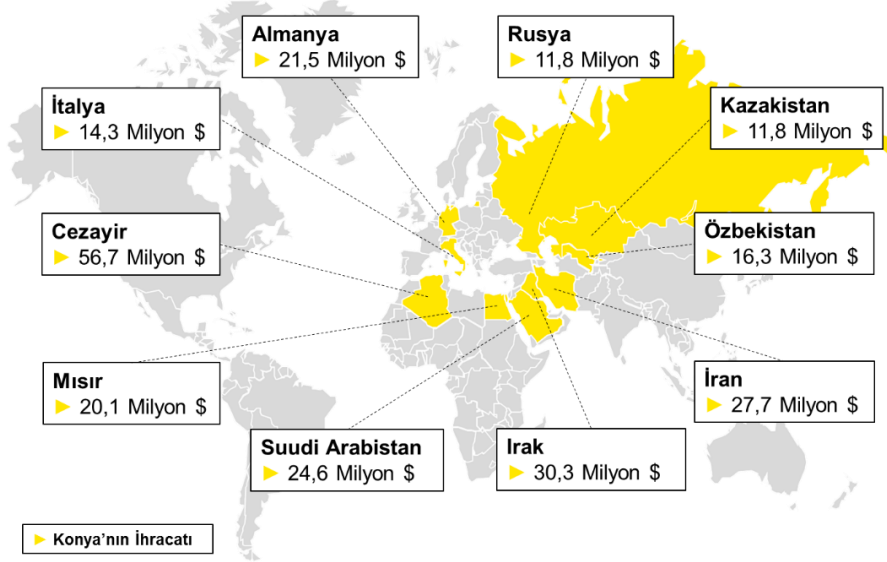
---

<sup>41</sup> Konya ilinin makine imalat sanayiindeki ihracat performansının değerlendirilmesi için 73 GTIP kodlu demir veya çelikten eşya, 84 GTIP kodlu makineler & aksam ve parçaları ve 85 GTIP kodlu elektrikli makine ve cihazlar ürünleri baz alınmıştır.

<sup>42</sup> SGK, 2016

<sup>43</sup> Trademap, 2016

**Şekil 46: Konya İlinin En Çok Makineler & Aksam ve Parçaları (GTIP: 84) İhrac Ettiği 10 Ülke ve İhracat Değerleri (Milyon \$)**



Kaynak: TÜİK, 2016

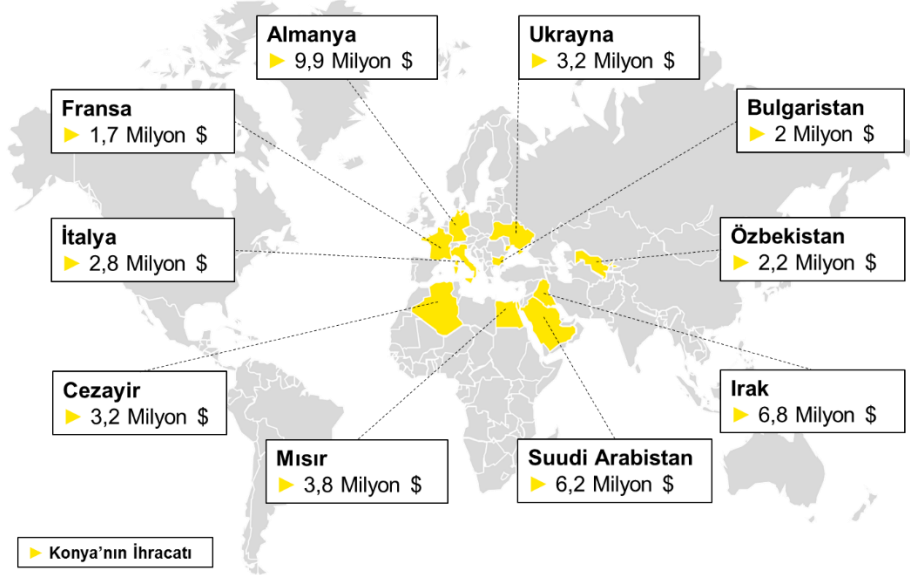
Makineler & aksam ve parçaları ürününde Avrupa ve Orta Doğu ülkeleri, Konya ilinin ihracatında ön plana çıkmaktadır. Ek olarak, Orta Asya bölgesi de Konya'nın sektörde etkin olduğu pazarlardandır. Cezayir 56,7 Milyon \$ ile en fazla ihracat yapılan ülke olarak dikkat çekerken, Türkiye'nin sınır komşuları olan ve lojistik avantajının bulunduğu Irak ve İran'a da 25 Milyon \$'ın üzerinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Üç ülke, Konya'nın makineler & aksam ve parçaları ihracatının yaklaşık %25'ini karşılamaktadır. Ayrıca, Cezayir ve Mısır pazarlarına gerçekleştirilen ihracatta yüksek oranda artış görülmektedir. Bu ürün grubunda Türkiye'den gerçekleştirilen ihracatta da Avrupa ülkelerinin ağırlığı dikkat çekmektedir. Almanya, İtalya, Cezayir, Irak ve İran, Türkiye'nin de en fazla ihracat gerçekleştirdiği 10 ülke arasında yer almaktadır. Sonuç olarak Konya ihracatının, ülkenin genel eğilimine paralel bir gidişata sahip olduğu gözlemlenmektedir.<sup>44</sup>

Bir diğer alt sektör olan demir veya çelikten eşya ürününde Konya'dan yapılan ihracat değerinin 70,3 Milyon \$ olduğu görülmektedir. Konya'nın ihracatının %5'inden fazlasını karşılayan bu ürünün ihracatında bir önceki yıla göre %7,5'lik azalma görülmektedir. Rusya, Hollanda ve İran'a gerçekleştirilen ihracatın azalması, Konya'dan yapılan ihracatın azalmasındaki ana

<sup>44</sup> Trademap, 2016

nedenlerdendir. Benzer şekilde, bu üründe Türkiye'den yapılan ihracat da 2014 yılına kıyasla %14 azalmıştır.<sup>45</sup>

**Şekil 47: Konya İlinin En Çok Demir veya Çelikten Eşya (GTIP: 73) İhraç Ettiği 10 Ülke ve İhracat Değerleri (Milyon \$)**



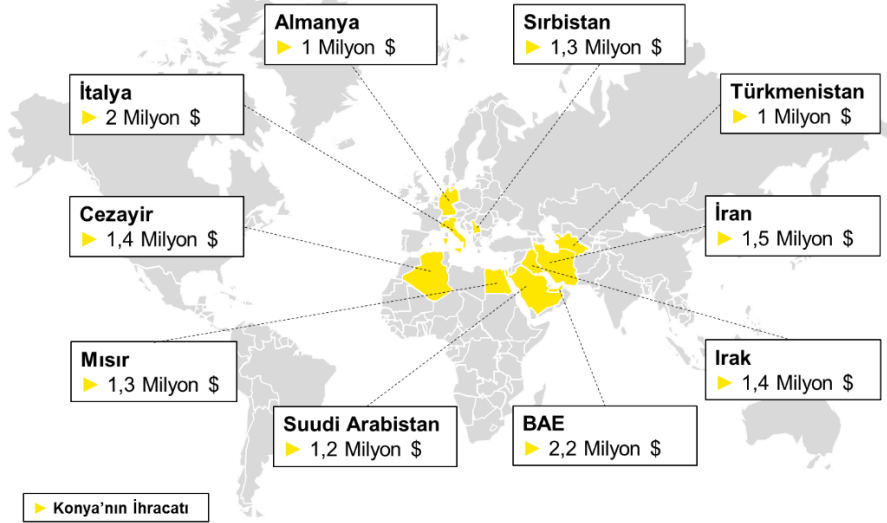
Kaynak: TÜİK, 2016

Konya ilinden gerçekleştirilen demir veya çelikten eşya ihracatı, makineler & aksam ve parçaları ürününde olduğu gibi ağırlıklı olarak Avrupa ve Orta Doğu ülkelerine yapılmıştır. Almanya, Irak ve Suudi Arabistan, Konya'dan yüksek değerlerde demir veya çelikten eşya ithal etmiş olup, Konya'nın bu ürünlerdeki ihracatının yaklaşık üçte birini karşılamaktadır. Ayrıca, analiz edilen ülkelerden Irak, Suudi Arabistan, Cezayir, Bulgaristan ve Fransa'ya yapılan ihracat, bir önceki yıla kıyasla yüksek oranda artmıştır.

Makine imalat sanayii içindeki bir diğer sektör olan elektrikli makine ve cihazlar ürününde Konya'nın 2015 yılındaki ihracatı bir önceki yıla göre %4 artmış ve 24,6 Milyon \$'a yükselmiştir. Türkiye'nin bu ürünlerdeki ihracatı ise bir önceki yıla kıyasla %14 azalmıştır. Bu ürünün ihracatında Türkiye'ye kıyasla daha iyi bir performans sergileyen Konya ili, BAE, Suudi Arabistan, İtalya ve Sırbistan'a ihracatını yüksek oranda artırmıştır.

<sup>45</sup> Trademap, 2016

**Şekil 48: Konya İlinin En Çok Elektrikli Makine ve Cihazlar (GTIP: 85) İhrac Ettiği 10 Ülke ve İhracat Değerleri (Milyon \$)**



Kaynak: TÜİK, 2016

Konya ilinin elektrikli makine ve cihazlar ürününde en fazla ihracat gerçekleştirdiği pazarlar, Avrupa ve Orta Doğu'dur. Avrupa'da İtalya öne çıkarken, Orta Doğu'da BAE ve İran pazarları dikkat çekmektedir. Üç ülke, Konya'nın ihracatının yaklaşık dörtte birini karşılamaktadır.

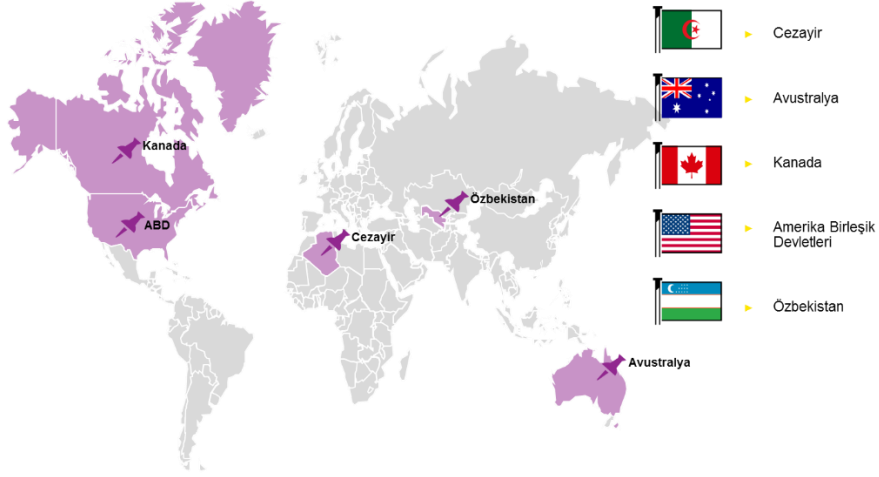
Üç alt sektörde yapılan analizler değerlendirildiğinde, Avrupa ve Orta Doğu gibi yakın pazarların, Konya'nın makine imalat sanayi ihracatında önemli yer kapladığı tespit edilmiştir. Bu pazarlar arasından Almanya, İtalya, Irak, İran, Suudi Arabistan, Mısır ve Cezayir, en fazla ihracat gerçekleştirilen ülkelerdir. Analiz edilen alt sektörlerden elektrikli makine ve cihazlar haricinde, ihracatın azalma eğiliminde olduğu gözlenmiştir. Üç sektörde Konya'nın toplam ihracatı ise 2015 yılında 547,5 Milyon \$'dır.

## 5. Hedef Pazarların Analizi

### 5.1. Hedef Pazarların Belirlenmesi

Konya Ticaret Odası bünyesinde faaliyet gösteren makine imalat sanayi firmalarına yönelik EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi ile seçilen beş pazar aşağıda yer almaktadır:

**Şekil 49: Konya Ticaret Odası Makine İmalat Sanayi Kümesi Hedef Pazarları**



Metodoloji doğrultusunda, yaklaşık 200'den fazla ülke için ülkelerin; 2015 yılı toplam ithalat büyüklüğü, 2011-2015 yılı ithalat değişim oranı ile Türkiye'nin ilgili ülkeye 2015 yılı ihracatı, 2011-2015 ihracat değişim oranı ve Konya ihracat verileri ışığında hesaplama gerçekleştirilmiştir. Hesaplamalar sonucunda en yüksek puanı alan ilk 30 ülke belirlenmiştir. **Belirlenen ülkeler;** Cezayir, Bangladeş, Umman, Almanya, İngiltere, Pakistan, ABD, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır, Çin, Meksika, Özbekistan, Güney Kore, Kuveyt, İtalya, Sundan Katar, Fransa, Libya, İspanya, Türkmenistan, Etiyopya, Avustralya, Polonya, Kanada, Arjantin, Irak, Çek Cumhuriyeti ve Fas'tır.

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 makine imalat sanayi 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

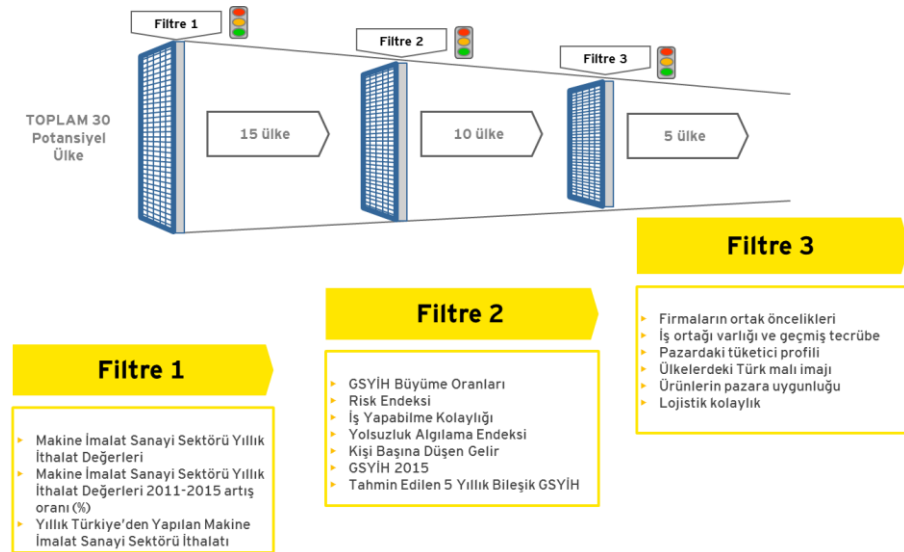
Filtre 1 kapsamında ulaşılan listeyi; Cezayir, Bangladeş, Umman, Almanya, İngiltere, Pakistan, ABD, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır, Meksika, Özbekistan, Güney Kore, Avustralya ve Kanada oluşturmaktadır.

**Filtre 2** kriterleri doğrultusunda, 15 ülkeli liste, 10 ülkeye 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; Almanya, İngiltere, Avustralya, Kanada, ABD, Birleşik Arap Emirlikleri, Güney Kore, Cezayir, Meksika ve Özbekistan filtre 2 sonucu ulaşılan ülkeler olmuştur.

#### Şekil 50: 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 makine imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren Konya Ticaret Odası üyesi firmaların görüşleri ve KTO'nun onayı alınarak, ihracat yapılması hedeflenen ülkeler değerlendirilmiş ve hedef pazarlar olarak; **Cezayir, Avustralya, Kanada, ABD** ve **Özbekistan** belirlenmiştir.

## 5.2. Hedef Pazarların Analizi

### 5.2.1. Cezayir

#### Genel Ekonomik ve Sosyo-Politik Durum:

Afrika'nın en büyük ülkelerinden olan Cezayir, kıtanın kuzeyinde yer almakta ve Akdeniz'e kıyısı bulunmaktadır. Zengin doğal kaynaklara sahip olan Cezayir'de nüfus, ülkenin kuzeyinde yoğunlaşmıştır. Bu bölgenin verimli topraklara sahip olması ve iç karışıklıklar döneminde göç alması, nüfus yoğunluğunun yüksek olmasının ana nedenleridir. Nüfusun 2014 yılında 39,1 Milyon olduğu ülkede, 2020 yılındaki nüfusun 43,5 Milyon olması beklenmektedir. Cezayir ve Oran, ülkedeki en büyük şehirlerdir.

Afrika kıtasının dördüncü büyük ekonomisine sahip olan Cezayir'in, temel gelir kaynakları petrol ve doğalgaz rezervleridir. Ekonominin doğal kaynaklara bağımlı olması, fiyatlarda yaşanacak dalgalanmaların Cezayir ekonomisinde kolayca tesiri olabileceğini göstermektedir. Cezayir Hükümeti, ekonominin doğal kaynaklara bağımlılığını azaltmak ve ülkedeki yüksek oranlı işsizliğe çözüm getirmek amacıyla, petrol dışı sanayi alanlarını ve tarımda yatırımlarını artırmaktadır. Hükümetin bu girişiminin, ülkenin makine ithalatını olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir.<sup>46</sup>

**Tablo 1: Makroekonomik Göstergeler**

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

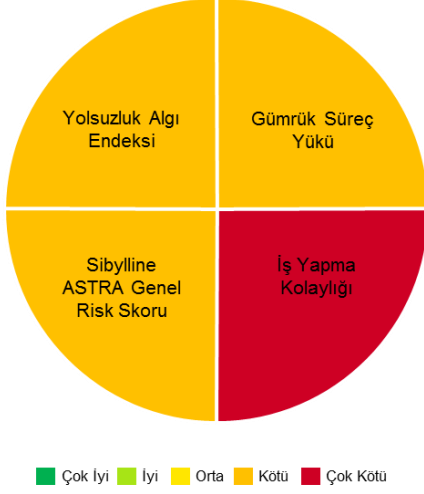
Kaynak: IMF, World Economic Outlook

Cezayir ekonomisi 2014 yılında %3,8 oranında büyümüştür. Ekonomik büyümenin gelecek dönemde de bu seviyelerde büyümesi beklenmektedir. Ülkenin GSYİH'sinde ise gelecek dönemde düşüş beklenmektedir. 2020 yılında 191 Milyar \$ olması beklenen GSYİH'nin düşmesindeki başlıca sebep, ülkenin para biriminin ABD Doları karşısında değer kaybetmesidir. Bu durum,

<sup>46</sup> TC Ekonomi Bakanlığı, Ülke Masaları, Cezayir, 2016

nüfusu yüksek oranda artan ülkenin, kişi başına düşen gelirin de azalmasına neden olmaktadır.

### Şekil 51: Risk Göstergeleri



Kaynak: EY Growing Beyond Borders

İş yapma kolaylığı yönünden zor bir tabloya sahip olan Cezayir, yatırımcı için daha ekstra tedbirli olunması gereken bir ortama sahiptir. Gümrük işlemleri ortalamanın altında bir sürede gerçekleştirilmektedir ve verimliliği düşüktür. İş yapma süreçlerini kolaylaştırmayı sağlayan yasal düzenlemeler ise bu konuya olanak vermemekte ve Cezayir 189 ülke arasından 163. sırada yer almaktadır. Ülkedeki yolsuzluk algı endeksi ve genel risk skoru ortalamanın altında bir seviyede yer alan Cezayir, ticari işlemler, ticari haklar vb. konularda kötü seviyede risk barındırmaktadır.

## **2011-2015 İthalat Eğilim Analizi:**

Yaklaşık 7,7 Milyar \$'lık makine & aksam ve parçaları ithalatı gerçekleştiren Cezayir, bu ürün grubunda Afrika kıtasındaki en büyük ikinci ithalatçı konumundadır. Pazarda İtalya, Çin ve Fransa, etkin konumdadır. Bu ülkelerden İtalya ve Fransa'nın pazara yakınlıklarıyla sahip oldukları lojistik avantajın yanında, gümrük vergisinde de avantajları bulunmaktadır. Ayrıca, Cezayir'de Fransız etkisinin yüksek olması ve iki ülke arasındaki ortak tarih, Fransa'nın pazarda öne çıkmasındaki başka bir etkidir. Çin ise, fiyat rekabetçiliği ile pazarda ön plana çıkmaktadır.

Makine imalat sektörü çerçevesinde analiz edilen tüm ürünlerde ithalatını 2011-2015 yılları arasında artıran Cezayir'in, en fazla ithal ettiği ürün 99,1 Milyon \$ ile katı ambalaj makineleridir. Sıvı ambalaj makineleri ve değirmen makinelerindeki ithalat değerleri de 90 Milyon \$'ın üzerindedir. Cezayir'in makine imalat sektöründe analiz edilen ürünlerde toplam ithalatı, Türkiye'den ithalatı ve ithalat değerlerinin büyüme oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 2: Cezayir İthalat Değerleri ve İthalat Büyümeleri**

<b>Dış Ticaret Verileri</b>	<b>İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	<b>İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	<b>Türkiye'den İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	<b>Türkiye'den İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>
<b>842230</b>	95,4	72,2%	3,6	177%
<b>842240</b>	99,1	95%	6,8	119%
<b>843780</b>	94,7	544%	59,8	880%
<b>8462</b>	79,5	238%	6,5	71%
<b>8430</b>	258	167%	0,4	-43%
<b>8460</b>	6,4	156%	0,7	75%
<b>841459</b>	34,2	327%	1,3	225%
<b>732599</b>	18,3	72,6%	0,4	300%
<b>851660</b>	31,6	12,5%	9,6	65,5%

Kaynak: Trademap, 2016

Cezayir'in, fanlar, sondaj makineleri, değirmen makineleri, rektifiye tezgahları ve metal işleme tezgahları ürünlerindeki ithalatı 2011-2015 yılları arasında yüksek oranlarda büyümüştür. Aynı dönemde, sondaj makineleri haricinde tüm ürünlerde Türkiye'nin Cezayir'e ihracatı yükselmiş olup, dökme eşya, fanlar, sıvı ambalaj makineleri, katı ambalaj makineleri ve değirmen makineleri ürünlerinde ise, Türkiye'nin ihracatı yüksek oranda artmıştır. Ayrıca, değirmen makineleri ve ısıtıcılar ve fırınlar ürününde, Türkiye'nin pazardaki payı yüksek oranda büyümüştür.

Cezayir'in makine imalat sektöründeki küresel ithalatını ve Türkiye'den ithalatını yüksek oranlarda artırmasının en önemli sebebi, ülkede sanayileşme alanında atılan adımlardır. Sanayileşme alanında atılan adımlar, Cezayir hükümeti tarafından da desteklenmekte ve yatırımlar yapılmaktadır. Bu sayede, göç ve işsizlik probleminin çözülmesi ve ekonominin doğal kaynaklara olan bağımlılığının azaltılması hedeflenmektedir.<sup>47</sup>

---

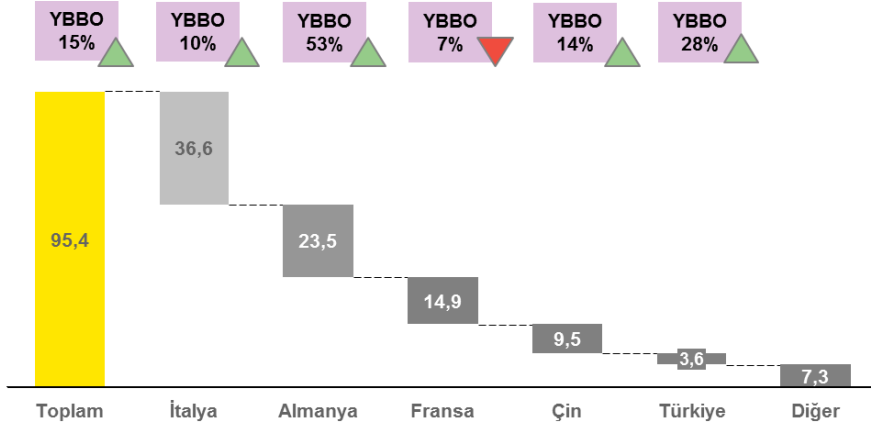
<sup>47</sup> OBG, 2016

### **Sıvı Ambalaj Makineleri:**

Cezayir 2015 yılında 95,4 Milyon \$ değerinde sıvı ambalaj makinesi ithal etmiştir. Ülkenin bu üründeki ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %15 artmıştır. Cezayir sıvı ambalaj makineleri ithalatını ağırlıklı olarak Batı Avrupa ülkelerinden karşılamaktadır. Pazarda İtalya lider konumdayken, Almanya, Fransa ve Çin, Cezayir’de etkin olan diğer ülkelerdir. Ülkenin Türkiye’den gerçekleştirdiği ithalat ise, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %28 artarak 3,5 Milyon \$’a yükselmiştir. Cezayir bu ürün grubunda Türkiye’nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkedir.

İtalya, Almanya ve Fransa, pazardaki orta ve yüksek fiyat segmentindeki ürün talebini karşılamaktadır. Türkiye pazara orta ve düşük fiyatlı ürün ihraç ederken, Çin pazarın düşük fiyatlı ürün ithalatını karşılamaktadır.

**Şekil 52: Cezayir’in 2015 Yılı Sıvı Ambalaj Makineleri (GTIP: 842230) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Yıllık Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



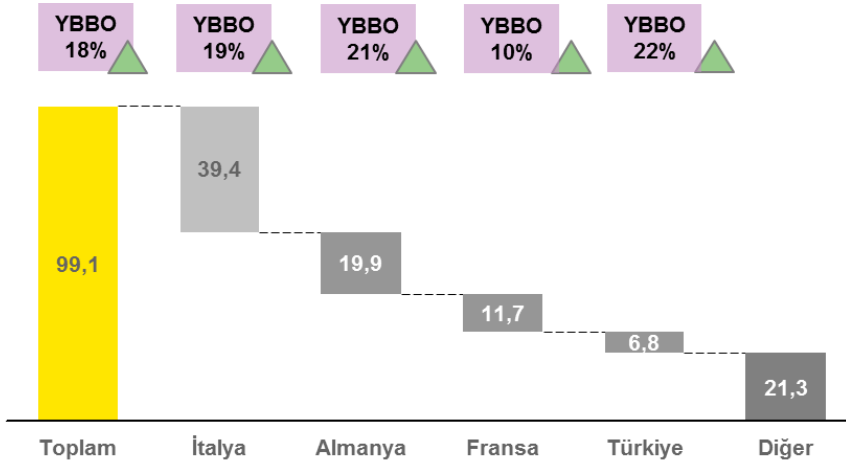
Kaynak: Trademap

Pazarın üzerinde bir büyüme performansı gösteren Almanya, Çin ve Türkiye’nin, pazardaki etkinlikleri artmaktadır. Almanya, pazara aynı segmentte ürün ihraç eden Fransa’nın yerini almıştır. Çin ve Türkiye ise, fiyatta daha rekabetçi olmaları sebebiyle pazar paylarını arttırmıştır. Çin ve Türkiye’nin pazarda büyümeleri, Cezayir’deki talebin düşük fiyatlı ürünlere kaydığını göstermektedir. İtalya, pazara gerçekleştirdiği ihracatını arttırmasına rağmen, pazar payının bir kısmını kaybetmiştir. Fransa ise, Cezayir sıvı ambalaj makineleri pazarında daralmaktadır. Ülkelerin pazara ihraç ettikleri ürün segmentindeki fiyatların rakiplerine kıyasla yüksek olması, pazardaki etkinliklerinin azalmasındaki başlıca nedendir.

### **Katı Ambalaj Makineleri:**

Cezayir, katı ambalaj makineleri ithalatını 2011-2015 arasında yılda ortalama %18 artırarak 99,1 Milyon \$'a yükseltmiştir. Sıvı ambalaj makinelerine benzer şekilde katı ambalaj makinelerinde de Batı Avrupa ülkelerinin ağırlığı dikkat çekmektedir. İtalya, yaklaşık %40'lık payla lider olduğu pazarda, 2011-2015 yılları arasında büyümüş ve pazar payını artırmıştır. Benzer şekilde Almanya ve Türkiye'nin de pazara gerçekleştirdikleri ihracat artmış ve pazardaki payları yükselmiştir. Fransa'nın ise Cezayir'e ihracatı artmasına rağmen, pazardaki payı düşmüştür.

**Şekil 53: Cezayir'in 2015 Yılı Katı Ambalaj Makineleri (GTIP: 842240) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



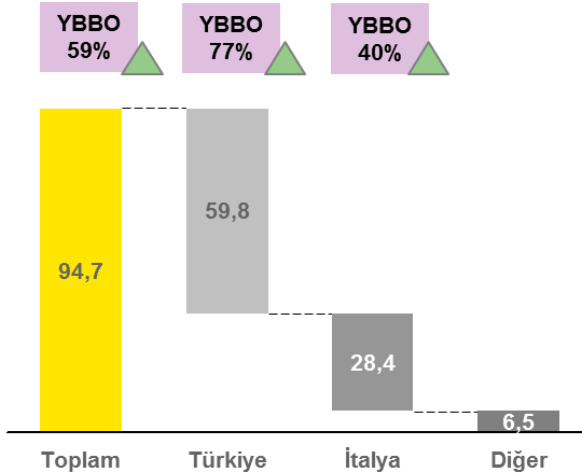
Kaynak: Trademap

İtalya ve Türkiye, pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. İtalya'nın pazarda Türkiye'nin önünde yer almasının başlıca nedenleri, gümrük vergisi ve lojistik maliyetler açısından sahip olduğu avantajdır. Almanya ve Fransa ise, pazarın yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Almanya bu ürün segmentinde de Fransa'nın yerini almış ve pazarda daha yüksek paya sahip olmuştur. Düşük fiyat segmentinde de Çin'in payını artırarak pazarda etkin olması sebebiyle, Cezayir'in tüm ürün segmentlerinde belirli bir düzeyin üzerinde talebinin olduğu görülmektedir.

### Değirmen Makineleri:

Türkiye'nin lider olduğu Cezayir değirmen makineleri pazarında, 2015 yılında 94,7 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştirilmiştir. Ülkenin bu ürünlerdeki ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %59 artmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalat yılda ortalama %77 artmış ve 60 Milyon \$ seviyesine gelmiştir. Pazarın üzerinde büyüme performansı gösteren Türkiye, payını da yüksek oranda artırmıştır. Cezayir değirmen makineleri ihracatında dikkat çeken bir diğer ülke ise 28,4 Milyon \$'lık değerle İtalya'dır. İtalya'nın Cezayir'e gerçekleştirdiği ihracat da artmasına rağmen, ülkenin pazar payında düşüş görülmektedir. Cezayir'in bu ürünlerdeki ithalatının yüksek oranda artmasının ana nedeni hükümetin tarım sektörünün büyümesine yönelik yaptığı yatırım ve teşviklerdir.<sup>48</sup>

**Şekil 54: Cezayir'in 2015 Yılı Değirmen Makineleri (GTIP: 843780) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

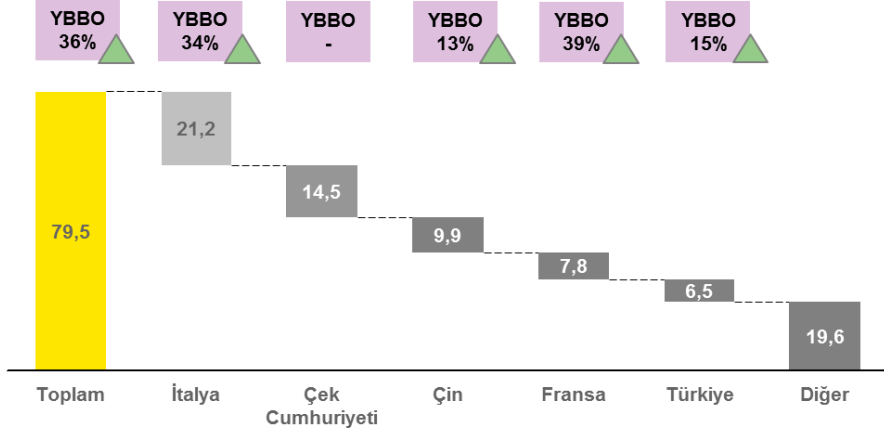
Değirmen makineleri ürününde Cezayir'in düşük fiyatlı ürün talebini Türkiye karşılamaktadır. İtalya ise, Cezayir'e orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. İtalya'nın bu ürün segmentinde rakiplerine kıyasla daha düşük fiyattan satış yapması, ülkeyi pazarda etkin kılmaktadır. Yüksek katma değerli ve yüksek fiyatlı ürün talebinin giderek düştüğü pazarda, orta ve düşük fiyat segmentindeki ürün talebinin arttığı tespit edilmiştir.

<sup>48</sup> FAO, Algeria, 2016

### **Metal İşleme Tezgahları:**

Metal işleme tezgahlarında yaklaşık 80 Milyon \$'lık ithalat yapılan Cezayir pazarında, Avrupa ülkelerinin yanı sıra, Çin ve Türkiye'nin de ağırlığı dikkat çekmektedir. Pazarda İtalya lider konumdadır. Talebin dörtte birinden fazlasını karşılayan İtalya'nın yanı sıra, Çek Cumhuriyeti ve Fransa da pazarda etkin olan Avrupa ülkeleridir. İtalya pazara orta ve yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, Fransa pazarın yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Çek Cumhuriyeti ve Türkiye, pazarda orta ve düşük fiyat segmentindeki ürün tedarikini sağlarken, Çin'in pazardaki segmenti düşük fiyattır.

**Şekil 55: Cezayir'in 2015 Yılı Metal İşleme Tezgahları (GTIP: 8462) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



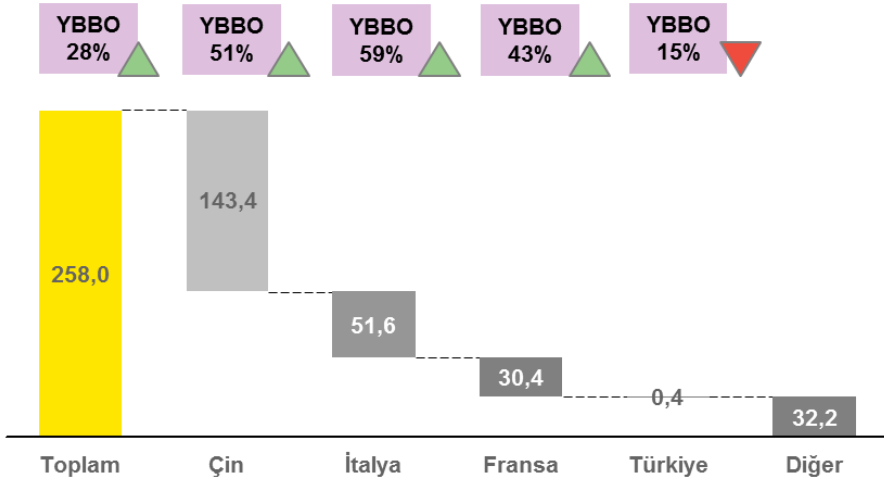
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %36 büyüyen Cezayir metal işleme tezgahları pazarında, İtalya ve Fransa'dan gerçekleştirilen ithalat yüksek oranda artmıştır. Bu ülkelerin ihracatları, pazarın büyümesiyle benzer seviyelerde artmıştır. Pazar paylarını koruyan ülkelerin aksine, Çek Cumhuriyeti, Çin ve Türkiye'nin, Cezayir pazarındaki payları azalmıştır. Bu ülkelere Türkiye ve Çin'in pazara ihracatı artarken, Çek Cumhuriyeti'nin ihracatı aynı seviyelerde kalmıştır. Cezayir metal işleme tezgahları ithalatında etkin olan ülkelerin pazardaki büyüme performansları analiz edildiğinde, orta ve yüksek segmentindeki ürün talebinin arttığı tespit edilmiştir.

### **Sondaj Makineleri:**

2015 yılında 258 Milyon \$ değerinde sondaj makineleri ithal eden Cezayir, bu ithalatın yarısından fazlasını Çin'den tedarik etmiştir. Pazarda İtalya ve Fransa da etkin konumdadır ve sırasıyla %20 ve %11,8'lik pazar payına sahiptir. Cezayir'in sondaj makineleri ithalatında Türkiye'nin payı ise, çok düşük seviyelerde kalmıştır. Pazarda lider olan Çin, Cezayir'in düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. İtalya orta fiyat segmentindeki ürün tedarikini sağlarken, Fransa pazara yüksek fiyattan ürün ihraç etmektedir. Türkiye ise, pazarda orta ve düşük fiyatlı ürünlerle yer almaktadır.

**Şekil 56: Cezayir'in 2015 Yılı Sondaj Makineleri (GTIP: 8430) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



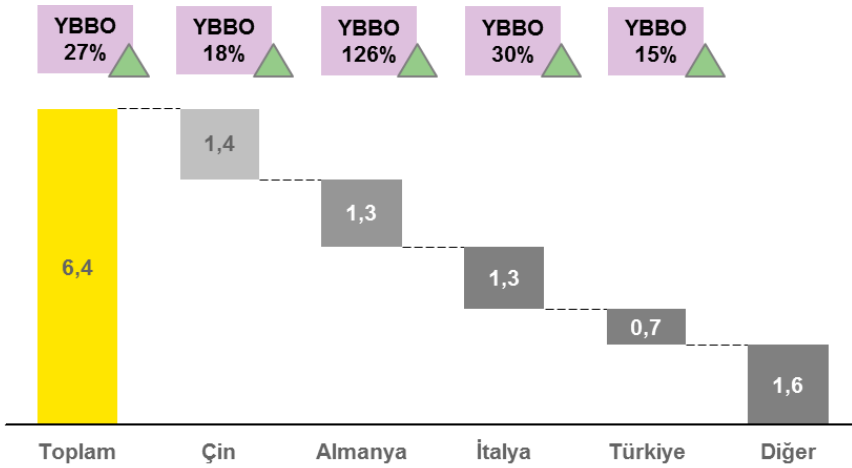
Kaynak: Trademap

Cezayir sondaj makineleri ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %28 artırmıştır. Pazarda etkin olan Çin, İtalya ve Fransa, Cezayir'e gerçekleştirdikleri ihracatı yüksek oranda artırmıştır. Ülkelerin pazarın üzerinde büyüme performansı göstermeleri, pazar paylarını yükseltmiştir. Cezayir'in bu ürünlerdeki küresel ithalatını ve farklı ürün segmentlerindeki talebini artırmasındaki başlıca neden, ülkede inşaat ve maden sektörlerindeki büyümedir. Pazara düşük değerde ürün ihraç eden Türkiye'nin ise ihracatı azalma eğilimindedir.

### **Rektifiye Tezgahları:**

2015 yılında 6,4 Milyon \$ değerinde rektifiye tezgahları ürünü ithal eden Cezayir, en fazla ithalatı Çin, Almanya ve İtalya'dan gerçekleştirmiştir. Bu üç ülke pazardaki talebin %60'ından fazlasını karşılamaktadır. Cezayir'e 2015 yılında 700 Bin \$'lık ihracat gerçekleştiren Türkiye'nin ise, pazardaki payı %10'un üzerindedir. Çin, İtalya ve Türkiye, pazara orta ve düşük fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, Almanya pazarın yüksek fiyatlı ve yüksek katma değerli ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 57: Cezayir'in 2015 Yılı Rektifiye Tezgahları (GTIP: 8460) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

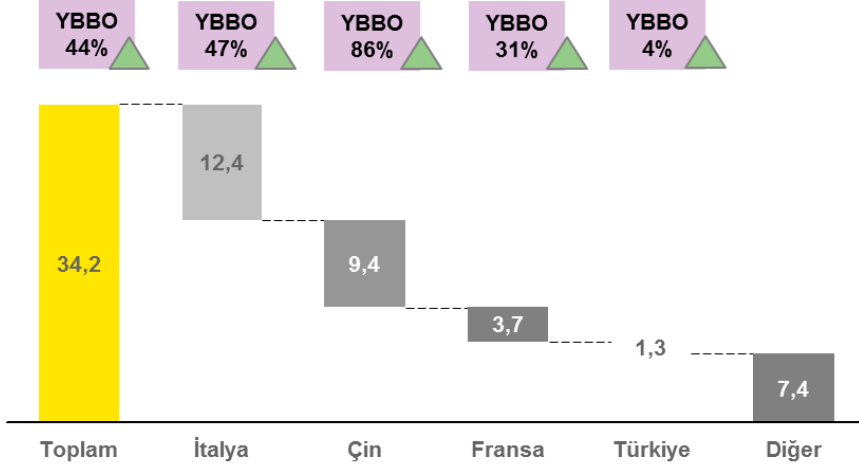
Cezayir, 2011-2015 yılları arasında rektifiye tezgahları ithalatını yılda ortalama %27 oranında artırmıştır. Cezayir'in analiz edilen tüm ülkelerden rektifiye tezgahları ithalatı, aynı dönemde yüksek oranda artmıştır. Almanya ve İtalya, pazar büyümesinin üzerinde büyüyerek pazar paylarını artırmıştır. Özellikle Almanya'nın payındaki %20'lik artış dikkat çekmektedir. Almanya ve Cezayir arasında ekonomik iş birliği adına atılan adımlar, bu durumun başlıca sebebidir.<sup>49</sup> Çin ve Türkiye ise, pazara gerçekleştirdikleri ihracat artmasına rağmen, pazar payları düşmüştür.

<sup>49</sup> Germany Foreign Federal Office, Algeria, 2016

## Fanlar:

Fanlar ürününde 2015 yılında 34,2 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştiren Cezayir, bu ithalatını ağırlıklı olarak İtalya, Çin ve Fransa'dan karşılamaktadır. Bu ülkelerin, Cezayir makine imalat sektöründe analiz edilen diğer ürünlerde de etkin olması, pazara yerleşik olduklarını ve farklı segmentlerde kendilerini konumlandıklarını göstermektedir. Pazarda İtalya ve Çin'in payları birbirine yakın olup, Cezayir'in fanlar talebinin yaklaşık üçte ikisini karşılamaktadır. Bu ülkelerden İtalya pazarda orta fiyat segmentinde, Çin ise düşük fiyat segmentinde konumlanmıştır. Pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç eden Fransa'nın ise, Cezayir fanlar ithalatındaki payı %10'un üzerindedir. 2015 yılında pazara 1,3 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştiren Türkiye'nin pazar payı düşük seviyelerde kalmıştır.

**Şekil 58: Cezayir'in 2015 Yılı Fanlar (GTIP: 841459) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



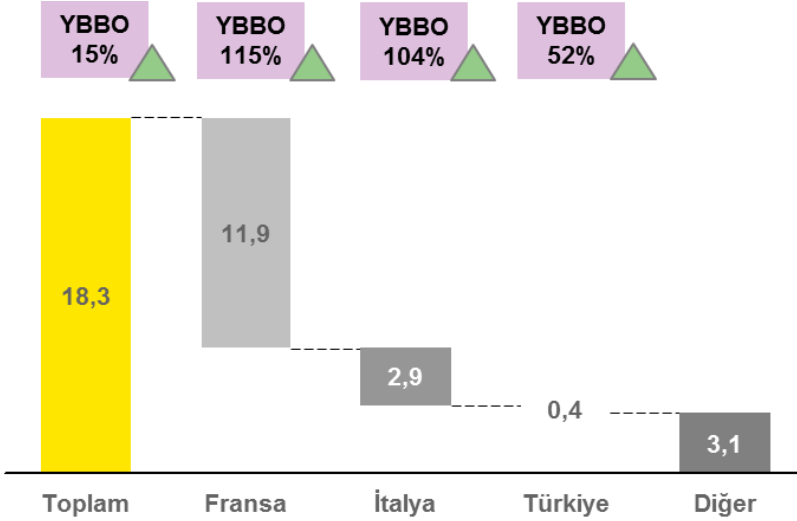
Kaynak: Trademap

Cezayir'in fanlar ürünündeki küresel ithalatını 2011-2015 arasında yılda ortalama %44 artırması, pazarın yüksek potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Yüksek hızla büyüyen pazarda Çin'in pazara gerçekleştirdiği ihracatın aynı dönemde yılda ortalama %86 artması ise dikkat çekmektedir. Pazar payını %10'dan %28 seviyesine yükselten Çin'in yanı sıra, İtalya ve Fransa da pazara ihracatlarını yüksek oranda arttırmıştır. Pazara yeni giren Türkiye'nin de Cezayir'e ihracatının artma eğiliminde olması, ilerleyen dönemlerde Türkiye'nin pazarda potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

### Dökme Eşya:

2015 yılında Cezayir 18,3 Milyon \$ değerinde dökme eşya ithal etmiştir. Fransa bu ithalatın 11,9 Milyon \$'lık kısmını karşılayarak pazarda baskın yapıdadır. Pazarda etkin olan İtalya'nın ise, Cezayir'e dökme eşya ithalatı 2,9 Milyon \$'dır. Cezayir pazarında Fransa orta ve düşük fiyat segmentinde konumlanırken, İtalya orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Fransa'nın iki farklı ürün segmentinde ürün ihraç etmesi, pazardaki baskın yapısının önemli nedenlerindedir. Pazara düşük fiyat segmentinde ürün ihraç eden Türkiye'nin ihracatı ise, 400 Bin \$ seviyelerindedir.

**Şekil 59: Cezayir'in 2015 Yılı Dökme Eşya (GTIP: 732599) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



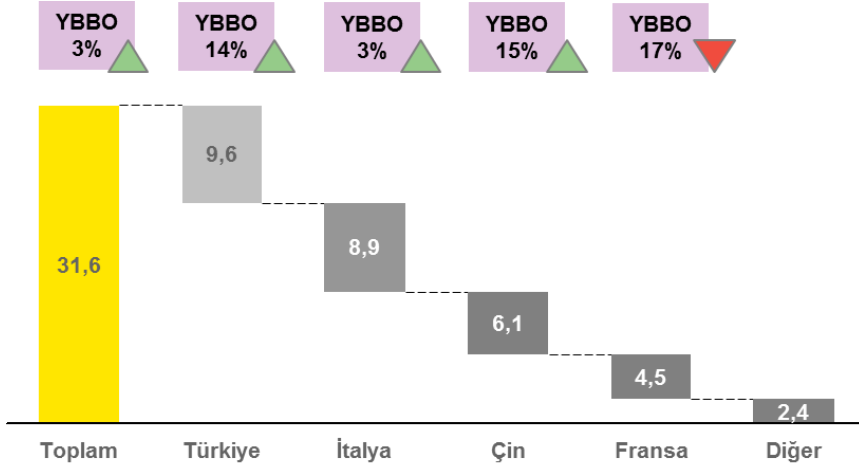
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında dökme eşya ithalatı yılda ortalama %15 büyüyen Cezayir pazarında, Fransa ve İtalya'dan gerçekleştirilen ithalat yılda ortalama %100'ün üzerinde büyümüştür. Bu ölçüde yüksek artış, iki ülkenin de paylarını yükseltmelerini sağlamıştır. Fransa ve İtalya'nın yüksek hızda büyümelerinin başlıca nedeni, pazardan çıkan Güney Kore ve ABD'nin yerini almalarıdır. Pazarda Türkiye'nin de ülkenin küresel ithalatına kıyasla daha iyi bir büyüme performansı göstermesi, Türkiye'nin ilerleyen dönemlerde Cezayir'de etkin olabileceğini göstermektedir.

### **Isıtıcılar ve Fırınlar:**

31,6 Milyon \$ değerinde ısıtıcılar ve fırınlar ürünü ithal eden Cezayir, en fazla ithalatı Türkiye ve İtalya'dan gerçekleştirmiştir. İki ülke, Cezayir'in ithalatının yaklaşık %60'ını karşılamaktadır. Çin ve Fransa da ülkenin ısıtıcılar ve fırınlar ithalat pazarında etkin konumdadır. Cezayir'de lider olan Türkiye, pazarda düşük fiyatlı ürün grubunda konumlanmıştır. İtalya'nın yüksek fiyatlı ürün ihraç ettiği pazarda, Fransa orta, Çin ise, düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.



**Şekil 60: Cezayir'in 2015 Yılı Isıtıcılar ve Fırınlar (GTIP: 851660) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3 büyüyen pazarda Türkiye ve Çin'den yapılan ithalat, aynı dönemde yılda ortalama %15 seviyelerinde artmıştır. Bu durum, iki ülkenin de pazardaki paylarının arttığını göstermektedir. Pazarla aynı seviyelerde büyüyen İtalya'nın ihracatı, ülkenin Cezayir'deki payını korumasını sağlamıştır. Fransa'dan yapılan ithalat ise, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %17 azalmıştır. Cezayir ısıtıcılar ve fırınlar pazarında daralan Fransa, payını da önemli ölçüde kaybetmiştir. Cezayir'in ülkelerden yaptığı ithalatın büyüme oranları analiz edildiğinde, düşük fiyatlı ürün talebinin arttığı tespit edilmiştir. Yüksek fiyat segmentindeki talebin ise korunduğu gözlenmiştir.

## Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Ülkenin petrol başta olmak üzere, doğal kaynaklara bağlı ekonomisine çözüm bulmak için petrol dışı sektörlerle yönelmesi ve yatırımlarını bu doğrultuda arttırması sonucu makine imalat sanayiye yönelik ithalatın artacak olması</li><li>▶ Mevcut durumda nüfusun yüksek olması ve nüfustaki artış beklentisi ile birlikte tüketimin de artış göstererek ambalaja verilecek önemin artacak olması</li><li>▶ Petrol ve doğal rezervlerin tedarik edilmesi için makineye olan ihtiyacın devam etmesi</li><li>▶ Ülkenin, makine &amp; aksam ve parçaları ithalatında Afrika bölgesinin en büyük ikinci ithalatçısı olması ve küresel ithalatının ilgili dokuz ürün için de büyüyen bir eğilim sergilemesi</li><li>▶ Cezayir'in, Türkiye'den ithalatının incelenen ürünler için artış göstermesi (sondaj makineleri hariç)</li><li>▶ Ülkenin değirmen makineleri ithalatının yarısından fazlasını Türkiye'den karşılaması ve ısıtıcılar ve fırınlar ithalatında en çok Türk malının tercih edilmesi</li><li>▶ Nüfus artışı gibi sebepler nedeniyle inşaat sektörünün büyümesi ve dolayısıyla sektörün en çok kullanılan araçlarından olan sondaj makineleri için potansiyel oluşturması</li></ul>	
Tehditler	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Nüfus artışı ve dolar kurundaki dalgalanmalar sebebiyle 2020 yılı itibariyle gelir seviyesinde düşüş beklentisi</li><li>▶ AB ülkelerinin pazarda büyük bir paya sahip olması ve aynı zamanda hem vergi hem de lojistik avantaja sahip olmaları</li><li>▶ Asya Pasifik ülkelerinin fiyat avantajı ile rekabet üstünlüğü oluşturmaları</li><li>▶ Özellikle İtalya, Fransa, Almanya ve Çin'in ilgili ürünlerin pazarlarında yerleşik bir yapıya sahip olmaları</li><li>▶ Cezayir'in sondaj makineleri için Çin ve AB gibi ülkeleri tercih etmesi</li></ul>	

## 5.2.2. Avustralya

### Genel Ekonomik ve Sosyo-Politik Durum:

Dünyanın en büyük adası olan Avustralya, federal demokrasi ile yönetilmekte ve altı eyaletten oluşmaktadır. Ülkede ayrıca özerk bölgeler de bulunmaktadır. Devlet başkanının İngiliz Kraliçesi olduğu Avustralya'da, Birleşik Krallık etkisindeki birçok ülkede olduğu gibi hukuk sisteminde "Common Law" esas alınmaktadır. Ülkedeki en büyük şehirler, Sydney ve Melbourne'dur. 2014 yılında 23,6 Milyon olan nüfusun, 2020 yılına kadar toplamda 2,5 Milyon artması ve 26 Milyonu geçmesi beklenmektedir.

Ekonomisinin üçte ikisini hizmet sektörünün oluşturduğu Avustralya, zengin maden ve mineral kaynaklarına sahip olmakla birlikte geniş hacimli tarım sektörüne de sahiptir. Ayrıca, dünyanın önemli hammadde ihracatçılarından olan ülke, sanayi ürünlerindeki ihracatını da arttırmayı hedeflemektedir. Düşük risk değerleri ve istikrarlı ekonomik yapı, Avustralya'yı yabancı yatırımlar ve sermaye akımları için cazip hale getirmektedir. Bu analizler, Avustralya'nın makine imalat sektörü için yüksek potansiyelli bir ülke olduğunu göstermektedir.<sup>50</sup>

**Tablo 3: Makroekonomik Göstergeler**

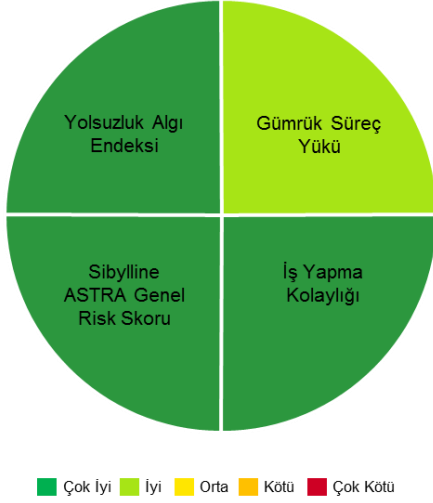
<b>GSYİH (Milyar \$) (2014)</b>	1.442	<b>GSYİH (Milyar \$) (2020)</b>	1.469
<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)</b>	61.063	<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)</b>	56.273
<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)</b>	2,6	<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)</b>	2,8
<b>Enflasyon (%) (2014)</b>	2,5	<b>Enflasyon (%) (2020)</b>	2,5
<b>Nüfus (Milyon) (2014)</b>	23,6	<b>Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)</b>	26,1

Kaynak: IMF, World Economic Outlook

Diğer gelişmiş ülkelere kıyasla yüksek ekonomik büyüme rakamına sahip olan Avustralya ekonomisi, 2014 yılında %2,6 büyümüştür. Ekonomik büyümenin gelecek dönemde de benzer seviyelerde seyretmesi ve 2020 yılında %2,8 olması beklenmektedir. Ülke GSYİH'sinde de 2020 yılına kadar büyüme beklentisi olsa da, ülkedeki nüfusun ekonomik büyümeye göre daha yüksek bir oranla artması, kişi başına düşen geliri düşürecektir. 2014 yılında 61 Bin \$ olan rakamın, 2020 yılında 56 Bin \$ seviyelerinde olacağı öngörülmektedir.

<sup>50</sup> TC Ekonomi Bakanlığı, Ülke Masaları, Avustralya, 2016

**Şekil 61: Risk Göstergeleri**



Kaynak: EY Growing Beyond Borders

Avustralya risk göstergeleri açısından oldukça pozitif seviyededir. Yatırımcı için olumlu bir çevre sunan ülke, iş yapma kolaylığı açısından 189 ülke arasından 13. sırada yer almaktadır. Yolsuzluk seviyesinin ve genel risk skorunun düşük olması ticari faaliyetler açısından ülkeyi cazip kılmaktadır. Gümrük süreç yükü verimli işleyen Avustralya ortalamasının üzerinde bir performansa sahiptir.

## **2011-2015 İthalat Eğilim Analizi:**

Türkiye'nin ve birçok Avrupa ülkesinin pazara uzaklığı sebebiyle çok etkin olamadığı, ancak yüksek potansiyele ve dış ticaret rakamlarına sahip olan Avustralya'da, Çin, ABD, Japonya ve Güney Kore en etkin ülkelerdir. Avustralya, analiz edilen makine imalat sektörü ürünlerinde 2015 yılında toplam 1,9 Milyar \$'lık ithalat gerçekleştirmiştir. Ülkenin en fazla ithal ettiği ürün 1,2 Milyar \$ ile sondaj makineleridir. Bu ürünün ithalatı 2011-2015 yılları arasında %99 artmıştır. Rektifiye tezgahları ve metal işleme tezgahlarında gerçekleştirilen ithalat ise yüksek oranlarda azalmıştır.

Avustralya'nın makine imalat sektöründe analiz edilen ürünlerde toplam ithalatı, Türkiye'den ithalatı ve ithalat değerlerinin büyüme oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 4: Avustralya İthalat Değerleri ve İthalat Büyümeleri**

<b>Dış Ticaret Verileri</b>	<b>İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	<b>İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	<b>Türkiye'den İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	<b>Türkiye'den İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>
<b>842230</b>	117,8	6,1%	0,4	400%
<b>842240</b>	113,2	-21,9%	0,3	50%
<b>843780</b>	8,8	4,8%	-	-
<b>8462</b>	67,2	-36,8%	2,4	-47,8%
<b>8430</b>	1.237	99%	0,1	-75%
<b>8460</b>	14,3	-45,8%	-	-
<b>841459</b>	121,7	7,3%	0,2	-6%
<b>732599</b>	40,3	-23,2%	-	-
<b>851660</b>	226,8	2,3%	10,9	3,8%

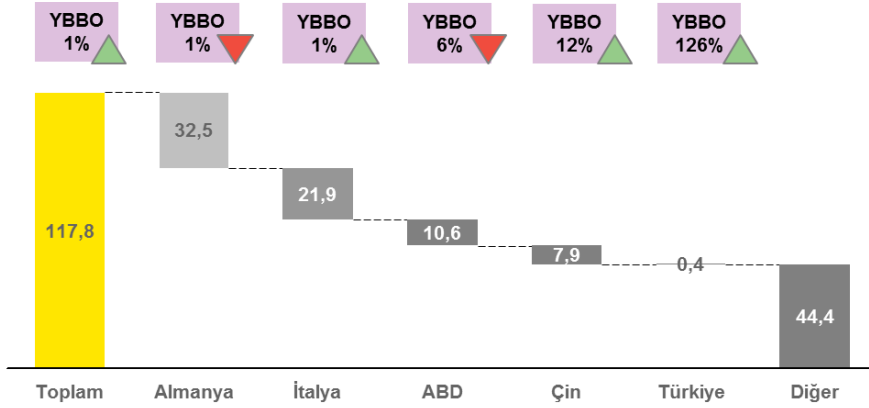
Kaynak: Trademap, 2016

Fanlar, sıvı ambalaj makineleri, sondaj makineleri, değirmen makineleri ve ısıtıcılar ve fırınlar ürünlerinde ithalatın büyüdüğü pazarda, Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat değerleri ise düşüktür. Pazardaki payı da düşük olan Türkiye'nin, Avustralya'da en etkin olduğu ürün ısıtıcılar ve fırınlardır. Dökme eşya, değirmen makineleri ve rektifiye tezgahlarında pazarda yer almayan Türkiye, Avustralya'ya ambalaj makineleri ihracatını artırmaktadır.

### **Sıvı Ambalaj Makineleri:**

117,8 Milyon \$ değerinde sıvı ambalaj makinesi ithal edilen Avustralya pazarında, Batı Avrupa ülkelerinin yanı sıra ABD ve Çin'in de etkinliği bulunmaktadır. Pazarda lider olan Almanya, İtalya ile birlikte Avustralya'nın sıvı ambalaj makineleri ithalatının %46'sını karşılamaktadır. ABD ve Çin'in ise, pazara gerçekleştirdikleri ihracat sırasıyla 10,6 ve 7,9 Milyon \$'dır. Avustralya'nın Türkiye'den ithalatı ise 400 Bin \$ seviyelerindedir. Pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç eden Almanya'nın tersine, Çin pazarının düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. ABD ve İtalya ise, Avustralya'ya orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir.

**Şekil 62: Avustralya'nın 2015 Yılı Sıvı Ambalaj Makineleri (GTIP: 842230) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



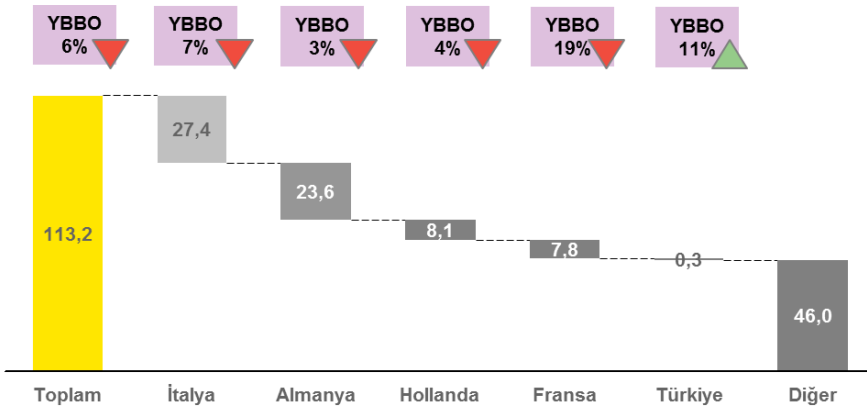
Kaynak: Trademap

Avustralya, 2011-2015 yılları arasında sıvı ambalaj makineleri ithalatını yılda ortalama %1 artırmıştır. Aynı dönemde, ülkenin Almanya ve ABD'den gerçekleştirdiği ithalat azalmaktadır. Bu durum, iki ülkenin de pazarda daraldıklarını ve pazardaki paylarının düştüğünü göstermektedir. Diğer yandan, İtalya ve Çin'in Avustralya'ya sıvı ambalaj makineleri ihracatı artmıştır. İtalya pazardaki payını korurken, Çin'in pazar payı artma eğilimindedir. Ülkeye Çin ile benzer segmentte ürün ihraç eden Türkiye'nin de Avustralya'ya ihracatı yükselmiştir. Yapılan analizler sonucunda, Avustralya'da düşük fiyatlı ürünlere olan talebin artma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir.

### **Katı Ambalaj Makineleri:**

Batı Avrupa ülkeleri, Avustralya'nın katı ambalaj makineleri pazarına hakimdir. Avustralya'nın 2015 yılında gerçekleştirdiği 113,2 Milyon \$'lık ithalatın yaklaşık %60'ını İtalya, Almanya, Hollanda ve Fransa karşılamıştır. Avustralya'da önemli paya sahip olan İtalya ve Almanya'nın, pazara ihraç ettikleri ürün segmentleri farklıdır. İtalya pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, Almanya düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Bu segmentteki ürünlerde İtalya'nın en önemli rakibi Hollanda iken, Almanya, Fransa ile rekabet etmektedir. Türkiye'nin ise pazardaki ihracat değeri 300 Bin \$ seviyelerindedir. Türkiye pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir.

**Şekil 63: Avustralya'nın 2015 Yılı Katı Ambalaj Makineleri (GTIP: 842240) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

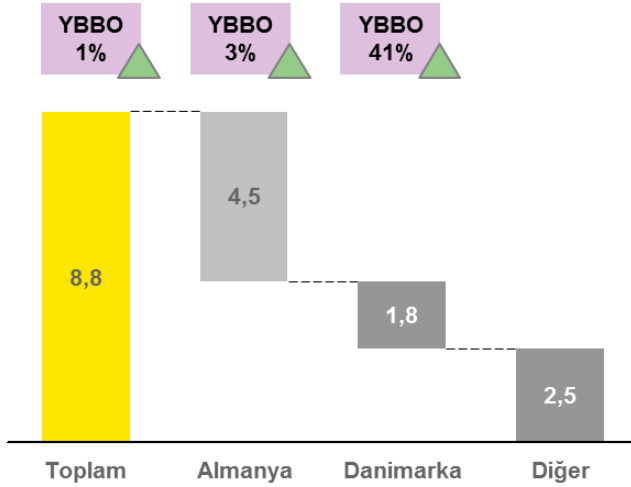
Küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %6 azalan ve küçülen Avustralya pazarında, öne çıkan tüm ülkelerden yapılan ithalat da azalmıştır. Avustralya'daki talebin geçmiş döneme göre düşmesi ve ülkedeki üreticilerin pazarda daha etkin olması, bu durumun başlıca sebebidir.<sup>51</sup> Pazarda en yüksek oranlı düşüşler İtalya ve Fransa'da görülmektedir. Almanya ve Hollanda'dan yapılan ithalat değerleri de azalmasına rağmen, ülkelerin pazardaki paylarında düşük bir oranda artış olmuştur. Bu ülkelerin kendi ürün segmentlerinde fiyatta daha rekabetçi olmaları, pazar paylarındaki artışın önemli sebeplerindedir. Pazarda etkinliği düşük olan Türkiye'nin ise, gerçekleştirdiği ihracat artma eğilimindedir.

<sup>51</sup> The U.S. Commercial Service, Australia: Packing Equipment

### **Değirmen Makineleri:**

Avustralya, 2015 yılında 8,8 Milyon \$ değerinde değirmen makineleri ithal etmiştir. Pazarda Almanya, 4,5 Milyon \$'lık ithalatıyla lider konumdadır. Almanya pazardaki ithalatın yarısından fazlasını karşılamaktadır. Bir diğer Avrupa ülkesi olan Danimarka da, 1,8 Milyon \$'lık ihracatıyla pazarda dikkat çekmektedir. Almanya diğer ürünlerin aksine değirmen makinelerinde, Avustralya pazarında düşük fiyatlı ürün segmentinde konumlanmıştır. Danimarka ise, pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Türkiye'nin Avustralya'ya değirmen makinesi ihracatı ise bulunmamaktadır.

**Şekil 64: Avustralya'nın 2015 Yılı Değirmen Makineleri (GTIP: 843780) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



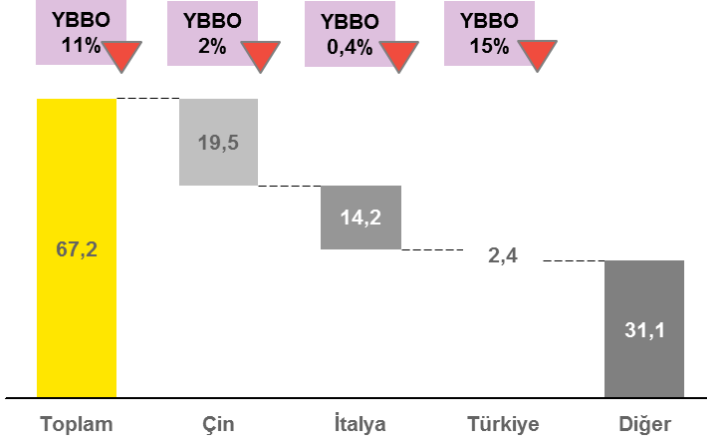
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında Avustralya değirmen makineleri ithalatı yılda ortalama %1 büyümüştür. Pazarda etkin olan ülkelerden Almanya, Avustralya'ya ihracatını aynı dönemde yılda ortalama %3 artırmıştır. Bu artış, Almanya'nın pazardaki payında %3'lük bir yükselmeye sebep olmuştur. Danimarka'nın ise pazara gerçekleştirdiği ihracat yılda ortalama %41 artmıştır. Bu durum, Danimarka'nın pazar payını yüksek oranda artırdığını göstermektedir. Pazara benzer segmentte ürün ihraç eden İsveç'in pazardan çıkması, Danimarka'nın Avustralya'da büyümesindeki başlıca etkindir.

### **Metal İşleme Tezgahları:**

Avustralya'nın metal işleme tezgahları ithalatında en fazla öne çıkan ülkeler Çin ve İtalya'dır. 2015 yılında ülkenin 67,2 Milyon \$'lık ithalatının yarısından fazlasını karşılayan Çin ve İtalya'nın dışında pazara ihracat gerçekleştirilen ülkelerin pazar payları birbirlerine yakındır ve rekabet seviyesi yüksektir. Bu ülkelerden biri olan Türkiye, metal işleme tezgahlarında Avustralya'ya 2,4 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştirmiştir. Türkiye, pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, pazarda lider olan Çin, Avustralya'nın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Pazarda en fazla ithalat gerçekleştirilen ikinci ülke olan İtalya ise, Avustralya'ya yüksek fiyatlı ürün tedarik etmektedir.

**Şekil 65: Avustralya'nın 2015 Yılı Metal İşleme Tezgahları (GTIP: 8462) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

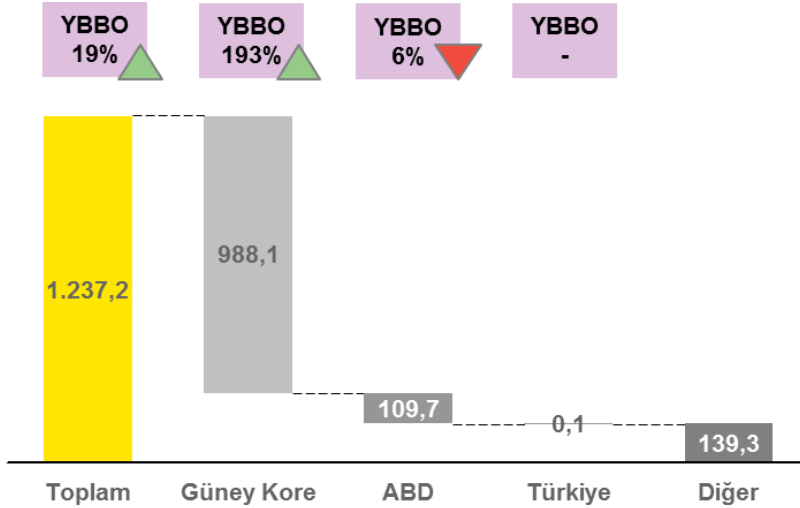
Metal işleme tezgahları ürünündeki küresel ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %11 düşüren Avustralya, analiz edilen tüm ülkelerden gerçekleştirdiği ithalatı azaltmıştır. Aynı dönemde, ülkenin demir ve çelik sektörünün yılda ortalama %8,4 daralması, metal işleme tezgahları ithalatının düşmesindeki başlıca sebeplerdendir.<sup>52</sup> Avustralya'nın, Çin ve İtalya'dan yapılan ithalat azalmasına rağmen, ülkelerin pazardaki payları yükselmiştir. Ülkelerden yapılan ithalatın azalma oranının pazarın küçülme oranından daha düşük olması, bu durumun nedenidir. Türkiye'den yapılan ithalat küresel ithalata kıyasla daha yüksek oranda azaldığı için, Türkiye pazardaki payını koruyamamıştır. Daralan pazarda orta fiyat segmentindeki ürünlere olan talebin yüksek oranda azalması, bu durumun en önemli nedenidir.

<sup>52</sup> IBISWorld, 2016

### **Sondaj Makineleri:**

Avustralya, 2015 yılında 1,2 Milyar \$'ın üzerinde sondaj makineleri ithalatı gerçekleştirmiştir. Makine imalat sektöründe analiz edilen ürünler içerisinde, Avustralya'nın en fazla ithal ettiği ürün de sondaj makineleridir. Güney Kore'nin baskın yapıda olduğu pazarda, ABD de etkindir. Ancak ABD'nin etkinliği Avrupa ülkelerinde olduğu gibi, Güney Kore'nin pazara girmesinin ardından azalmıştır. 2012 yılında pazara giren Güney Kore, fiyatta rekabetçi olması ve rakiplerine kıyasla lojistik avantajının bulunması sebebiyle öne çıkmaktadır. Pazara yeni giren Türkiye ise, Avustralya'ya 100 Bin \$ değerinde sondaj makinesi ihraç etmiştir.

**Şekil 66: Avustralya'nın 2015 Yılı Sondaj Makineleri (GTIP: 8430) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



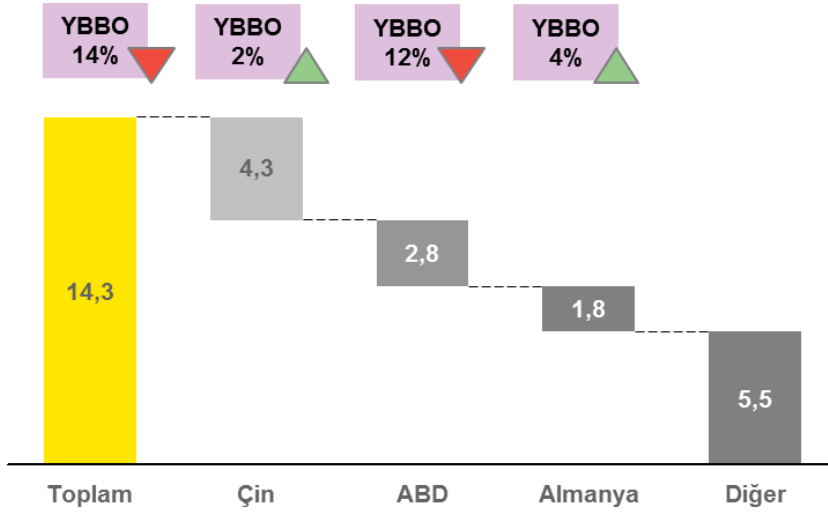
Kaynak: Trademap

2011-2015 arasında yılda ortalama %19 büyüyen pazarda, Güney Kore'nin ihracatındaki büyüme yılda ortalama %193'tür. Pazarın %80'ine hakim olan Güney Kore yüksek hızda büyümüştür ve Avustralya'ya düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Pazardaki payı yüksek oranda düşen ABD ise, pazarın orta ve yüksek fiyat segmentinde ürün talebini karşılamaktadır. Yapılan ithalat büyüme analizleri sonucunda, Avustralya'daki talebin ağırlıklı olarak düşük fiyatlı ürünlere kaydığı tespit edilmiştir.

### **Rektifiye Tezgahları:**

Rektifiye tezgahları ürününde 2015 yılında 14,3 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştiren Avustralya, en fazla Çin, ABD ve Almanya'dan rektifiye tezgahı ithal etmiştir. Bu ülkelerden Çin 4,3 Milyon \$ ile pazarda liderdir ve düşük fiyatlı ürünlerde konumlanmıştır. ABD ve Almanya, Avustralya'ya orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Türkiye ise bu üründe pazarda yer almamaktadır.

**Şekil 67: Avustralya'nın 2015 Yılı Rektifiye Tezgahları (GTIP: 8460) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



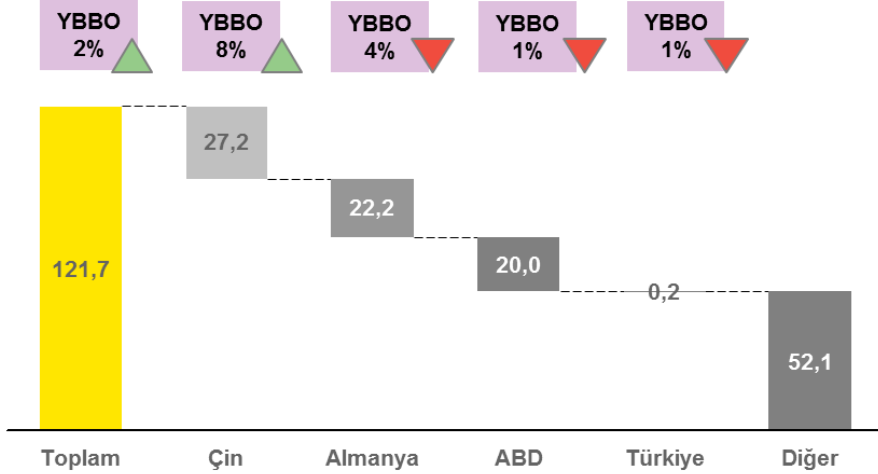
Kaynak: Trademap

Avustralya, rektifiye tezgahlarındaki ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %14 azaltmıştır. Küçülen pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Çin ise, pazarda büyümüş ve pazar payını yükseltmiştir. Almanya'dan yapılan ithalat da büyümüş olup, ülkenin pazardaki payı artmıştır. Diğer yandan, pazarla yaklaşık aynı seviyelerde daralan ABD, pazardaki payını korumuştur. Yapılan analizler, Avustralya'daki rektifiye tezgahları talebinin düşük ve yüksek fiyat segmentinde yoğunlaştığını göstermektedir.

## Fanlar:

Avustralya, fanlar ürününde 2015 yılında 120 Milyon \$'ın üzerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Pazarda Çin, Almanya ve ABD en etkin ülkelerdir. Bu ülkeler Avustralya'nın bu ürün grubundaki ithalatının yaklaşık %60'ını karşılamaktadır. Ülkelerin ihracat değerlerinin birbirine yakın olması, rekabetin üst düzeyde olduğunu göstermektedir. Türkiye ise, pazara 200 Bin \$ seviyelerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat 2011-2015 yılları arasında azalma eğilimindedir. Çin pazara düşük katma değerli ürün ihraç etmekte ve düşük fiyattan satış yapmaktadır. Almanya pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, ABD, Avustralya'nın yüksek katma değerli ve yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 68: Avustralya'nın 2015 Yılı Fanlar (GTIP: 841459) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



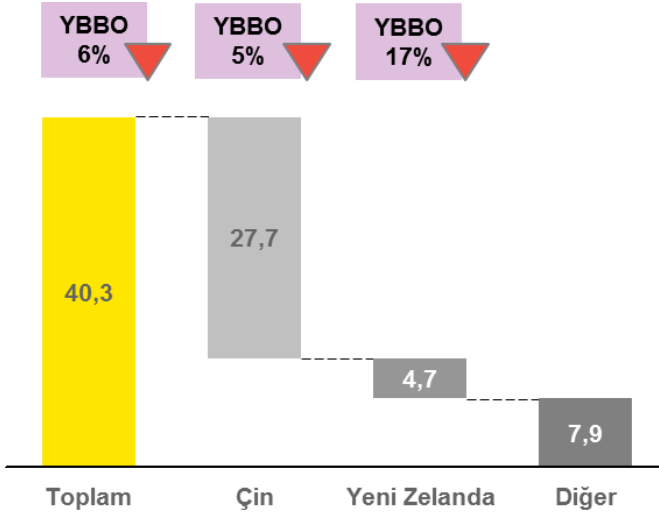
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2 artan Avustralya fanlar ithalatı, pazarın bir miktar büyüdüğünü göstermektedir. Pazarda Çin'den yapılan ithalat aynı dönemde yılda ortalama %8 artmıştır. Bu durum, Çin'in pazarda büyüdüğünü ve pazar payını artırdığını göstermektedir. Almanya ve ABD'den gerçekleştirilen ithalat ise, azalma eğilimindedir. Yapılan analizler sonucunda, Avustralya'nın talebini düşük fiyatlı ürünlere kaydıracağı tespit edilmiştir.

### **Dökme Eşya:**

Avustralya dökme eşya pazarında, 2015 yılında 40 Milyon \$'ın üzerinde ithalat gerçekleştirilmiştir. Pazardaki talebin üçte ikisinden fazlasını karşılayan Çin, pazarda lider konumdadır. Avustralya'nın dökme eşya ithalatında öne çıkan bir diğer ülke ise, Yeni Zelanda'dır. Pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Çin'in aksine Yeni Zelanda, pazardaki yüksek katma değerli ürün talebini karşılamaktadır. Yeni Zelanda'nın pazara yakınlığıyla elde ettiği lojistik avantaj ve gümrük vergisi muafiyeti, Avustralya pazarında öne çıkmasının başlıca nedenlerindedir. Türkiye'nin ise, dökme eşya ürününde Avustralya'ya ihracatı bulunmamaktadır.

**Şekil 69: Avustralya'nın 2015 Yılı Dökme Eşya (GTIP: 732599) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



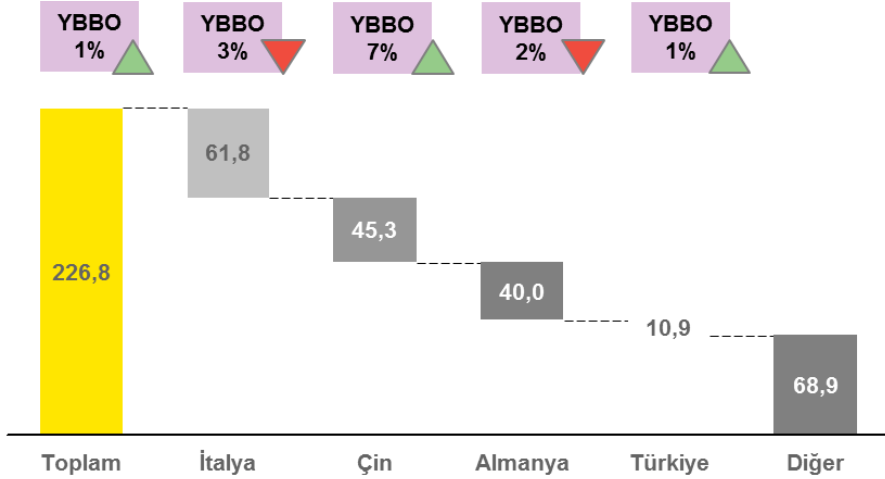
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında daralan Avustralya dökme eşya pazarında, ithalat yılda ortalama %6 azalmıştır. Pazardaki en etkin ülke olan Çin'den gerçekleştirilen ithalat da aynı dönemde benzer seviyelerde azalmıştır (%5 YBBO). Bu değerler, Çin'in pazar payını koruduğunu göstermektedir. Yeni Zelanda'dan gerçekleştirilen ithalat ise, 2011-2015 yılları arasında yüksek oranda düşmüş ve ülkenin Avustralya pazarındaki payı azalmıştır. Pazardaki büyüme değerlerinin analizi sonucunda, Avustralya'nın yüksek fiyatlı ürün talebinin azaldığı gözlenmiştir.

### **Isıtıcılar ve Fırınlar:**

2015 yılında ısıtıcılar ve fırınlar ürünündeki küresel ithalatı 226,8 Milyon \$ olan Avustralya, bu ürünündeki en fazla ithalatı İtalya, Çin ve Almanya'dan gerçekleştirmiştir. Bu ülkeler, Avustralya'nın ısıtıcılar ve fırınlar ithalatının yaklaşık üçte ikisini karşılamaktadır. Üç ülke de pazarın farklı segmentteki ürün ihtiyacını tedarik etmektedir. Almanya pazara yüksek fiyatlı ürün ihracatı gerçekleştirirken, İtalya orta, Çin düşük fiyat segmentindeki ürünlerde konumlanmıştır. Pazarda Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat yaklaşık 11 Milyon \$'dır. Türkiye, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir.

**Şekil 70: Avustralya'nın 2015 Yılı Isıtıcılar ve Fırınlar (GTIP: 851660) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

Avustralya ısıtıcılar ve fırınlar ithalat pazarı, 2011-2015 arasında yılda ortalama %1 büyümüştür. Pazarın hacminde önemli bir değişiklik görülmezken, pazarda etkin olan İtalya ve Almanya'dan yapılan ithalatın azalması dikkat çekmektedir. Diğer yandan, pazara düşük fiyat segmentinde ürün tedarik eden Çin ve Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat aynı dönemde artmıştır. Bu analiz, pazarda düşük fiyatlı ürün talebinin arttığını göstermektedir.

## Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Nüfusunun 2020 yılına kadar toplamda 2,5 Milyon artacağı öngörüsü ile tüketim ve inşaatta artışların yaşanacak olması</li><li>▶ Yeraltı kaynakları zenginliği, sanayi ve tarım yönünden gelişmişliği sayesinde ülkenin, ilgili dokuz makine imalat sanayi ürünü için büyük potansiyele sahip olması</li><li>▶ Ülkenin ekonomik yönden istikrarlı olması ve iş adamları için risk değerlerinin oldukça düşük olması gibi sebepler nedeniyle çokça yatırım çekmesi</li><li>▶ Ekonomik büyümenin 2020 yılına kadarki dönem için artış göstereceği beklentisi</li><li>▶ Sondaj makinelerinin ülkenin hem en çok ithalat hacmine (1,2 Milyar \$) hem de en fazla ithalat büyümesine (son dört yılda toplam %99) sahip ürünü olması</li><li>▶ Sıvı ve katı ambalaj makineleri ithalatında ülkenin Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı arttırması</li><li>▶ Analiz edilen ürünlerin genelinde yüksek fiyatlı ürün talebinin azalması ve talebin Türkiye'nin pazara ihraç ettiği orta ve düşük fiyat segmentindeki ürünlere kayması</li><li>▶ Avrupa ülkelerinin pazardaki paylarının ve etkinliklerinin azalması</li></ul>	
Tehditler	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Çin'in pazardaki etkinliğini ve payını yüksek oranda artırması</li><li>▶ Avustralya'nın dökme eşya, katı ambalaj, rektifiye ve metal işleme tezgahları ithalatının düşüş eğilimine sahip olması</li><li>▶ Katı ambalaj ürününde yerel üreticilerin daha aktif rol almaya başlamaları</li><li>▶ Türkiye'nin pazarda en etkin olduğu ürün olan ısıtıcılar ve fırınlar pazarındaki rekabet seviyesinin yüksek olması</li></ul>	

### 5.2.3. Kanada

#### Genel Ekonomik ve Sosyo-Politik Durum:

Dünyanın yüz ölçümü en büyük ülkelerinden olan Kanada'nın tek sınır komşusu ABD'dir. Bu ülke ile yakın ilişkileri olan Kanada'da, nüfus da ABD sınırına yakın bölgelerde yoğunlaşmıştır. En büyük şehirler ise Toronto, Montreal ve Vancouver'dır. 35 Milyonun üzerinde nüfusu olan ülkenin, aldığı göçlerin de etkisiyle 2020 yılında 37,5 Milyonluk nüfusa sahip olması beklenmektedir. Siyasi yapısı incelendiğinde, Avustralya'ya benzer şekilde İngiliz Kraliçesi'ne bağlılığı olan ülkenin, iki meclisli parlamenter sistemi bulunmaktadır.

Küresel açıdan en büyük dokuzuncu tüketim pazarı olan Kanada, NAFTA'nın da etkisiyle dış ticaret değerlerini yukarılara çekmektedir. Asya pazarına da yakınlığı sayesinde ticaret hacmini artırma potansiyeline sahip olan ülke, güvenli iş ve yatırım ortamıyla da ön plana çıkmaktadır. Hizmet sektörünün ekonominin %70'lik kısmını oluşturduğu Kanada'da, ağaç ve petrol sanayii de dikkat çekmektedir. İmalat sektöründe ise, otomobil endüstrisi önemli yer kaplamaktadır.<sup>53</sup>

**Tablo 5: Makroekonomik Göstergeler**

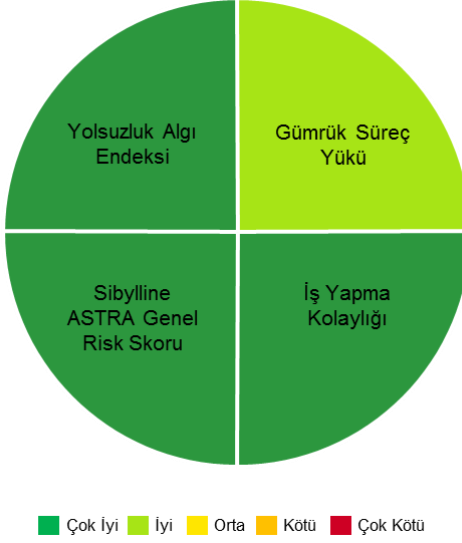
<b>GSYİH (Milyar \$) (2014)</b>	1.784	<b>GSYİH (Milyar \$) (2020)</b>	1.740
<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)</b>	50.252	<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)</b>	46.389
<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)</b>	2,5	<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)</b>	2
<b>Enflasyon (%) (2014)</b>	1,9	<b>Enflasyon (%) (2020)</b>	2
<b>Nüfus (Milyon) (2014)</b>	35,5	<b>Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)</b>	37,5

Kaynak: IMF, World Economic Outlook

GSYİH'si 1,7 Trilyon \$ olan Kanada'nın, ekonomik büyüme oranı %2-%2,5 aralığında seyretmektedir. Gelecek dönemde de bu seviyelerde ekonomik büyüme göstermesi beklenen ülkenin, kişi başına düşen gelirinde ise düşüş olacağı öngörülmektedir. Kanada Doları'nın ABD Doları karşısında değer kaybedeceğinin tahmin edilmesi, bu beklentinin başlıca nedenidir.

<sup>53</sup> TC Ekonomi Bakanlığı, Ülke Masaları, Kanada, 2016

**Şekil 71: Risk Göstergeleri**



Kaynak: EY Growing Beyond Borders

Genel risk verilerinin yatırımcı için oldukça iyi bir ortam sunduğu Kanada, iş yapabilme kolaylığı açısından 189 ülke arasında 14. Sırada yer almaktadır. Ticari hakların korunduğu ve yasal düzenlemelerin iş yapma süreçlerini kolaylaştırdığı görülmektedir. Gümrük süreç yükü bakımından ortalamanın üzerinde yer alan Kanada verimli gümrük prosedürleri süreçlerine sahiptir.

## **2011-2015 İthalat Eğilim Analizi:**

Kanada, makine sektöründe 63 Milyar \$'ın üzerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Ülkenin en önemli ticari ortağı olan ABD, makine sektöründe de pazarda baskın yapıdadır. ABD'nin Kanada pazarında lojistik avantajı bulunmaktadır. Ayrıca, NAFTA ile birlikte pazarda gümrük vergisi muafiyeti olan ABD, Kanada'nın makine sektöründeki ithalatının yarısından fazlasını karşılamaktadır.

Analiz edilen makine imalat sektörü ürünlerinde 2015 yılında yaklaşık 2,1 Milyar \$'lık ithalat gerçekleştiren Kanada, en fazla fanlar, sondaj makineleri ve ısıtıcılar ve fırınlar ürününü ithal etmiştir. Ülkede değirmen makineleri ithalat pazarı yüksek oranda büyümüştür. Kanada'nın makine imalat sektöründe analiz edilen ürünlerde toplam ithalatı, Türkiye'den ithalatı ve ithalat değerlerinin büyüme oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 6: Kanada İthalat Değerleri ve İthalat Büyümeleri**

<b>Dış Ticaret Verileri</b>	<b>İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	<b>İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	<b>Türkiye'den İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	<b>Türkiye'den İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>
<b>842230</b>	182,1	-5,3%	-	-
<b>842240</b>	162,3	7,4%	-	-
<b>843780</b>	13,9	113,8%	2,5	525%
<b>8462</b>	198,5	3,3%	9,4	2,1%
<b>8430</b>	577,1	-8,6%	1,1	450%
<b>8460</b>	67,8	-3,3%	0,3	688%
<b>841459</b>	343,6	11,7%	-	-
<b>732599</b>	62	-19,7%	-	-
<b>851660</b>	490,8	15%	1,2	300%

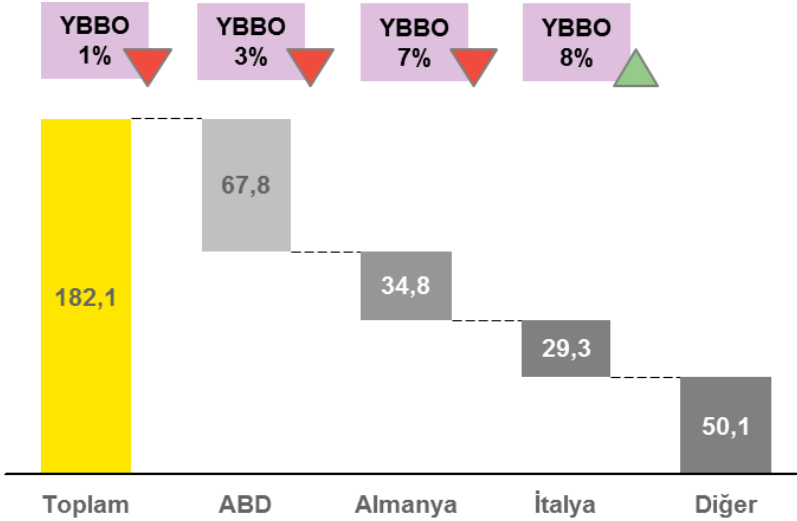
Kaynak: Trademap, 2016

Türkiye, dökme eşya, fanlar, sıvı ambalaj makineleri ve katı ambalaj makineleri ürünlerinde Avustralya pazarında yer almamaktadır. Metal işleme tezgahları Türkiye'nin en fazla ihraç ettiği üründür. Bu ürünle beraber, değirmen makineleri ve rektifiye tezgahlarında gerçekleştirilen ihracat yüksek oranda artmıştır.

### **Sıvı Ambalaj Makineleri:**

2015 yılında 182 Milyon \$'lık sıvı ambalaj makineleri ithal eden Kanada, bu ithalatını ağırlıklı olarak ABD, Almanya ve İtalya'dan karşılamaktadır. Kanada'nın sınır komşusu olan ABD pazarda lider olup, pazardaki ithalatın yaklaşık %40'ını tedarik etmektedir. Almanya ve İtalya'dan toplam sıvı ambalaj makineleri ithalatı, ABD'den yapılan ithalattan daha düşük değerdedir. ABD ve Almanya, pazara yüksek katma değerli ürün ihraç etmektedir. Ancak, ABD, sahip olduğu lojistik avantaj sebebiyle fiyatta daha rekabetçidir. İtalya ise, pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Kanada sıvı ambalaj makineleri ithalat pazarında Türkiye yer almamaktadır.

**Şekil 72: Kanada'nın 2015 Yılı Sıvı Ambalaj Makineleri (GTIP: 842230) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



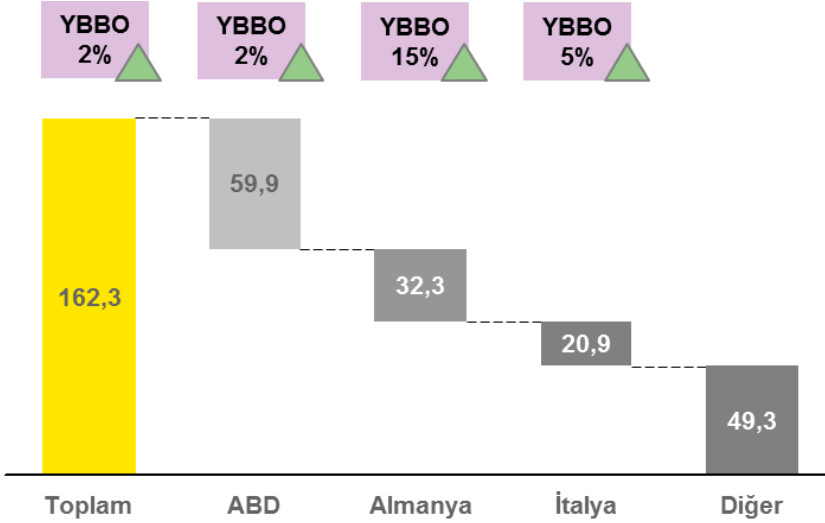
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 daralan Kanada sıvı ambalaj makineleri ithalat pazarında, ABD ve Almanya'dan gerçekleştirilen ithalat azalmıştır. Ülkenin İtalya'dan ithalatı ise, aynı dönemde yılda ortalama %8 artmıştır. Bu değerler, İtalya'nın pazarda büyüdüğünü, ABD ve Almanya'nın ise pazarda daraldığını göstermektedir. Yapılan analizler sonucunda, Kanada'da sıvı ambalaj makineleri ithalatındaki talebin orta fiyat segmentindeki ürünlere kaydığı tespit edilmiştir.

### **Katı Ambalaj Makineleri:**

Katı ambalaj makinelerinde 160 Milyon \$'ın üzerinde ithalat gerçekleştirilen Kanada pazarında, sıvı ambalaj makinelerinde olduğu gibi ABD, Almanya ve İtalya ön plana çıkmaktadır. Pazardaki talebin üçte birinden fazlasını karşılayan ABD, pazara orta ve yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Almanya'dan gerçekleştirilen katı ambalaj makineleri ithalatı 32,3 Milyon \$'dır. Almanya pazara yüksek katma değerli ve yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Pazara rakiplerine kıyasla daha düşük fiyatla ürün ihraç eden İtalya'dan yapılan ithalat ise, 20 Milyon \$'ın üzerindedir. Sıvı ambalaj makineleri pazarında olduğu gibi katı ambalaj makinelerinde de Türkiye pazarda yer almamaktadır.

**Şekil 73: Kanada'nın 2015 Yılı Katı Ambalaj Makineleri (GTIP: 842240) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



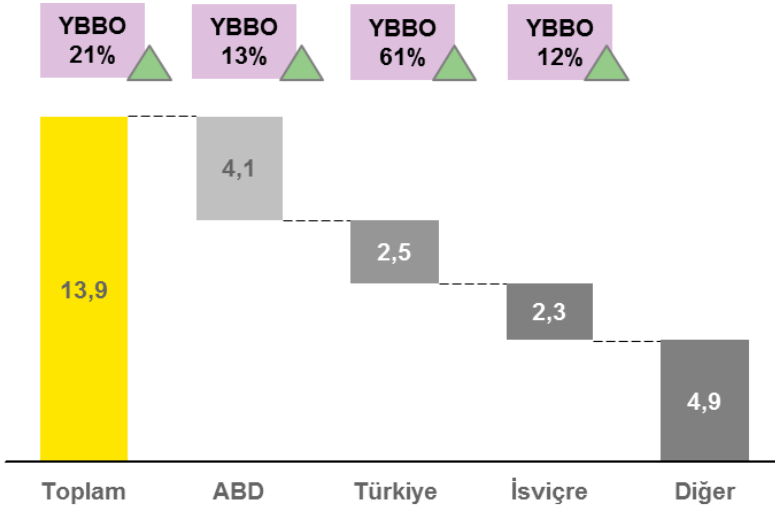
Kaynak: Trademap

Son dört yıllık dönemde büyüyen Kanada katı ambalaj makineleri pazarında, analiz edilen tüm ülkelerden yapılan ithalat artmıştır. ABD pazarın büyümesine paralel olarak Kanada'ya ihracatını artırmıştır. Pazar büyümesinin üzerinde büyüme performansı gösteren Almanya ve İtalya'nın ise, pazardaki payları artmıştır. Ülkelerin pazardaki performansları değerlendirildiğinde, Kanada'nın orta ve yüksek fiyat segmentindeki ürün talebinin arttığı gözlenmiştir.

### Değirmen Makineleri:

Kanada, 2015 yılında 13,9 Milyon \$ değerinde değirmen makineleri ithalatı gerçekleştirmiştir. Kanada'nın bu ürünlerdeki ithalatında en etkin ülkeler, ABD, Türkiye ve İsviçre'dir. Pazara 4,1 Milyon \$ değerinde ihracat gerçekleştiren ABD, %29'luk payla pazarda lider konumdadır. Türkiye ve İsviçre'nin ise pazardaki payları sırasıyla %18 ve %17'dir. ABD pazarın orta fiyat segmentindeki ürün talebini karşılarken, Türkiye, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. İsviçre ise, Kanada'ya yüksek fiyatlı ürünleri ihraç etmektedir.

**Şekil 74: Kanada'nın 2015 Yılı Değirmen Makineleri (GTIP: 843780) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



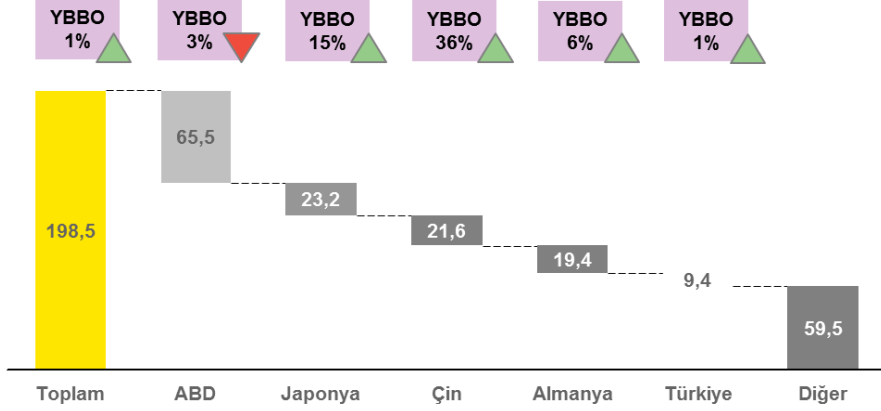
Kaynak: Trademap

Kanada'nın değirmen makineleri ithalatı, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %21 artmıştır. Büyüyen pazarda, incelenen tüm ülkelerden değirmen makineleri ithalatı artmıştır. ABD'nin ve İsviçre'nin aynı dönemde Kanada'ya ihracatının sırasıyla yılda ortalama %13 ve %12 büyüdüğü görülmektedir. Ancak, bu ülkelerin büyüme performansı, pazar büyümesinin altında kalmıştır. Bu sebeple, iki ülkenin de pazardaki payı azalmıştır. Diğer yandan, pazara ihracatını yılda ortalama %61 artıran Türkiye, Kanada değirmen makineleri pazarında hızlı büyümüş ve payını yükseltmiştir.

### **Metal İşleme Tezgahları:**

2015 yılında Kanada, metal işleme tezgahları ürününde yaklaşık 200 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Kanada, en fazla metal işleme tezgahları ithalatını ABD, Japonya, Çin ve Almanya'dan gerçekleştirmiştir. Bu ülkeler, pazardaki talebin üçte ikisinden fazlasını karşılamaktadır. Kanada'nın sınır komşusu olan ve yakın ekonomik ilişkilerinin bulunduğu ABD, pazarda lider konumdadır. Diğer üç ülkenin ise, pazar payları birbirine yakındır. ABD, Kanada'ya orta fiyat segmentinde ihracat gerçekleştirirken, Çin, pazarın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Diğer yandan, Almanya ve Japonya, aynı segmentteki ürünlerde rekabet etmektedir. İki ülke de pazara orta ve yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir.

**Şekil 75: Kanada'nın 2015 Yılı Metal İşleme Tezgahları (GTIP: 8462) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

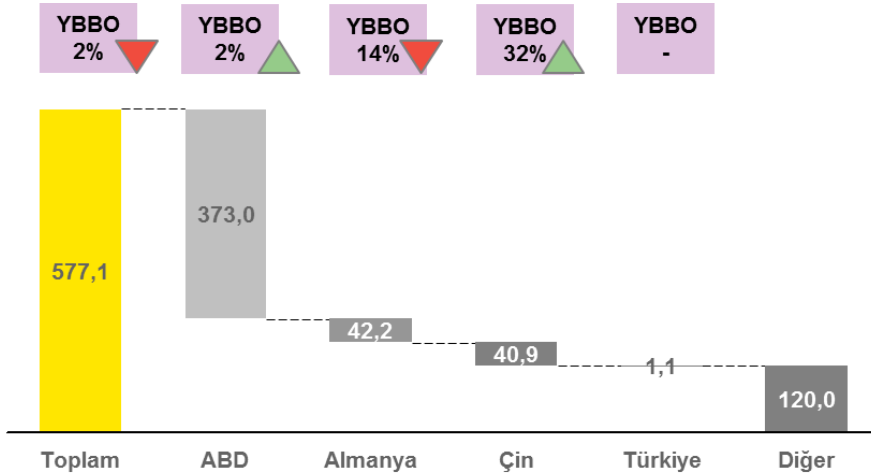
Kanada, 2011-2015 yılları arasındaki metal işleme tezgahları ithalatını yılda ortalama %1 artırmıştır. Küresel ithalat hacminde önemli bir değişiklik olmayan pazarda, Çin'den yapılan ithalatın yüksek oranda büyümesi, Çin'in pazar payını önemli oranda artırmıştır. İtalya'nın pazar payını kaybetmesi, Çin'in pazardaki büyümesinin en önemli nedenlerindedir. Benzer şekilde pazara ihracatı büyüyen Japonya ve Almanya da, pazardaki etkinliklerini artırmıştır. Diğer yandan, ABD'den yapılan ithalat azalmıştır. Pazara birçok ülkenin girmesiyle artan rekabet, ABD'nin pazarda daralmasındaki başlıca etkenlerdendir.

Pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden Türkiye ise, Kanada'ya 9,4 Milyon \$'lık metal işleme tezgahları ihracatı gerçekleştirmiştir. Kanada'ya ihracatı pazara paralel bir şekilde büyüyen Türkiye, pazardaki payını korumuştur.

### **Sondaj Makineleri:**

2015 yılında 577 Milyon \$'lık sondaj makinesi ithal eden Kanada, küresel ithalatını son dört yıllık dönemde yılda ortalama %2 azaltmıştır. Küçülen pazarda, talebin yaklaşık üçte ikisini karşılayan ABD baskın yapıdadır. Pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden ABD, lojistik maliyetlerin düşük olması sebebiyle fiyatta rekabetçi olabilmektedir. ABD'nin ayrıca daralan pazardaki ihracatını artırması, pazar payını artırmasına ve iyi bir büyüme performansı göstermesine neden olmuştur. Düşük fiyatlı ürün segmentinde ABD'nin rakibi olan Çin ise, 40,9 Milyon \$'luk ihracatıyla pazarda %7'lik paya sahiptir. Çin pazara ihracatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %32 artırmıştır. Bu sebeple, pazardaki payı yüksek oranda büyüyen ülkenin, gelecek dönemde Kanada'daki etkinliğinin artması beklenmektedir.

**Şekil 76: Kanada'nın 2015 Yılı Sondaj Makineleri (GTIP: 8430) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



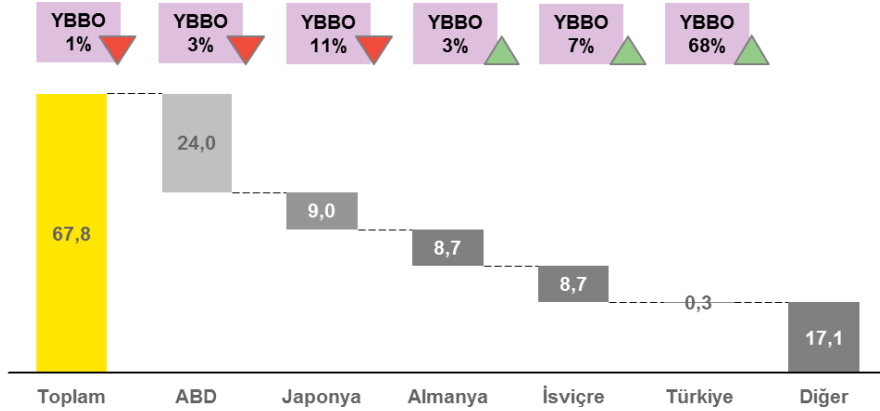
Kaynak: Trademap

Pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç eden Almanya'nın, Kanada'ya ihracatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %32 azalmıştır. Bu değerler, Almanya'nın pazardaki payını koruyamadığını göstermektedir. Kanada'daki talebin düşük fiyatlı ürünlere kayması, bu durumun başlıca sebebidir. Türkiye ise, pazara yeni girmiş olup, 2015 yılında 1,1 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştirmiştir.

## Rektifiye Tezgaahları:

Kanada'nın rektifiye tezgaahlarındaki küresel ithalatı 2015 yılında 67,8 Milyon \$'dır. ABD, Japonya, Almanya ve İsviçre, pazardaki en etkin ülkeler olup, toplam ithalatın dörtte üçünü karşılamaktadır. Pazarda lider olan ABD'nin yanı sıra Japonya, Almanya ve İsviçre de, pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Bu ülkelerden Kanada'nın en önemli ticari ortağı olan ABD, lojistik avantajı ve Kanada ile iş birliği anlaşmaları sayesinde öne çıkmaktadır. Diğer ülkeler arasında ise, rekabet düzeyi yüksektir. Diğer yandan, pazara ihracatı 300 Bin \$ seviyesinde olan Türkiye, pazara yeni girmiştir. Bu sebeple, Türkiye'nin pazarda mevcutta etkin olmadığı ancak, ihracat değerinin artma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir.

**Şekil 77: Kanada'nın 2015 Yılı Rektifiye Tezgaahları (GTIP: 8460) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



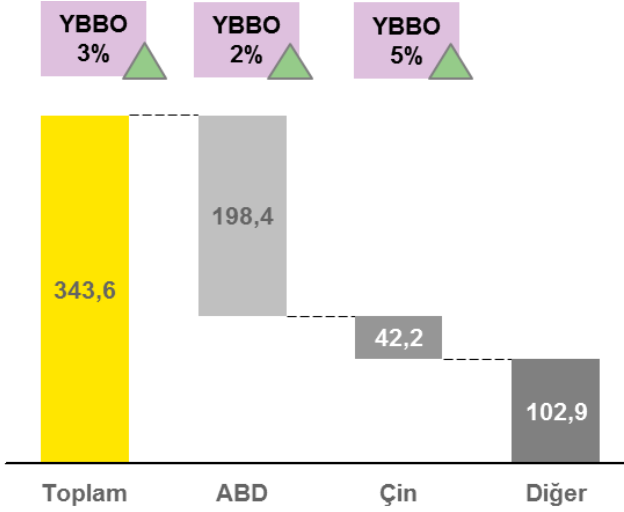
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 düşen rektifiye tezgaahları ithalatı, Kanada pazarındaki hacimde önemli bir değişiklik meydana getirmemiştir. Kanada'nın bu üründe ithalat gerçekleştirdiği ülkelerden olan ABD ve Japonya'nın, pazar payları bir miktar düşmüştür. Almanya ve İsviçre'den gerçekleştirilen ithalat ise, artma eğilimindedir. Pazarda büyüyen ülkelerin, payları da yükselmiştir.

## Fanlar:

Kanada, fanlar ürününde 2015 yılında 343 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştirmiştir. Bu ithalatın yarısından fazlasını ABD karşılamaktadır. Pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden ABD'nin yanı sıra Çin de, Kanada fanlar ithalatında etkin ülkelerdendir. Çin, pazarın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Türkiye ise, bu üründe pazarda yer almamaktadır.

**Şekil 78: Kanada'nın 2015 Yılı Fanlar (GTIP: 841459) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



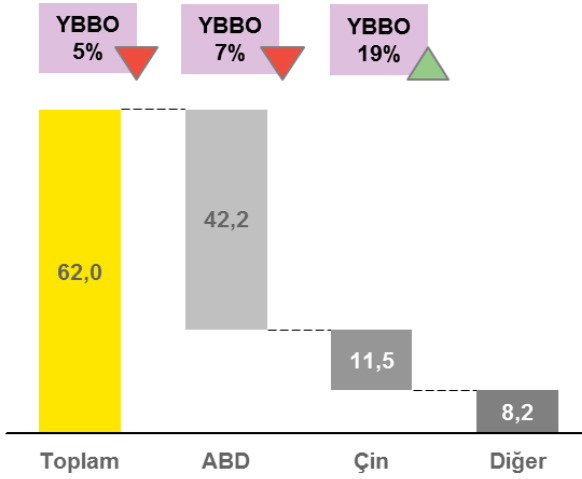
Kaynak: Trademap

Kanada, fanlar ürününde küresel ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3 artırmıştır. Büyüyen pazarda, ABD'den gerçekleştirilen ithalat ise aynı dönemde yılda ortalama %2 artmıştır. Bu değer, ABD'nin pazardaki payının az da olsa düştüğünü göstermektedir. Diğer yandan, Çin'den yapılan fan ithalatının yılda ortalama %5 artması, Çin'in pazar payının bir miktar yükseldiğini göstermektedir. Sonuç olarak, Kanada fanlar pazarında ülkelerin etkinliklerinde 2011 yılına kıyasla kayda değer bir değişiklik olmadığı tespit edilmiştir.

## Dökme Eşya:

Kanada dökme eşya pazarında, 2015 yılında 62 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştirilmiştir. Fanlar ürününe benzer şekilde dökme eşya pazarında da ABD baskın yapıda olup, Çin pazardaki en etkin ikinci ülke konumundadır. İki ülke, Kanada'nın küresel ithalatının yaklaşık %87'lik kısmını karşılamaktadır. Pazarda ABD, orta fiyat segmentindeki ürün talebini karşılarken, Çin düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Türkiye ise, Kanada dökme eşya pazarında yer almamaktadır.

**Şekil 79: Kanada'nın 2015 Yılı Dökme Eşya (GTIP: 732599) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



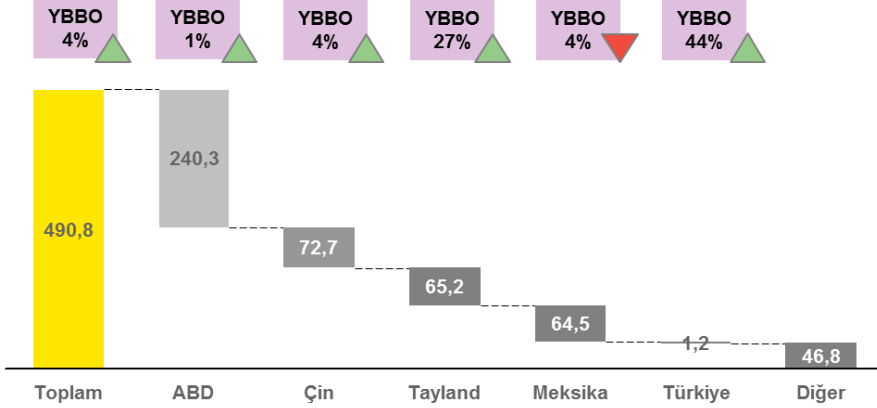
Kaynak: Trademap

Son dört yıllık dönemde yılda ortalama %5 seviyelerinde küçülen Kanada dökme eşya ithalat pazarında, Çin'in pazardaki büyümesi dikkat çekmektedir. Aynı dönemde Kanada'ya dökme eşya ihracatını yılda ortalama %19 artıran Çin'in, pazardaki payı 2011 yılına kıyasla %10'un üzerinde artmıştır. Diğer yandan, pazarda lider olan ABD'den yapılan dökme eşya ithalatı düşmüştür. Pazara ihracatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %7 daralan ABD, pazardaki payını koruyamamıştır. Bu analizler, Kanada dökme eşya ithalat pazarında talebin düşük fiyatlı ürünlere kaydığını göstermektedir.

### **Isıtıcılar ve Fırınlr:**

2015 yılında ısıtıcılar ve fırınlar ürünündeki küresel ithalatı 490 Milyon \$'ın üzerinde olan Kanada, bu üründe en fazla ithalatı ABD, Çin, Tayland ve Meksika'dan gerçekleştirmektedir. ABD, Kanada'daki talebin yaklaşık yarısını karşılamakta ve pazarda lider konumda bulunmaktadır. Çin, Tayland ve Meksika'nın ise, ihracat değerleri birbirine yakındır. Bu durum, ülkeler arasındaki rekabetin üst seviyede olduğunu göstermektedir. Pazarda ABD ve Meksika, orta fiyat segmentindeki ürün talebini karşılamaktadır. Diğer yandan, Çin ve Tayland, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Pazara yeni giren ve ihracatı 2015 yılında 1,2 Milyon \$ olan Türkiye ise, pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Ayrıca, Türkiye'nin pazara gerçekleştirdiği ihracat artma eğilimindedir.



**Şekil 80: Kanada'nın 2015 Yılı Isıtıcılar ve Fırınlr (GTIP: 851660) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

Kanada, 2011-2015 yılları arasında ısıtıcılar ve fırınlar ihracatını yılda ortalama %4 artırmıştır. Büyüyen pazarda, ABD'den yapılan ithalat değeri de yükselmiştir. Ancak, ABD'nin büyüme performansının pazar büyümesinin altında kalması, ülkenin pazardaki payında %5'lik bir gerilemeye neden olmuştur. Pazara ihracatı artan ve pazarda büyüyen Tayland'ın aksine, Meksika'nın Kanada'ya ihracatı azalmış ve pazar payı düşmüştür. Çin ise, pazara paralel büyümüş ve pazardaki payını korumuştur. Pazarda etkin olan ülkelerin büyüme performansları analiz edildiğinde, Kanada'nın ısıtıcılar ve fırınlar ürününde düşük fiyat segmentine olan talebinin arttığı gözlenmiştir.

## Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 2020 yılı itibariyle göç alımındaki artışların nüfusu 2,5 Milyon oranında arttıracak olması</li><li>▶ Siyasi ve ekonomik yapısının istikrarlı olması sebebiyle ülkenin yatırımcı ve ihracatçılar için büyük potansiyel teşkil etmesi</li><li>▶ Ülkenin ilgili makine alt sektörlerinin tümünde ithalatçı olması ve bu durumun dış ticaret hacmini pozitif yönlü etkilemesi</li><li>▶ Ağaç, petrol, sanayi ve otomobil endüstrisinin aktif bir yapıda seyretmesi sebebiyle ülkenin ilgili makine imalat sanayi ürünleri için potansiyel oluşturması</li><li>▶ Ekonomik büyümenin 2020 yılı tahminleri doğrultusunda büyüme eğilimi gösterecek olması</li><li>▶ Kanada'nın Türkiye'den gerçekleştirdiği sondaj makineleri, değirmen makineleri, rektifiye tezgahları, metal işleme tezgahları ve ısıtıcılar &amp; fanlar ithalatını arttırması</li><li>▶ Kanada'nın fanlar, katı ambalaj, değirmen makineleri, metal işleme tezgahları ile ısıtıcılar ve fanlar ürünlerinde küresel ithalatının artış eğilimine sahip olması</li><li>▶ Ülkenin değirmen makineleri pazarında ABD'den sonra ikinci sırada Türkiye'yi tercih etmesi ve belirli seviyede Türk markası bilinirliğinin oluşması</li></ul>	
Tehditler	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Ülkenin hizmet sektörüne bağlı bir yapıya sahip olması</li><li>▶ Ülkenin makine sektörüne yönelik ihtiyacını ağırlıklı olarak lojistik ve vergi avantajına sahip olan ABD'den karşılaması</li><li>▶ Katı ve sıvı ambalaj makineleri pazarına ABD, Almanya ve İtalya'nın hakim olması</li></ul>	

## 5.2.4. ABD

### Genel Ekonomik ve Sosyo-Politik Durum:

Dünyadaki en büyük ekonomiye sahip olan ABD, 50 eyalet ve bir federal bölgeden oluşmaktadır. Kuzeyinde Kanada, güneyinde Meksika ile sınır komşusu olan ülke, yoğun göç almakta ve ülke nüfusu hızla artmaktadır. ABD nüfusu 2014 yılında yaklaşık 320 Milyondur. Nüfusun 2020 yılında ise 335 Milyonu geçmesi beklenmektedir. Kaliforniya, Teksas, Florida ve New York ülkedeki en kalabalık eyaletlerdir.

Sınır komşuları olan Kanada ve Meksika ile yüksek hacimli ticari ilişkileri olan ABD, NAFTA sayesinde bu ülkelerle gümrük vergilerini sıfırlamıştır. AB üyesi ülkeler ve Japonya ile de ticari açıdan iyi ilişkilere sahip olan ülkenin, dış ticaret hacmi 4 Trilyon \$ seviyelerindedir. Bu değer 2,5 Trilyon \$'lık kısmını ABD'nin ithalatı oluşturmaktadır. Özel sektörün bel kemiğini oluşturduğu ABD ekonomisinde, ana unsurlar zengin doğal kaynaklar ve nitelikli iş gücüdür. İş gücü eğitimine verilen önemin yanı sıra, ülkeye yaşanan beyin göçü, özellikle bilgi teknolojileri alanında ABD'nin öne çıkmasını sağlamıştır. İmalat sektöründe ise, yükselen maliyetler nedeniyle firmaların zorlandığı görülmektedir. Özellikle ithal girdilerin kullanıldığı alanlarda, üretim maliyetlerinin düşürülmesi adına Meksika gibi iş gücünün daha ucuz olduğu bölgelere kaydırıldığı görülmektedir.<sup>54</sup>

**Tablo 7: Makroekonomik Göstergeler**

<b>GSYİH (Milyar \$) (2014)</b>	17.348	<b>GSYİH (Milyar \$) (2020)</b>	21.874
<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)</b>	54.360	<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)</b>	65.161
<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)</b>	2,4	<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)</b>	2
<b>Enflasyon (%) (2014)</b>	1,6	<b>Enflasyon (%) (2020)</b>	2,3
<b>Nüfus (Milyon) (2014)</b>	319,1	<b>Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)</b>	335,7

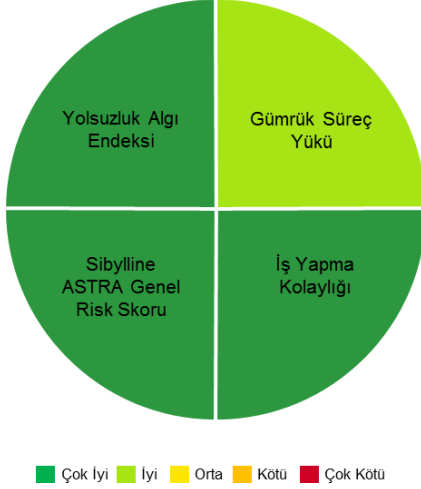
Kaynak: IMF, World Economic Outlook

Ekonomik krizin ardından özellikle bilgi teknolojileri ve perakende sektörlerinin etkisiyle büyüyen ABD ekonomisi, %2-%2,5 aralığında büyümektedir. ABD Doları'nın kazandığı değer etkisiyle, ekonomik büyümenin etkisi GSYİH'de ve kişi başına düşen gelirden olumlu anlamda görülmektedir. 2014-2020 yılları

<sup>54</sup> TC Ekonomi Bakanlığı, Ülke Masaları, ABD, 2016

arasında GSYİH'nin 4,5 Trilyon \$, kişi başına düşen gelirin ise yaklaşık 11 Bin \$ artacağı öngörülmektedir.

**Şekil 81: Risk Göstergeleri**



Kaynak: EY Growing Beyond Borders

ABD'nin risk göstergeleri analiz edildiğinde gümrük süreç yükü haricinde, yatırımcı için oldukça pozitif bir ortam bulunduğu görülmüştür. Ülke iş yapma kolaylığı açısından 189 ülke arasında 7. sırada yer almaktadır. Yasal düzenlemelerin iş süreçlerini kolaylaştırdığı ülkede gümrük işlemleri süreç yükü ise ortalamanın üzerinde verimliliğe sahiptir.

## **2011-2015 İthalat Eğilim Analizi:**

ABD, analiz edilen ürün gruplarında yaklaşık 7,3 Milyar \$'lık ithalat gerçekleştirmiştir. Fanlar ve ısıtıcılar ve fırınlar ürünlerinde 1 Milyar \$'ın üzerinde ithalat gerçekleştiren ülkenin, fanlar, değirmen makineleri ve metal işleme tezgahlarındaki ithalatı yüksek oranda büyümüştür. ABD'nin makine imalat sektöründe analiz edilen ürünlerde toplam ithalatı, Türkiye'den ithalatı ve ithalat değerlerinin büyüme oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 8: ABD İthalat Değerleri ve İthalat Büyümeleri**

<b>Dış Ticaret Verileri</b>	<b>İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	<b>İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	<b>Türkiye'den İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	<b>Türkiye'den İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>
<b>842230</b>	959,1	-4%	0,3	300%
<b>842240</b>	861,9	11,3%	1,7	240%
<b>843780</b>	26,1	64,2%	0,1	-10,2%
<b>8462</b>	953,1	30,5%	15,9	-26%
<b>8430</b>	856,2	-19,5%	0,2	-71,4%
<b>8460</b>	425	8,7%	0,7	250%
<b>841459</b>	1739	32,1%	2,1	16,7%
<b>732599</b>	320,6	6,9%	1,3	-40,9%
<b>851660</b>	1.137	18,3%	2,1	320%

Kaynak: Trademap, 2016

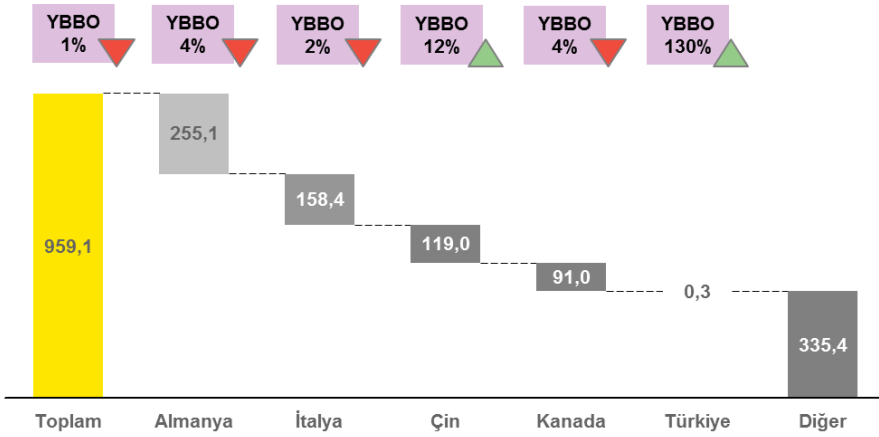
İncelenen ürünlerde ABD pazarındaki ihracatı ve pazar payı düşük olan Türkiye'nin, ABD'ye en fazla ihraç ettiği ürün 15,9 Milyon \$ ile metal işleme tezgahlarıdır. Ancak bu üründe Türkiye'nin pazardaki etkinliği azalmaktadır. Sıvı ambalaj makineleri, katı ambalaj makineleri, rektifiye tezgahları ve ısıtıcılar ve fırınlar ürününde Türkiye'nin pazara gerçekleştirdiği ithalat yüksek oranda artmıştır. Öte yandan pazar payında kayda değer bir değişiklikler meydana gelmemiştir.

Makine sektöründe küresel çapta katma değerli ve yüksek fiyatlı ürünleri ihraç eden ABD, aynı ürün grubunda dünyada en fazla ithalat gerçekleştiren ülke konumundadır. Ağırlıklı olarak orta ve düşük fiyat segmentindeki ürünleri ithal eden ABD, ithalatının yaklaşık üçte birini Çin'den karşılamaktadır.

### **Sıvı Ambalaj Makineleri:**

ABD, 2015 yılında 950 Milyon \$'ın üzerinde sıvı ambalaj makineleri ithalatı gerçekleştirmiştir. Almanya, İtalya, Çin ve Kanada, ABD'nin ithalatında ön plana çıkan ülkelerdir. Dört ülke ABD'nin sıvı ambalaj makinelerindeki ithalatının üçte ikisini karşılamaktadır. ABD pazarında lider olan Almanya, pazara yüksek katma değerli ve yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. İtalya ve Kanada, pazarın orta fiyat segmentindeki talebini karşılarken, Çin, pazara düşük fiyatlı ürün tedarik etmektedir. Pazara yeni giren Türkiye, ABD'ye 300 Bin \$ seviyelerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin ABD'ye ihracatı artma eğilimindedir.

**Şekil 82: ABD'nin 2015 Yılı Sıvı Ambalaj Makineleri (GTIP: 842230) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



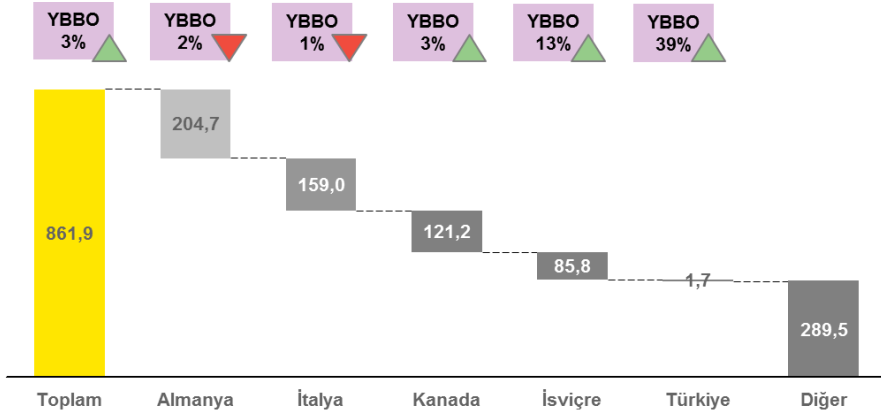
Kaynak: Trademap

Sıvı ambalaj makinelerindeki küresel ithalatının 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 azaldığı ABD pazarında, analiz edilen ülkelerden sadece Çin'in payı artmaktadır. Pazara gerçekleştirdiği ihracat 2011-2015 yılları arasında artan Çin'in tersine, Almanya, İtalya ve Kanada'nın ihracatları azalmaktadır. Bu durum, üç ülkenin de pazardaki paylarının azaldığını göstermektedir. Yapılan analizler, ABD'deki talebin düşük fiyatlı ürünlere kaydığını göstermektedir.

### **Katı Ambalaj Makineleri:**

ABD, katı ambalaj makineleri ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3 artırarak 860 Milyon \$ seviyesine yükseltmiştir. Batı Avrupa ülkelerinin önemli bir paya sahip olduğu pazarda, Kanada da etkin rodedir. 204,7 Milyon \$'lık ihracatıyla pazarda lider olan Almanya'nın, son dört yıllık periyotta ihracatı yılda ortalama %2 azalmıştır. Pazardaki payı azalan ülke, İsviçre ile birlikte ABD'nin yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. İsviçre ise, pazara 85,8 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştirmiştir. Ülkenin ihracatı artma eğiliminde olup, pazardaki payı yükselmektedir.

**Şekil 83: ABD'nin 2015 Yılı Katı Ambalaj Makineleri (GTIP: 842240) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

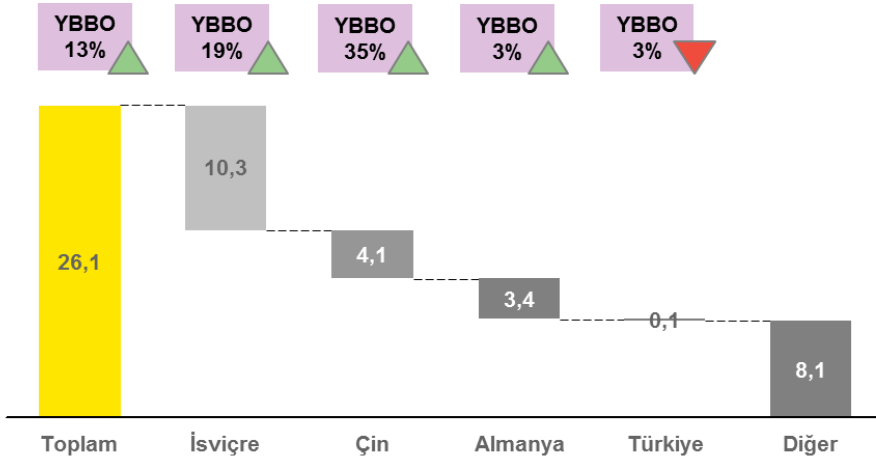
Pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden İtalya ve Kanada, bu ürün grubunda pazarda rekabet etmektedir. Kanada'ya nazaran pazar payı yüksek olan İtalya'nın, ABD'ye ihracatı 2011-2015 yılları arasında azalma eğilimindedir. Diğer yandan, ABD'nin sınır komşusu ve önemli ticari ortaklarından olan Kanada, aynı dönemde ülkeye katı ambalaj makineleri ihracatını artırmıştır. Pazara paralel şekilde büyüyen Kanada, ABD pazarındaki payını korumuştur. Yapılan analizler, ABD'nin yüksek fiyatlı ürün talebinin azalma eğiliminde olduğunu göstermektedir.

2015 yılında ABD'ye 1,7 Milyon \$'lık katı ambalaj makinesi ihraç eden Türkiye ise, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Pazara yeni giren Türkiye'nin ihracatı yüksek oranda artmaktadır

### Değirmen Makineleri:

2015 yılında ABD 26,1 Milyon \$'lık değirmen makinesi ithal etmiştir. ABD, bu üründe en fazla ithalatı İsviçre, Çin ve Almanya'dan gerçekleştirmiştir. ABD'nin küresel ithalatının %40'ını karşılayan ve pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç eden İsviçre, pazarda lider konumdadır. Pazarda etkin olan diğer ülkelerden Çin, ABD'nin düşük fiyatlı değirmen makineleri ithalatını karşılarken, Almanya da İsviçre gibi pazara yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Türkiye'nin ise, pazardaki etkinliği çok düşüktür. 100 Bin \$'lık ihracat gerçekleştiren ülkenin, ihracat değeri son dört yıllık dönemde azalma eğilimindedir.

**Şekil 84: ABD'nin 2015 Yılı Değirmen Makineleri (GTIP: 843780) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



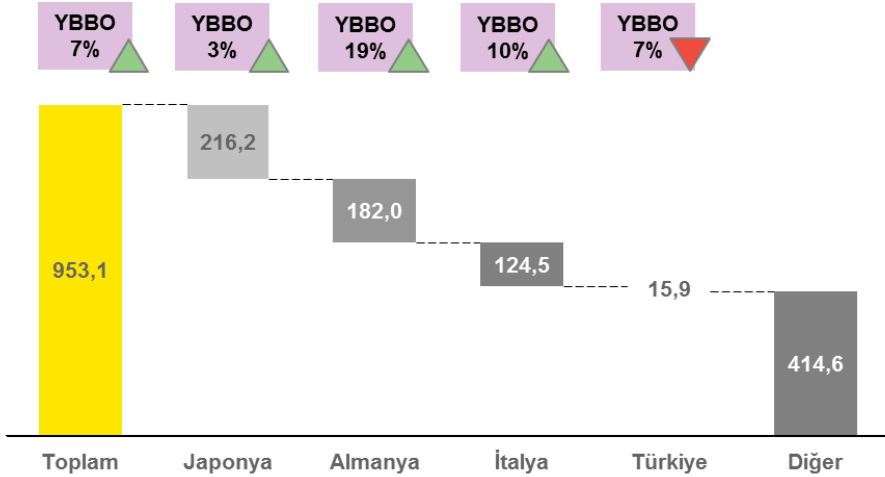
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %13 büyüyen ABD değirmen makineleri ithalat pazarında, İsviçre ve Çin'den gerçekleştirilen ithalatın yüksek oranda artması dikkat çekmektedir. İki ülke de pazar büyümesinin üzerinde büyüme performansı göstermiş ve pazardaki payını artırmıştır. Almanya'nın büyüme performansı ise, pazar büyümesinin altında kalmıştır. Bu sebeple, Almanya'nın pazardaki payı düşmüştür. Pazardaki eğilimler ve ürün segmentleri incelendiğinde, ABD'de düşük fiyatlı ürün talebinin arttığı gözlenmiştir.

### **Metal İşleme Tezgahları:**

Son dört yıllık dönemde metal işleme tezgahları ürünündeki ithalatını yılda ortalama %7 artıran ABD, 2015 yılında 950 Milyon \$'ın üzerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Pazardaki en etkin ülke, yaklaşık %23'lük pay ile Japonya'dır. İtalya ise, pazara gerçekleştirdiği 124,5 Milyon \$'lık ihracatla %13'lük paya sahiptir. İki ülke de pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, 2011-2015 yılları arasında ihracat değerlerini yükseltmiştir. Japonya'nın büyüme performansı, pazar büyümesinin altındadır. Diğer yandan, İtalya'nın ihracatı pazardan daha yüksek oranda büyümüştür. Bu analizler, İtalya'nın pazardaki payının arttığını, Japonya'nın payının ise düştüğünü göstermektedir.

**Şekil 85: ABD'nin 2015 Yılı Metal İşleme Tezgahları (GTIP: 8462) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



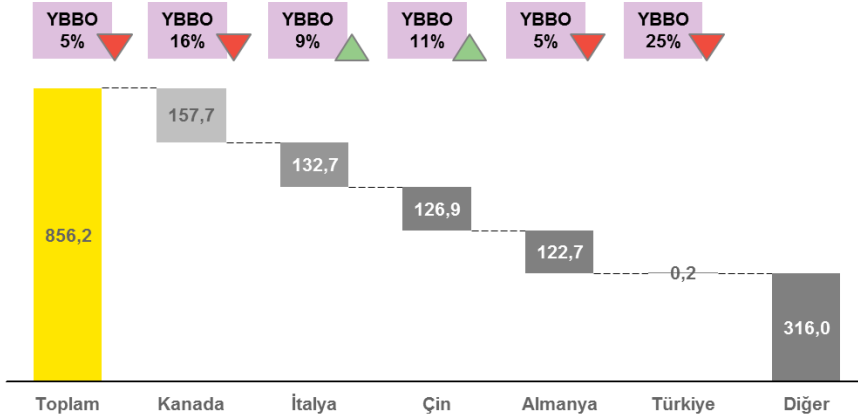
Kaynak: Trademap

Pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç eden Almanya, ABD pazarında %19'luk paya sahiptir. 2011-2015 yılları arasında ülkenin gerçekleştirdiği ithalat yılda ortalama %19 artmış ve pazar payı yükselmiştir. Diğer yandan, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Türkiye, 2015 yılında yaklaşık 16 Milyon \$'lık metal işleme tezgahı ihracatı gerçekleştirmiştir. ABD'ye ihracatı azalan Türkiye'nin pazardaki payında da düşüş görülmektedir. Bu durumun başlıca nedeni, pazara aynı segmentte ürün ihraç eden Çin'in pazardaki etkinliğini yüksek oranda artırmasıdır. Yapılan analizler sonucunda, ABD'nin metal işleme tezgahları ithalatında talebin yüksek katma değerli ürünlere kaydığı tespit edilmiştir.

### **Sondaj Makineleri:**

ABD, 2015 yılında 856,2 Milyon \$'luk sondaj makinesi ithal etmiştir. Bu ithalatın farklı bölgelerdeki ülkelerden tedarik edildiği pazarda, etkin olan ülkelerin ihracat değerleri birbirine yakındır. Bu durum, pazarın rekabetçi bir yapıda olduğunu göstermektedir. Kanada, İtalya, Çin ve Almanya, pazarda öne çıkan ülkelerdir. Bu ülkelerden Kanada, pazara yakınlığıyla lojistik avantaja sahiptir. Pazarda lider olan ülkenin payı %18'in üzerindedir. İtalya, Çin ve Almanya ise, pazarda sırasıyla %15,5, %14,8 ve %14,3'lük paya sahiptir. Pazarda Kanada ve İtalya orta, Çin düşük, Almanya yüksek fiyat segmentindeki ürünlerde konumlanmıştır.

**Şekil 86: ABD'nin 2015 Yılı Sondaj Makineleri (GTIP: 8430) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

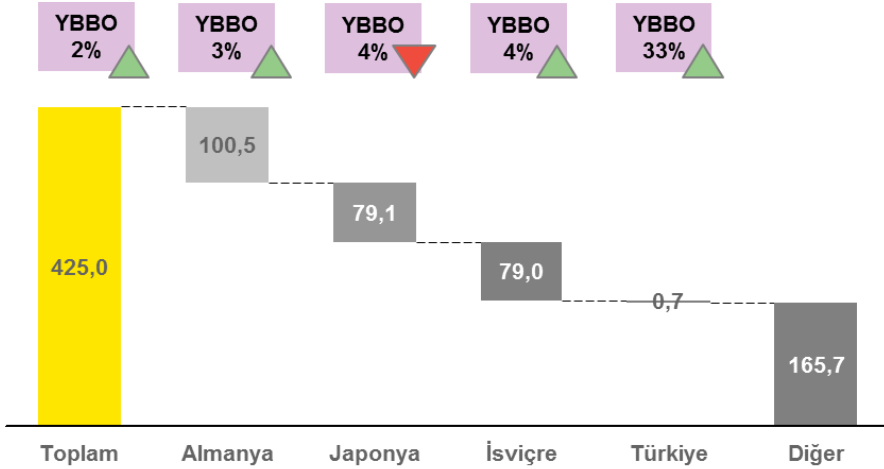
Son dört yıllık dönemde ABD'nin sondaj makineleri ithalat pazarı yılda ortalama %5 oranında daralmıştır. ABD maden ve inşaat sektörlerindeki büyümenin düşmesi, bu durumun önemli sebeplerindendir.<sup>55</sup> Pazarda lider olan Kanada'nın yanı sıra, Almanya'nın da ABD'ye gerçekleştirdiği ihracat azalmıştır. Diğer yandan, İtalya ve Çin'in ihracatları artma eğilimindedir. Bu durum, ülkelerin pazarda büyüdüğünü ve pazar paylarının arttığını göstermektedir. Pazardaki büyüme ve ürün segmenti analizleri sonucunda, ABD'nin düşük fiyatlı ürün ithalatının artma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Pazara 200 Bin \$'lık sondaj makinesi ihraç eden Türkiye ise, pazara düşük fiyatlı ürün tedarik etmektedir. Türkiye'nin ABD'ye gerçekleştirdiği ihracat 2011-2015 yılları arasında düşmesine rağmen, pazardaki etkinliği çok düşük olan ülkenin pazar payında önemli bir değişiklik meydana getirmemiştir.

<sup>55</sup> Statista, 2016

### **Rektifiye Tezgahları:**

2015 yılında 425 Milyon \$'lık rektifiye tezgahı ithal eden ABD, en fazla ithalatı Almanya, Japonya ve İsviçre'den gerçekleştirmiştir. Bu ürünlerdeki küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2 artan pazarda, Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat ise, 600 Bin \$ seviyelerindedir. ABD rektifiye tezgahları pazarında lider olan Almanya, pazarda %23,6'lık paya sahiptir. İsviçre ile birlikte ABD'nin yüksek fiyatlı ürün talebini karşılayan Almanya, küresel pazarda da en önemli ihracatçılardan biridir. Diğer yandan, Japonya orta fiyat segmentindeki ürünlerde konumlanmıştır. Pazara ihracatı artma eğiliminde olan Türkiye ise, ABD'ye düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir.

**Şekil 87: ABD'nin 2015 Yılı Rektifiye Tezgahları (GTIP: 8460) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



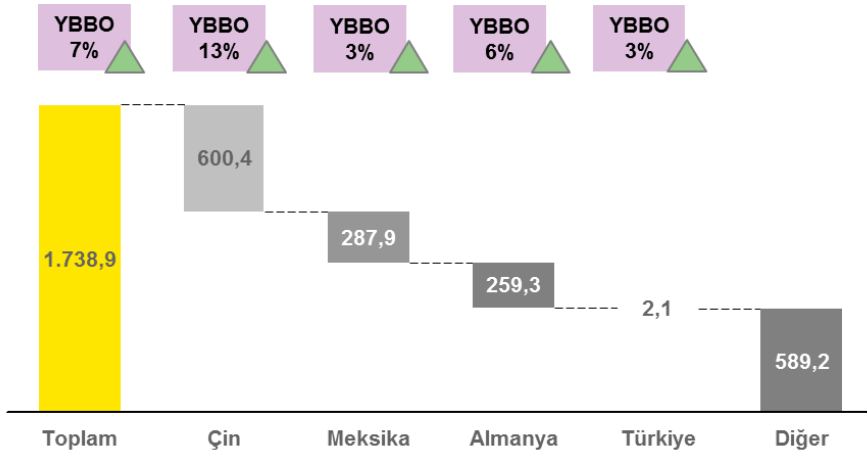
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2 büyüyen ABD rektifiye tezgahları ithalat pazarında, İsviçre ve Almanya'dan yapılan ithalat aynı dönemde sırasıyla %4 ve %3 büyümüştür. Bu değerler, iki ülkenin de pazardaki payını artırdığını göstermektedir. ABD'ye ihracatı azalan Japonya'nın ise, pazardaki payı ve etkinliği azalmıştır. Bu büyüme değerleri, son yıllarda ABD'de yüksek katma değerli ve yüksek fiyatlı ürünlerin daha fazla talep edildiğini göstermektedir.

## Fanlar:

Fanlar, analiz edilen makine imalat sektörü ürünleri içerisinde ABD'nin en fazla ithal ettiği üründür. 2015 yılında 1,7 Milyar \$'ın üzerinde fan ithal eden ABD pazarında, Çin, Meksika ve Almanya en etkin ülkelerdir. Pazarda lider olan Çin, 2015 yılında ABD'ye 600 Milyon \$'ın üzerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Çin, pazara düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. ABD'nin önemli ticari ortaklarından olan Meksika, pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç ederken, Almanya ABD'nin yüksek fiyatlı ve yüksek katma değerli ürün talebini karşılamaktadır. Pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Türkiye'den yapılan ithalat, son dört yıllık dönemde artma eğiliminde olup, 2015 yılında 2,1 Milyon \$'dır.

**Şekil 88: ABD'nin 2015 Yılı Fanlar (GTIP: 841459) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



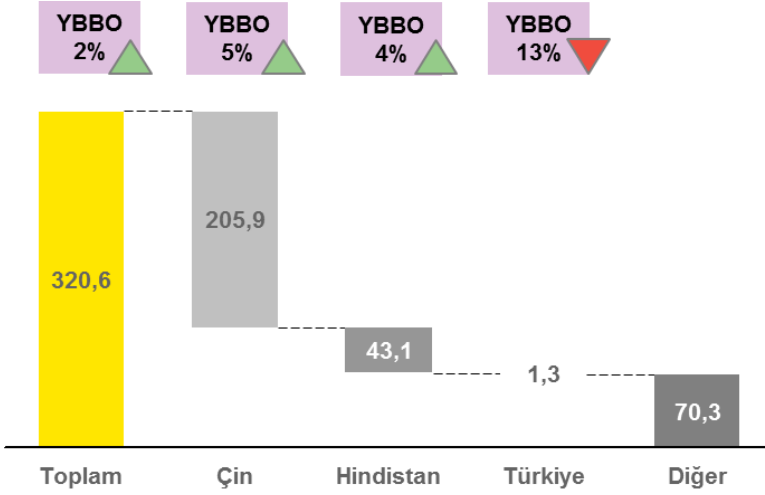
Kaynak: Trademap

ABD, 2011-2015 yılları arasında fanlar ithalatını yılda ortalama %7 artırmıştır. Büyüyen pazarda, Çin'den gerçekleştirilen ithalat yüksek oranda artmıştır. Bu durum, Çin'in pazardaki payının arttığını göstermektedir. Çin'in pazarda büyümesi, pazardaki düşük fiyatlı ürün talebinin de arttığının göstergesidir. ABD pazarında Çin gibi pazara ihracatlarını artıran Meksika ve Almanya'nın, büyüme performansları pazar büyümesinin altında kalmıştır. Bu sebeple, iki ülkenin pazardaki paylarında bir miktar düşüş olmuştur. Sonuç olarak, yapılan analizler ABD pazarındaki fanlar ithalatının düşük fiyatlı ürünlere kaydığını göstermektedir.

### **Dökme Eşya:**

Türkiye'nin 1,3 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştirdiği ve 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2 büyüyen ABD dökme eşya pazarında, 2015 yılında 320,6 Milyon \$'lık ithalat yapılmıştır. Büyüyen pazarda, Çin'in baskın yapısı dikkat çekmektedir. 2011-2015 yılları arasında pazara ihracatını yılda ortalama %5 artıran Çin, pazardaki etkinliğini ve payını da yükseltmiştir. Ayrıca Çin, ABD'nin düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 89: ABD'nin 2015 Yılı Dökme Eşya (GTIP: 732599) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

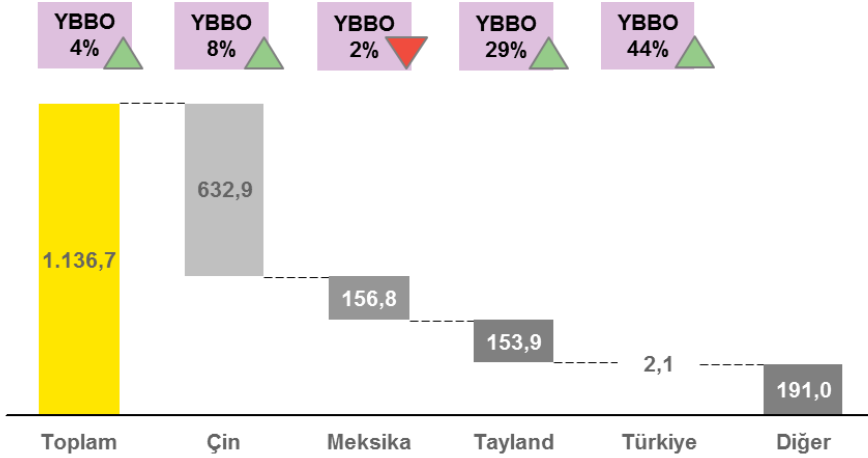
Hindistan da ABD dökme eşya ithalat pazarında etkin konumdadır. Çin'e benzer şekilde pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Hindistan, pazara ihracatını son dört yıllık dönemde yılda ortalama %4 artırmıştır. Pazar büyümesinin üzerinde büyüme performansı gösteren ve küresel pazarda en yüksek hacimde ihracat gerçekleştiren ülkenin, pazardaki etkinliği ve payı artmıştır. Yapılan analizler, ABD'nin dökme eşya ithalatının yaklaşık %80'ini düşük fiyatlı ürünlerin oluşturduğunu göstermektedir.

### **Isıtıcılar ve Fırınlar:**

ABD, 2015 yılında 1,1 Milyar \$'ın üzerinde ısıtıcılar ve fırınlar ithal etmiştir. Ülkenin ithalatının %83'lük kısmını Çin, Meksika ve Tayland karşılamaktadır. Pazarda baskın yapıda olan Çin, 633 Milyon \$'lık ısıtıcılar ve fırınlar ihraç etmiştir. ABD'ye düşük fiyatlı ürün ihraç eden ülkenin, aynı ürün segmentindeki en önemli rakibi Tayland'dır. Meksika ise, pazarın orta fiyat segmentindeki ürün talebini karşılamaktadır.

Pazardaki etkinliği çok düşük olan Türkiye, 2015 yılında ABD'ye 2,1 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştirmiştir. Pazara orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden Türkiye'nin, ABD'ye ihracatı son dört yıllık dönemde yüksek oranda artmıştır.


**Şekil 90: ABD'nin 2015 Yılı Isıtıcılar ve Fırınlar (GTIP: 851660) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %4 büyüyen ABD ısıtıcılar ve fırınlar pazarında, Çin ve Tayland'dan gerçekleştirilen ithalat da yüksek oranda artmıştır. Ülkelerin pazardaki etkinliklerinin artması ve pazarda büyümeleri, ısıtıcılar ve fırınlar ürününde ABD'deki talebin düşük fiyatlı ürünlere kaydığını göstermektedir. Diğer yandan, Meksika'nın ABD'ye ihracatı incelenen dönemde azalmıştır. Bu durum, Meksika'nın pazardaki etkinliğinin ve payının düştüğünün göstergesidir. ABD ısıtıcılar ve fırınlar ithalat pazarında yapılan analizlerle, düşük fiyat segmentindeki ürünlere olan talebin arttığı tespit edilmiştir.

## Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Dünyadaki en büyük ekonomilerden biri olan ABD'nin, nüfus artışında ve ekonomisindeki büyüme beklentileri ile incelenen ürünler için önemli seviyede büyüme potansiyeli teşkil etmesi</li><li>▶ Doğal kaynaklara sahip olması sebebiyle makineye olan ihtiyacın devam etmesi</li><li>▶ Ülkedeki imalat sanayinin artan maliyetler sebebiyle yakın coğrafyalara kayması ve dolayısıyla makine imalat sektöründe ithalatçı bir yapıya sahip olunması</li><li>▶ Doların değerlenmesi ve kişi başına düşen gelirdeki artışlar ile ABD pazarının yatırımcı için verimli bir ortam sunması</li><li>▶ ABD'nin küresel ithalatının sıvı ambalaj makineleri ve sondaj makineleri haricinde tüm alt sektörde artış eğilimine sahip olması</li><li>▶ ABD'nin Türkiye'den gerçekleştirdiği sıvı ve katı ambalaj makineleri, rektifiye tezgahları ile ısıtıcılar ve fırınlar ürünlerinde ithalat hacmini yüksek oranlarda artırması</li></ul>	
Tehditler	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Ülkenin Türkiye'den gerçekleştirdiği dökme eşya, sondaj makineleri, değirmen makineleri ve metal işleme tezgahları ürünlerinde ithalatının düşüş eğilimine sahip olması</li><li>▶ AB ülkeleri, Asya Pasifik ülkeleri ve komşu ülkelerinin pazarda oldukça faal olması</li><li>▶ Ülkenin metal işleme tezgahları ürününde ulusal güvenlik için çift kullanıma sahip ürünleri kapsamlı incelemeden geçirmesi ve firmalar için zaman kaybına yol açması</li><li>▶ Lojistik maliyetlerden ötürü uzak coğrafyadaki ülkelerin fiyat avantajı yakalayamaması</li></ul>	

## 5.2.5. Özbekistan

### Genel Ekonomik ve Sosyo-Politik Durum:

Orta Asya'da yer alan ve eski Sovyet ülkelerinden olan Özbekistan, 13 bölgeden oluşmaktadır. Bu bölgelerden en büyük olanı Taşkent'tir. Nüfusu 30 Milyonun üzerinde olan ülke, Rusya ve Ukrayna'nın ardından en kalabalık BDT<sup>56</sup> ülkesi olarak dikkat çekmektedir. 2020 yılındaki nüfusun ise yaklaşık 33 Milyon olması beklenmektedir. Rusya, Tacikistan, Kazakistan gibi farklı etnik kökenden insanların yaşadığı Özbekistan'da, nüfusun yarısından fazlası 25 yaşın altındadır.

Özbekistan doğalgaz, altın ve pamuk ürünlerinde dünyanın önemli üreticilerindedir. Petrolün de ekonomiye önemli katkısının olduğu ülkede, ekonominin yaklaşık yarısını hizmet sektörü, yaklaşık üçte birini ise sanayi oluşturmaktadır. Tarımın ekonomi içerisindeki payı ise %19'dur. Ayrıca, Özbekistan Hükümeti yabancı yatırımı teşvik amacıyla sermaye sahibi firmalara vergi muafiyeti gibi avantajlar sağlamaktadır.<sup>57</sup>

**Tablo 9: Makroekonomik Göstergeler**

<b>GSYİH (Milyar \$) (2014)</b>	63	<b>GSYİH (Milyar \$) (2020)</b>	72
<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)</b>	2.062	<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)</b>	2.202
<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)</b>	8,1	<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)</b>	6
<b>Enflasyon (%) (2014)</b>	9	<b>Enflasyon (%) (2020)</b>	10
<b>Nüfus (Milyon) (2014)</b>	30,6	<b>Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)</b>	32,9

Kaynak: IMF, World Economic Outlook

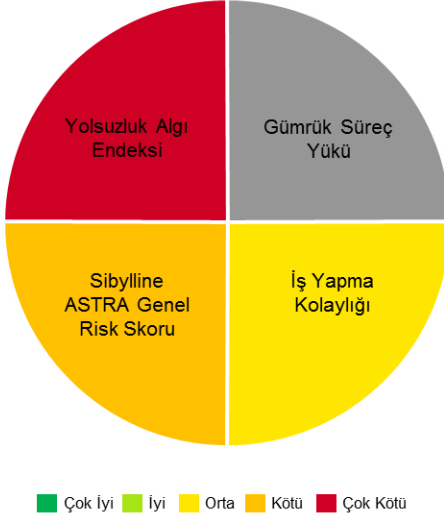
2000'li yıllardan itibaren yüksek ekonomik büyüme rakamları yakalayan Özbekistan ekonomisi, 2014 yılında %8'in üzerinde büyümüştür. Büyüme hızının gelecek dönemde düşmesi ve 2020 yılında %6 seviyelerinde olması beklenmektedir. 63 Milyar \$ olan GSYİH'nin ise, büyümenin de etkisiyle 2020 yılında 72 Milyar \$ olacağı öngörülmektedir. 2014 yılında 2.062 \$ olan kişi başına düşen gelirin, 2020 yılında 2.202 \$ olması beklenmektedir. Diğer yandan, Özbekistan ekonomisinde yüksek ekonomik büyümenin de etkisiyle enflasyon değerleri yukarı yönlü seyretmektedir. %9 seviyelerinde olan

<sup>56</sup> Bağımsız Devletler Topluluğu, Azerbaycan, Beyaz Rusya, Ermenistan, Kazakistan, Kırgızistan, Moldova, Özbekistan, Rusya ve Tacikistan'ın üye olduğu, üye ülkeler arasında siyasi ve ekonomik ilişkilerin geliştirilmesinin amaçlandığı devletler topluluğudur.

<sup>57</sup> TC Ekonomi Bakanlığı, Ülke Masaları, Özbekistan, 2016

enflasyonun, 2020 yılında %10 seviyelerine çıkacağı öngörülmektedir. Yüksek enflasyon oranı, Özbekistan'ın ithalat değerini artıracaktır.

**Şekil 91: Risk Göstergeleri**



Kaynak: EY Growing Beyond Borders

İş yapma kolaylığı açısından ortalama bir erişilebilirlik sunan Özbekistan, 189 ülke arasında 87. Sırada yer almaktadır.<sup>58</sup> Yolsuzluk algı endeksinde oldukça kötü seviyede yer alan ülkede yatırımcıların ticari işlemlerinde azami önemi göstermeleri önerilmektedir. Genel risk skoru incelendiğinde kötü seviyesinde yer alan Özbekistan, hedef pazarlar içerisindeki en riskli ülkedir.

<sup>58</sup> Özbekistan'a ait gümrük süreç yükü verilerine ulaşılamamıştır.

## **2011-2015 İthalat Eğilim Analizi:**

Makine sektöründe 2015 yılında 1,8 Milyar \$'ın üzerinde ithalat gerçekleştiren Özbekistan, analiz edilen ürünlerde ise, 140 Milyon \$'ın üzerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Sondaj makineleri ve rektifiye tezgahları haricinde incelenen tüm ürünlerde ithalatını artıran ülkenin, en fazla ithal ettiği ürün değirmen makineleridir. Özbekistan'ın kendi kendine yeten bir tahıl üreticisi olmayı hedeflemesi ve bu alandaki yatırımların artması, değirmen makinelerinin ülkenin ithalatında öne çıkmasının başlıca nedenidir.<sup>59</sup>

Özbekistan'ın makine imalat sektöründe analiz edilen ürünlerde toplam ithalatı, Türkiye'den ithalatı ve ithalat değerlerinin büyüme oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 10: Özbekistan İthalat Değerleri ve İthalat Büyümeleri**

<b>Dış Ticaret Verileri</b>	<b>İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	<b>İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	<b>Türkiye'den İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	<b>Türkiye'den İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>
<b>842230</b>	38	114,7%	0,4	400%
<b>842240</b>	10,8	35%	0,9	12,5%
<b>843780</b>	23,7	323%	23,3	376%
<b>8462</b>	25	12,6%	1,1	-3%
<b>8430</b>	15,9	-13,6%	0,2	300%
<b>8460</b>	2,7	-62,5%	0,05	43%
<b>841459</b>	12,4	254%	0,7	133,3%
<b>732599</b>	3	66,7%	-	-
<b>851660</b>	8,8	11,4%	4,3	-34,8%

Kaynak: Trademap, 2016

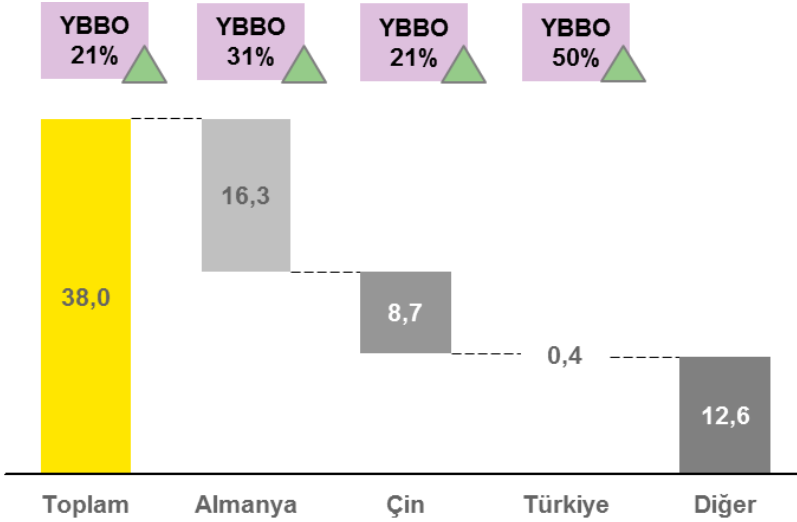
Özbekistan'ın analiz edilen ürünlerde gerçekleştirdiği toplam ithalatın %22'sini Türkiye karşılamaktadır. Türkiye'den en fazla ithal ettiği ürün değirmen makineleri olan Özbekistan, bu üründe Türkiye'den yaptığı ithalatı %376 oranında artırmıştır. Dökme eşyaları ürününde pazarda yer almayan Türkiye, fanlar, sıvı ambalaj makineleri, sondaj makineleri ürünlerinde de Özbekistan pazarında yüksek oranda büyümüştür. Ayrıca, Türkiye değirmen makineleri ve ısıtıcılar ve fırınlar ürünlerinde pazarda lider konumdadır.

<sup>59</sup> DEİK, 2012

### **Sıvı Ambalaj Makineleri:**

2015 yılında 38 Milyon \$'lık sıvı ambalaj makinesi ithal eden Özbekistan, en fazla ithalatı Almanya ve Çin'den gerçekleştirmiştir. Pazarda %43'lük payla lider olan Almanya, Özbekistan'a orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. 8,7 Milyon \$'lık sıvı ambalaj makinesi ihraç eden Çin ise, Özbekistan'ın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Özbekistan'a, Almanya gibi orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden Türkiye, sıvı ambalaj makinelerinde 400 Bin \$'lık ihracat gerçekleştirmiştir.

**Şekil 92: Özbekistan'ın 2015 Yılı Sıvı Ambalaj Makineleri (GTIP: 842230) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

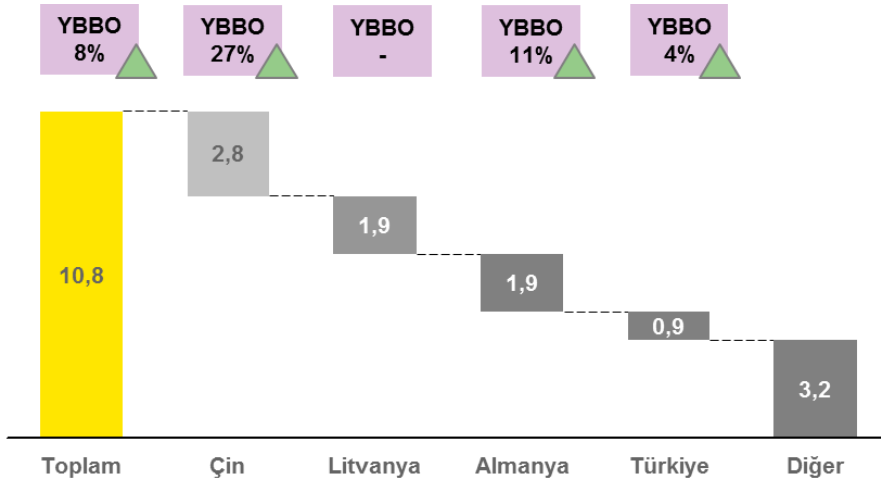
Özbekistan, ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %21 artırmıştır. Büyüyen pazarda, Almanya ve Çin'den gerçekleştirilen ithalat artmıştır. Pazara paralel büyüyen Çin, pazardaki payını korumuştur. Pazarın üzerinde büyüme performansı gösteren Almanya'nın ise, pazardaki payı yüksek oranda artmıştır. Yapılan analizler, Özbekistan'da yüksek katma değerli ürün talebinin arttığını göstermektedir. Ek olarak, Türkiye'den yapılan sıvı ambalaj makineleri ithalatı da artma eğilimindedir.

### **Katı Ambalaj Makineleri:**

Özbekistan, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %8 artırdığı katı ambalaj makineleri ithalatını, 2015 yılında 10 Milyon \$'ın üzerine yükseltmiştir. Çin, Litvanya ve Almanya, pazardaki etkin ülkelerdir. Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat ise, 900 Bin \$ seviyelerinde olup, artma eğilimindedir.

Pazardaki talebin dörtte üçünden fazlasını karşılayan Çin, Özbekistan'a düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Pazara gerçekleştirdiği ithalatı son dört yıllık dönemde yılda ortalama %27 artıran Çin, pazarın üzerinde büyümüş ve pazardaki payını yükseltmiştir.

**Şekil 93: Özbekistan'ın 2015 Yılı Katı Ambalaj Makineleri (GTIP: 842240) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



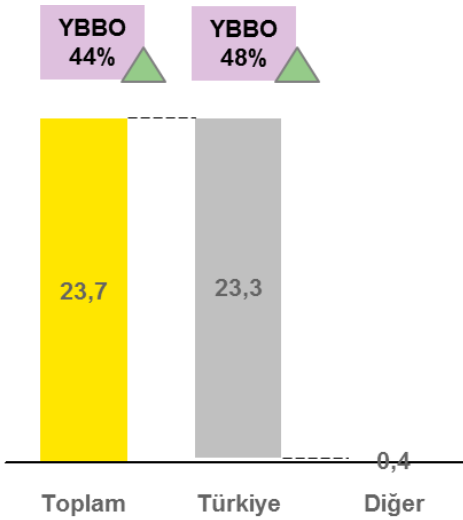
Kaynak: Trademap

Pazarın yüksek fiyatlı ve yüksek katma değerli ürün talebini karşılayan Almanya ve Litvanya'nın, Özbekistan'a ihracatı 2015 yılında aynı değerdedir. İki ülke arasındaki rekabetin üst seviyede olduğu pazarda, Almanya'dan gerçekleştirilen ithalat artarken, Litvanya'dan gerçekleştirilen ithalat aynı seviyelerde kalmıştır. Pazar büyümesinin üzerinde bir büyüme performansı gösteren Almanya'nın, Özbekistan katı ambalaj makineleri ithalat pazarındaki etkinliği artmıştır. Sonuç olarak, Özbekistan katı ambalaj makineleri ithalat pazarında düşük fiyatlı ürün talebinin arttığı gözlenmiştir.

### **Değirmen Makineleri:**

Özbekistan hükümetinin tarım sektörünün büyümesi ve gelişmesi için yaptığı yatırımlar sebebiyle, ülkenin değirmen makineleri ithalat pazarı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %44 büyümüştür. Yüksek oranda büyüyen pazarda, 2015 yılında 23,7 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştirilmiştir. Pazarın tamamına hakim olan Türkiye, toplam ithalatın %98'ini karşılamaktadır. Türkiye'nin pazara tamamen hakim olmasındaki başlıca etken, Türk firmaların ülkedeki pazarlama faaliyetlerini artırmasıdır.

**Şekil 94: Özbekistan'ın 2015 Yılı Değirmen Makineleri (GTIP: 843780) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



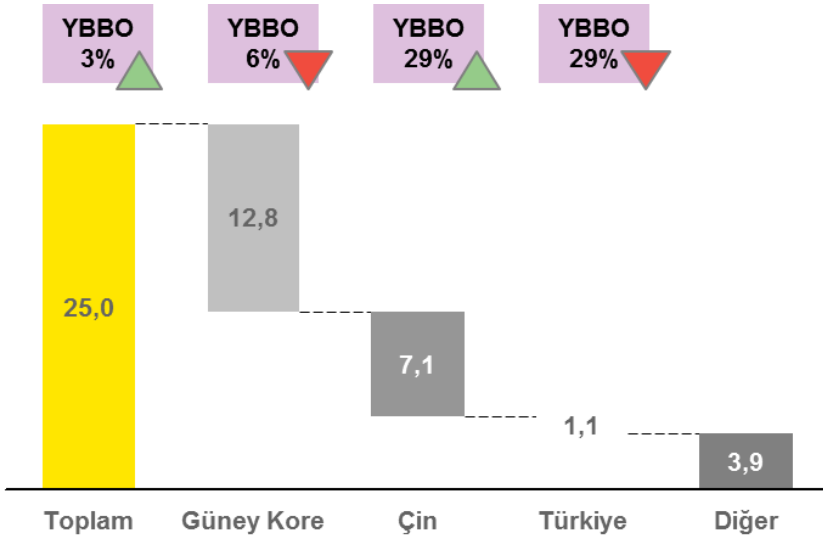
Kaynak: Trademap

Özbekistan pazarında düşük ve orta fiyat segmentindeki ürünlerde konumlanan Türkiye, pazara gerçekleştirdiği ihracatı da 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %48 artırmıştır. Bu dönemde, pazarın üzerinde büyüyen Türkiye, pazardaki payını da yükseltmiştir.

### **Metal İşleme Tezgahları:**

Özbekistan, 2015 yılında gerçekleştirdiği 25 Milyon \$'lık metal işleme tezgahları ithalatının yarısından fazlasını Güney Kore'den karşılamaktadır. Pazarda, %28'lik payla Çin de etkin konumdadır. İki ülke de pazarın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır. Bu durum, Özbekistan pazarında iki ülke arasındaki rekabetin yüksek olduğunu göstermektedir. Pazara 1,1 Milyon \$'lık ihracat gerçekleştiren Türkiye ise, pazara düşük fiyatlı ürünlerin yanında orta fiyat segmentindeki ürünleri de ihraç etmektedir.

**Şekil 95: Özbekistan'ın 2015 Yılı Metal İşleme Tezgahları (GTIP: 8462) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



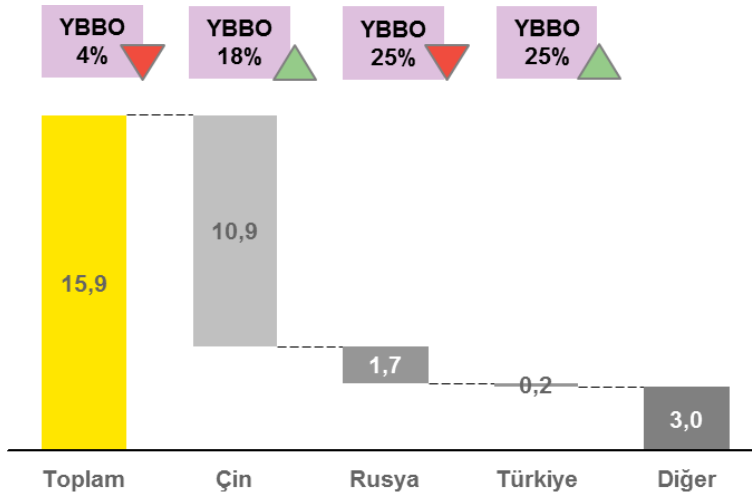
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında küresel metal işleme tezgahları ithalatı yılda ortalama %3 büyüyen Özbekistan pazarında, Güney Kore'den gerçekleştirilen ithalat azalırken, Çin'den yapılan ithalat artmaktadır. Son dört yıllık dönemde pazara ihracatını yılda ortalama %29 artıran Çin'in, pazardaki payı yüksek oranda artmıştır. Çin'in fiyatta Güney Kore'ye göre daha rekabetçi olması, bu durumun başlıca sebebidir. Büyüyen pazarda ihracat değeri düşen Güney Kore'nin, pazardaki payının azaldığı tespit edilmiştir. Türkiye'nin de aynı dönemde pazara gerçekleştirdiği ihracat azalmış ve pazardaki payı düşmüştür. Yapılan analizler sonucunda, Özbekistan'ın metal işleme tezgahları ithalatında, fiyat konusunda rekabet gücü yüksek olan ülkelerin avantajlı oldukları gözlenmiştir.

### **Sondaj Makineleri:**

Çin'in baskın yapıda olduğu ve toplam ithalatın üçte ikisinden fazlasını karşıladığı Özbekistan sondaj makineleri pazarında, 2015 yılında toplamda 15,9 Milyon \$'lık ürün ithal edilmiştir. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %4 küçülen pazarda, aynı dönemde Çin'den gerçekleştirilen ithalat yılda ortalama %18 büyümüştür. Bu değer, Çin'in pazardaki payını yüksek oranda artırdığını göstermektedir. Pazara düşük ve orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden Çin, iki ürün grubunda da Rusya ile rekabet etmektedir.

**Şekil 96: Özbekistan'ın 2015 Yılı Sondaj Makineleri (GTIP: 8430) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



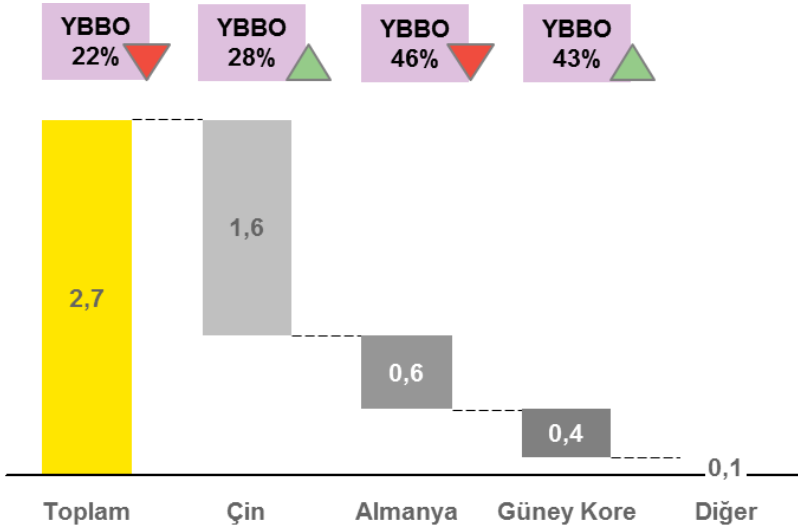
Kaynak: Trademap

2015 yılında Özbekistan'a 1,7 Milyon \$'lık sondaj makineleri ihracatı gerçekleştiren Rusya'nın, son dört yıllık dönemde pazara ihracatı yılda ortalama %25 azalmıştır. Çin'in fiyatta rekabetçi olması, Rusya'nın pazardaki etkinliğinin ve payının düşmesindeki başlıca nedendir. Pazara Çin ve Rusya'ya benzer şekilde düşük ve orta fiyat segmentinde ürün ihraç eden Türkiye ise, son iki yıllık dönemde pazara girmiştir. Türkiye'nin pazara ihracatı 200 Bin \$ seviyelerinde olup, artma eğilimindedir.

### **Rektifiye Tezgahları:**

Rektifiye tezgahları ürününde 2015 yılında 2,7 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştiren Özbekistan, en fazla ithalatı Çin, Almanya ve Güney Kore'den gerçekleştirmiştir. Pazarın tamamına hakim olan ülkelerden Çin, 1,6 Milyon \$ ile Özbekistan'ın rektifiye tezgahları ithalatının %60'ını karşılamaktadır. Pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Çin'in aksine, Almanya pazara yüksek fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Güney Kore ise, Özbekistan'ın orta fiyat segmentindeki ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 97: Özbekistan'ın 2015 Yılı Rektifiye Tezgahları (GTIP: 8460) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



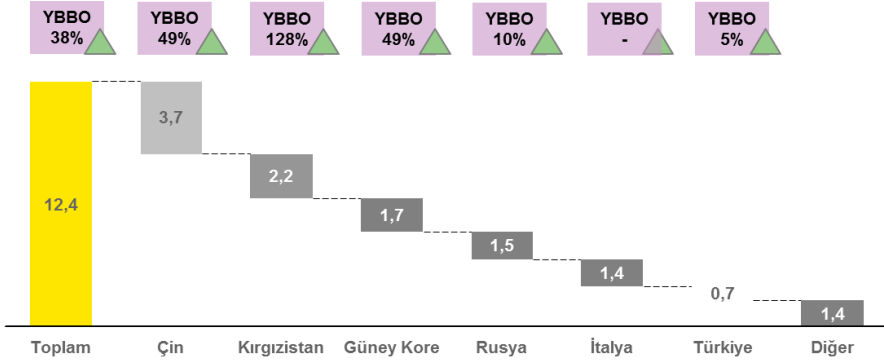
Kaynak: Trademap

Türkiye'nin 50 Bin \$ seviyelerinde rektifiye tezgahı ihraç ettiği Özbekistan pazarı, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %22 daralmıştır. Pazarda lider olan Çin ile birlikte Güney Kore'den yapılan rektifiye tezgahları ithalatı ise, aynı dönemde yüksek oranlarda artmıştır. Bu durum, iki ülkenin pazardaki paylarının da yüksek oranda arttığını göstermektedir. Diğer yandan, Almanya'dan yapılan ithalat azalmış ve Almanya'nın pazardaki payı düşmüştür. Yapılan analizler, son dönemlerde Özbekistan pazarındaki yüksek fiyatlı ürün talebinin düştüğünün göstergesidir.

## Fanlar:

2011-2015 yılları arasında fanlar ithalatını yılda ortalama %38 artıran ve 2015 yılında 12,4 Milyon \$ seviyesine yükselten Özbekistan, bu ürünlerdeki en fazla ithalatını 3,7 Milyon \$ ile Çin'den gerçekleştirmiştir. Büyüyen pazarda Kırgızistan, Güney Kore, Rusya ve İtalya, öne çıkan diğer ülkelerdir. Bu ülkelerden gerçekleştirilen ithalat değerlerinin birbirine yakın olması, pazardaki rekabetin üst seviyede olduğunu göstermektedir. 2015 yılında fanlar ürününde Türkiye'den yapılan ithalat ise, 700 Bin \$'dır. Pazara düşük fiyatlı ürün ihraç eden Türkiye, bu ürün segmentinde Çin ve Rusya ile rekabet etmektedir. Türkiye ile Rusya, son dört yıllık dönemde pazara gerçekleştirdikleri ihracatı arttırmıştır. Ancak, ülkelerin büyüme performansının pazar büyümesinin altında kalması, iki ülkenin de pazar paylarının düşmesine neden olmuştur. Diğer yandan, Çin'in ihracatı, pazarın üzerinde büyümüş ve Çin pazardaki payını yükseltmiştir.

**Şekil 98: Özbekistan'ın 2015 Yılı Fanlar (GTIP: 841459) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



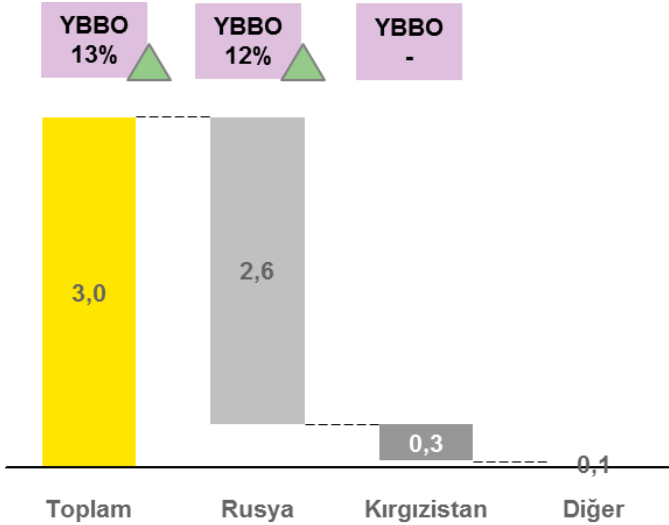
Kaynak: Trademap

Pazara orta ve yüksek fiyat segmentinde ürün ihraç eden ülkelerden, Kırgızistan'dan yapılan ithalat değeri yükselirken, İtalya'dan yapılan ithalat aynı seviyelerde kalmıştır. Pazara yakınlığıyla lojistik avantaja sahip olan Kırgızistan, pazarda yüksek oranda büyümüş ve etkinliğini artırmıştır. İtalya ise, büyüyen pazardaki payını koruyamamıştır. Pazarda dikkat çeken bir diğer ülke olan Güney Kore, Özbekistan'a orta fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Ülkenin, fanlar ihracatı son dört yıllık dönemde yüksek oranda artmakta ve pazardaki payı yükselmektedir.

### **Dökme Eşya:**

Özbekistan dökme eşya ithalat pazarında 2015 yılında 3 Milyon \$'lık ithalat gerçekleştirilirken, Rusya %86'lık pay ile pazarda baskın yapıdadır. Pazarda %10'luk paya sahip olan Kırgızistan da, Özbekistan pazarında etkindir. Bu ülkelerden Rusya, pazara orta ve yüksek fiyatlı ürün ihraç ederken, Kırgızistan orta fiyat segmentindeki ürünleri ihraç etmektedir. Özbekistan'ın da Rusya ve Kırgızistan'ın üye olduğu BDT'de yer alması ve ülkeler arasında iş birliği anlaşmasının olması, iki ülkenin pazardaki etkinliklerinin önemli sebeplerindendir. Türkiye ise, Özbekistan dökme eşya pazarında yer almamaktadır.

**Şekil 99: Özbekistan'ın 2015 Yılı Dökme Eşya (GTIP: 732599) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



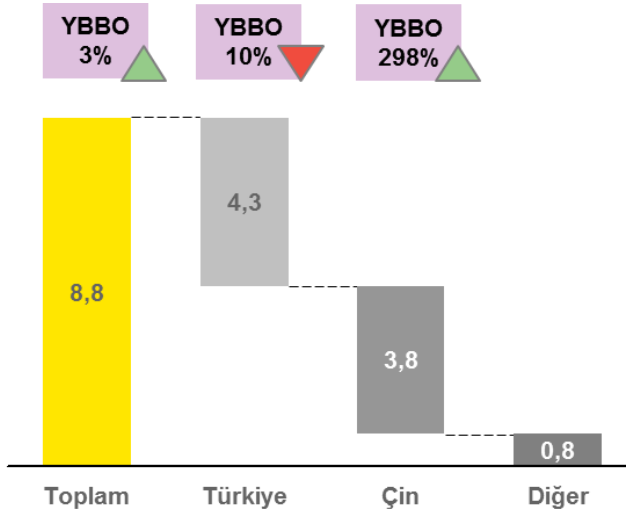
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %13 büyüyen Özbekistan dökme eşya ithalat pazarında, Rusya'dan yapılan ithalat artarken, Kırgızistan'dan yapılan ithalat aynı seviyelerde kalmıştır. Pazara paralel büyüyen Rusya, pazar payını korumuştur. Kırgızistan'ın pazardaki payında ise düşüş görülmektedir. Sonuç olarak, ağırlıklı orta ve yüksek fiyat segmentinde ithalat gerçekleştiren Özbekistan'ın, aynı segmentte ürün ithal etmeye devam edeceği öngörülmektedir.

### **Isıtıcılar ve Fırınlar:**

2011-2015 yılları arasında ısıtıcılar ve fırınlar ürünündeki ithalatını yılda ortalama %3 artırarak 8,8 Milyon \$ seviyesine yükselten Özbekistan'da, en etkin ülkeler Türkiye ve Çin'dir. Pazarda lider olan Türkiye, Özbekistan'a düşük fiyat segmentinde ürün ihraç etmektedir. Son dört yıllık dönemde, Türkiye'nin pazara ihracatında ise, yılda ortalama %10'luk düşüş görülmektedir. Bu değerler, Türkiye'nin pazardaki payının düştüğünü göstermektedir.



**Şekil 100: Özbekistan'ın 2015 Yılı Isıtıcılar ve Fırınlar (GTIP: 851660) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı [YBBO] (%)**



Kaynak: Trademap

Çin, büyüyen Özbekistan pazarına ihracatını son dört yıllık dönemde yılda ortalama %298 oranında artırmıştır. Pazara yeni giren ülke, Özbekistan'a düşük fiyatlı ürün ihraç etmektedir. Bu ürün segmentinde rakibi olan Türkiye'ye kıyasla daha rekabetçi bir fiyat politikası izleyen Çin, pazardaki payını yüksek oranda artırmıştır. Bu durum, Türkiye'nin pazar payını kaybetmesine de neden olmuştur. Yapılan analizler sonucunda, Özbekistan'ın düşük fiyatlı ürün talebinin yüksek oranda arttığı tespit edilmiştir.

## Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ <i>Bağımsız Devletler Topluluğu'nda</i> en büyük nüfusa sahip üçüncü ülke olması ve 2020 yılına kadarki dönemde nüfusta artış beklentisi</li><li>▶ Petrol, doğalgaz ve tarım gibi sektörlerinin ülke ekonomisinde önemli bir yere sahip olmasının ilgili makine alt sektörleri için büyük potansiyel teşkil etmesi</li><li>▶ Hükümetin yabancı yatırımı destekleyici bir politikaya sahip olması</li><li>▶ 2020 yılı itibarıyla kişi başına düşen gelirdeki artış beklentisi ve dolayısıyla tüketim üzerinde etkilerinin olacağı beklentisi</li><li>▶ Yüksek enflasyon sebebiyle ithalata bağımlılığının devam edeceği beklentisi</li><li>▶ Ülkenin tahıl üretimindeki yatırımları ile birlikte değirmen makineleri ithalatında artış yaşanması</li><li>▶ İlgili ürünler için küresel ithalatının artış eğilimine sahip olması (sondaj makineleri ve rektifiye tezgahları hariç)</li><li>▶ Özbekistan'ın değirmen makineleri ve ısıtıcılar &amp; fırınlar ürünlerinde güçlü Türk markası algısı ve değirmen makinelerinde 2011-2015 yılları arasında Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat hacmini arttırmış olması</li></ul>	
Tehditler	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Özbekistan'ın Türkiye'den gerçekleştirdiği metal işleme tezgahları ile ısıtıcılar ve fırınlar ürünleri ithalatının azalması</li><li>▶ Ambalaj makineleri ürünlerinde Almanya ve Çin'in pazarda büyük paylara sahip olması ve aynı zamanda hem kaliteli hem de ucuz ürün ihtiyacının karşılanarak rekabetin güçleşmesi</li><li>▶ Makine imalat sanayi kapsamında yer alan ürünlerin ithalatında Asya Pasifik, BDT ülkeleri ve AB ülkelerinin ağırlıklı olarak bulunması; bu ülkelerin vergi, fiyat ve kalite gibi rekabet avantajına sahip olmaları</li></ul>	

### 5.3. Hedef Pazarlarda Gümrük Vergileri, Ticari Anlaşmalar, Standartlar ve Regülasyonlar

#### Gümrük Vergileri:

Hedef ülkelerin sıvı ambalaj makineleri, katı ambalaj makineleri, değirmen makineleri, metal işleme tezgahları, sondaj makineleri, rektifiye tezgahları, fanlar, dökme eşya ve ısıtıcılar ve fırınlar ürünlerinde ihracatçı ülkelere uyguladıkları gümrük vergi oranları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Cezayir'in** incelenen ürünlerde AB ülkelerine daha düşük oranlı vergi uyguladığı görülürken, Çin ve Türkiye'yi daha yüksek vergiye tabi tutmaktadır. AB ile ortaklık anlaşması sebebiyle gümrük vergisinin kademeli olarak düşürülmesi planlanmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye tüm ürünlerde gümrük vergisi açısından rakiplerine karşı dezavantajlı konumdadır.

**Tablo 11: Cezayir Gümrük Vergi Oranları**

GTIP Kodları	AB Ülkeleri	Çin	Türkiye
842230	3%	5%	5%
842240	0%	5%	5%
843780	3%	5%	5%
8462	0,2%	5%	5%
8430	0%	5%	5%
8460	0,2%	5%	5%
841459	21%	30%	30%
732599	23%	30%	30%
851660	23%	30%	30%

Kaynak: Trademap

ABD ve Yeni Zelanda, **Avustralya** ile arasındaki Serbest Ticaret Anlaşmalarından ötürü ilgili ürünler de dahil olmak üzere herhangi bir vergiye tabi tutulmamaktadır. Çin ve Güney Kore ile hemen hemen aynı vergi oranlarına sahip olan Türkiye'nin az da olsa bazı ürünlerde AB üyesi ülkelere karşı rakebet avantajı bulunmaktadır. Çin ile Avustralya arasında 20 Kasım 2015 yılında imzalanan STA doğrultusunda önümüzdeki dönemde vergi hususunda daha avantajlı bir döneme girilmesi öngörülmektedir.<sup>60</sup>

<sup>60</sup> <http://dfat.gov.au/trade/agreements/chafta/fact-sheets/Pages/fact-sheet-trade-in-goods-trade-rules-and-facilitation.aspx>

**Tablo 12: Avustralya Gümrük Vergi Oranları**

GTIP Kodları	AB Ülkeleri	ABD	Çin	Güney Kore	Yeni Zelanda	Türkiye
842230	5%	0%	4,5%	4,5%	0%	4,5%
842240	2,5%	0%	2,5%	2,5%	0%	2,5%
843780	0%	0%	0%	0%	0%	0%
8462	1,2%	0%	1,2%	1,2%	0%	1,2%
8430	3,9%	0%	3,7%	3,7%	0%	3,7%
8460	0,3%	0%	0,3%	0,3%	0%	0,3%
841459	5%	0%	4,5%	4,5%	0%	4,5%
732599	5%	0%	5%	5%	0%	5%
851660	5%	0%	5%	5%	0%	5%

Kaynak: Trademap

**Kanada**, ABD<sup>61</sup> ve Meksika ile arasındaki NAFTA Anlaşması'ndan ötürü incelenen ürünlerde bu ülkelere vergi uygulamamaktadır. Öte yandan, ihracatçı ülkelerin, dökme eşya ile ısıtıcılar ve fırınlar haricindeki ürünler için vergiden muaf oldukları görülmektedir. Yalnızca çifte vergilendirmeyi önleme anlaşması bulunan Türkiye'nin bu pazarda da gümrük vergisinden kaynaklanan herhangi bir rekabet avantajı bulunmamaktadır.

**Tablo 13: Kanada Gümrük Vergi Oranları**

GTIP Kodları	AB Ülkeleri	ABD	Japonya	Tayland	Meksika	Çin	Türkiye
842230	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
842240	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
843780	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
8462	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
8430	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
8460	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
841459	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
732599	4,2%	0%	4,2%	4,2%	0%	4,2%	4,2%
851660	5,3%	0%	5,3%	5,3%	0%	5,3%	5,3%

Kaynak: Trademap

<sup>61</sup> The North American Free Trade Agreement (NAFTA): Kuzey Amerika Ülkeleri Serbest Ticaret Anlaşması- Kanada, ABD ve Meksika.

**ABD**, Kanada ve Meksika arasındaki NAFTA Anlaşması bu pazarda da etkisini göstermektedir. Türkiye ile ise çifte vergilendirmeyi önleme anlaşması ve yatırımların karşılıklı teşviki ve korunması anlaşmaları yer almaktadır. Türkiye ilgili ürün grupları kapsamında herhangi bir vergiye tabi tutulmayarak önemli ölçüde rekabet avantajına sahiptir.

**Tablo 14: ABD Gümrük Vergi Oranları**

GTIP Kodları	AB Ülkeleri	Kanada/ Meksika	Çin	Japonya	Tayland	Hindistan	Türkiye
842230	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
842240	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
843780	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
8462	4,4%	0%	4,4%	4,4%	0%	0%	0%
8430	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
8460	4,4%	0%	4,4%	4,4%	0%	0%	0%
841459	0,9%	0%	0,9%	0,9%	0%	0%	0%
732599	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%
851660	1,4%	0%	1,4%	1,4%	0%	0%	0%

Kaynak: Trademap

Özbekistan, BDT<sup>62</sup> üyesi ülkeleri vergiden muaf tutması sebebiyle Rusya ve Kırgızistan'ın bu pazarda rekabet avantajı oldukça yüksektir. Türkiye'nin de içlerinde bulunduğu AB ülkeleri, Çin ve Güney Kore gibi ülkeler dökme eşya ile ısıtıcılar ve fırınlar ürünlerinde sırasıyla; %10 ve %20 oranlarında vergiye tabi tutulmaktadır.

**Tablo 15: Özbekistan Gümrük Vergi Oranları**

GTIP Numaraları	AB Ülkeleri	Çin	Güney Kore	Rusya	Kırgızistan	Türkiye
842230	0%	0%	0%	0%	0%	0%
842240	0%	0%	0%	0%	0%	0%
843780	0%	0%	0%	0%	0%	0%
8462	0%	0%	0%	0%	0%	0%
8430	0%	0%	0%	0%	0%	0%
8460	0%	0%	0%	0%	0%	0%
841459	0%	0%	0%	0%	0%	0%
732599	10%	10%	10%	0%	0%	10%
851660	20%	20%	20%	0%	0%	20%

Kaynak: Trademap

<sup>62</sup> Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT): Rusya, Ukrayna, Beyaz Rusya, Ermenistan, Kazakistan, Kırgızistan, Moldova, Özbekistan, Tacikistan, Türkmenistan

## **Ticari Anlaşmalar:**

Çifte Vergilendirmeyi Önleme, Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması ve Ticari ve Ekonomik İşbirliği Anlaşmaları<sup>63</sup> ile iki ülke arasındaki yatırımların büyütülmesi, ticari ilişkilerin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

**Cezayir, Kanada ve Özbekistan** ile Türkiye arasında herhangi bir STA bulunmamaktadır. Fakat Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması ile vergi ödemelerinde oluşabilecek mükerrer işlemlerin önüne geçilmesi hedeflenmektedir.

**Avustralya ve ABD** ile Türkiye arasında Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması ile Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması yer almaktadır. Yine bu pazarlarda da Türkiye ile STA gerçekleştirilmemiştir.

## **Standartlar ve Regülasyonlar:**

Hedef ülkelerin standart ve regülasyonlarında genel olarak dikkat edilmesi gereken bazı hususlar yer almaktadır.<sup>64</sup> Örneğin, **Cezayir** ithalatını gerçekleştirdiği ürünlerde “Certificate of Conformity/ Certificate of Quality Control of Goods” belgesi aramaktadır. Kanada ise ürünün sağlık, güvenlik ya da teknik açıdan normlara uygunluğunu denetlemek adına ilgili Bakanlık tarafından (Tarım, Çevre, Sanayi vb.) kontrolünü gümrüklerde gerçekleştirmektedir.

Avustralya'nın kalite standartları gün geçtikçe artış göstermektedir. İlgili gelişmeler için “Standards Australia” kurumunun internet sitesinin takip edilmesi önerilmektedir. Böylelikle Kalite Değerlendirme birimi kanalıyla gerekli bilgilere ulaşılabilecektir. Ek olarak ülkenin elektrik voltajının 220-240 Volt ve 50 devir olmasına makine ve elektrikli cihazların ithalatında dikkat edilmelidir. Ayrıca ülkenin etiketleme standartlarına da dikkat edilmesi gerekmektedir.

ABD'nin güvenlik önlemleri son dönemde artış göstermiş olup, formaliteler ve kontroller daha da sıklaştırılmıştır. İç mevzuatına uymadığı ve milli güvenliğini tehdit ettiğini ön gördüğü durumlarda istinai haklarını kullanabilmektedir. İthalatı gerçekleştirilen ürünlerin teknik mevzuat ve uygunluk değerlendirmeleri ABD Başkanlık Makamı içerisinde yer alan Bütçe ve Yönetim Ofisi tarafından geliştirilmektedir. Federal düzeydeki standartlar, teknik düzenlemeler ve uygunluk değerlendirme usulleri genel olarak

---

<sup>63</sup> Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması: Tek bir vergi konusu üzerinden birden fazla vergi alınmasının engellenmesi

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

Kaynak: TC Ekonomi Bakanlığı, Dış İlişkiler, 2016

<sup>64</sup> TC Ekonomi Bakanlığı, Dış İlişkiler, 2016

Standartlar ve Teknoloji Ulusal Enstitüsü (NIST) tarafından geliştirilmekte ve ürüne göre birçok federal birim yetkilendirilebilmektedir.

Özbekistan'ın ithalat denetimi Uzbekstandart Devlet Ajansı tarafından gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla firmalar, gerekli belgeleri bu kuruma iletmekle yükümlüdür. Fakat ÖZDAVSTANDART, TSE ile birlikte çalıştığı için ürünler ikinci bir kontrole tabi tutulmamaktadır. Pazarda etiketlerin Özbekçe olması zorunluluğu yer almaktadır.

## 6. Değerlendirme ve Sonuç

Küresel Sektör Eğilimleri ve Öncelikli Hedef Pazarlar Analizi Raporu'nda beş hedef pazarın analizi gerçekleştirilmiş ve bu pazarların Türkiye için avantaj oluşturduğu durumlar tespit edilmiştir. Analize dahil edilen bu pazarlar sırasıyla Cezayir, Avustralya, Kanada, ABD ve Özbekistan'dır. Bu kapsamda, hedef ülkelerin gelişmiş ve gelişmekte olan ülke kategorilerinde olduğu ve hem niş hem de olgun pazarlara sahip ülkelerden oluştuğu görülmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde Kanada başta olmak üzere Cezayir ve ABD'nin makine imalat sanayiinde büyük ithalat hacimlerine sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca, yer altı kaynakları sebebiyle ilgili tüm hedef ülkelerin makine imalat sanayii alt sektörlerinden sondaj makineleri için uygun ihracat ortamı sunmaktadır. Ek olarak, Cezayir, Kanada ve Özbekistan gibi ülkeler petrole dayalı ekonomilerini geliştirmek için alternatif sektör arayışları çerçevesinde tarımın gelişmesini hedeflemektedir ve dolaylı olarak değirmen makineleri ithalatında artış yaşanmaktadır.

Avustralya, ABD ve Kanada ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, firmalar için oldukça olumlu bir ortam sunmaktadır. Özbekistan ve Cezayir ise lojistik olarak erişilebilirlikleri açısından öne çıkan ülkelerdir. Hedef ülkeler arasında iş yapma kolaylığı, genel risk skoru ve yolsuzluk algısı bakımından Kanada, Avustralya ve ABD en iyi skorlara sahip ülkeler konumundadır. Öte yandan, Cezayir, Avustralya ve Kanada ilgili tüm alt sektörler için ithalat hacimlerinde büyüme göstermektedir. ABD ve Özbekistan ise daha heterojen bir ithalat eğilimine sahiptir.

Ülkelerin dokuz alt sektördeki ürün ithalatları kıyaslandığında, her bir pazarın en çok ithalat gerçekleştirdiği ilk 5 ürüne ait sıralamalar aşağıda yer almaktadır:

- ▶ **Cezayir pazarında;** sondaj makineleri, katı ambalaj makineleri, sıvı ambalaj makineleri, değirmen makineleri ve metal işleme tezgahları
- ▶ **Avustralya pazarında;** sondaj makineleri, ısıtıcılar ve fırınlar, fanlar, sıvı ambalaj makineleri ve katı ambalaj makineleri
- ▶ **Kanada pazarında;** sondaj makineleri, ısıtıcılar ve fırınlar, fanlar, metal işleme tezgahları ve sıvı ambalaj makineleri
- ▶ **ABD pazarında,** fanlar, ısıtıcılar ve fırınlar, sıvı ambalaj makineleri, metal işleme tezgahları ve katı ambalaj makineleri
- ▶ **Özbekistan pazarında;** sıvı ambalaj makineleri, metal işleme tezgahları, değirmen makineleri, sondaj makineleri ve fanlar

Hedef ülkeler genel yapı itibariyle bölgelerindeki ekonomileri, gelir düzeyi ve ithalat düzeyi ile makine imalat sanayi için oluşturduğu fırsatlar açısından oldukça olumlu bir çerçeveye sahiptir.

- ▶ **Cezayir'in** petrole bağlı ekonomisi, siyasi istikrarsızlıklar ve dolar kurundaki dalgalanmalar ekonomik ortamın hareketliliğine sebebiyet vermektedir. Ayrıca siyasi Petrol dışı sektörler ve sanayiye yatırımın devam etmesi ile makine imalat sanayi için olumlu bir ortama sahip olan ülkede, vergi oranları bakımından herhangi bir avantaj bulunmamaktadır. Afrika bölgesindeki en güçlü ekonomilerden biri olması ve ilgili dokuz ürünü de ithal ediyor olmasının yanı sıra; rakiplerin genel olarak düşük orta ve yüksek fiyat segmentleri ile pazarda yer aldıkları görülmektedir. Sıvı ambalaj, katı ambalaj ve değirmen makineleri için düşük, orta ve yüksek, metal işleme tezgahları, sondaj makineleri, dökme eşya ve ısıtıcılar & fırınlar ürünleri için düşük, rektifiye tezgahları düşük ve orta, fanlar için ise düşük ve yüksek fiyat segmentler ile pazar girilmesi tavsiye edilmektedir.
- ▶ **Avustralya'nın** zengin yer altı kaynaklarının yanı sıra tarım vb. sektörler için yatırımlarının devam edeceği öngörülmektedir. Vergi oranlarında ise STA'sı bulunan ülkeler pazarda etkin konumda yer alırken, Türkiye bu alanda rekabet avantajına sahip değildir. Pazardaki rakiplerin fiyat stratejileri üzerinden bir değerlendirme yapıldığında firmaların ilgili ürünlerde düşük, orta ve yüksek fiyatlı ürünlerle yer aldıkları tespit edilmiştir. Sonuç olarak ilgili alt sektörler özelinde; sıvı ambalaj makineleri, katı ambalaj makineleri, metal işleme tezgahları ve sondaj makineleri için düşük, orta ve yüksek, değirmen makineleri, fanlar, dökme eşya ve ısıtıcılar & fırınlar için düşük fiyat, rektifiye tezgahları için düşük ve yüksek fiyat segmentleri önerilmektedir.
- ▶ **Kanada'nın** petrol başta olmak üzere yine birçok sektördeki faaliyetleri ve ithalatındaki büyüme eğilimleri ihracatçı firmalara büyük potansiyel oluşturmaktadır. Dökme eşya ve ısıtıcılar & fırınlar haricinde hiçbir üründe vergiye tabi tutulmayan Türkiye'nin rekabet seviyesi oldukça yüksektir. Ülkedeki makine imalata bağlı tarım, otomobil vb. sektörlerin varlığı devam etmektedir ve ithalatı artış eğilimine sahiptir. Pazardaki rakiplerin ürün bazlı fiyat stratejileri incelendiğinde genel eğilimin orta ve düşük fiyat ağırlıklı olduğu görülmüştür. Bu durumda, sıvı ve katı ambalaj için orta fiyat, değirmen makineleri, sondaj makineleri, rektifiye tezgahları, fanlar, dökme eşya ve ısıtıcılar & fırınlar için düşük, metal işleme tezgahları için ise düşük, orta ve yüksek segmentli fiyat stratejisinin izlenmesi önerilmektedir.

- ▶ **ABD** pazarında ise yine petrolün büyük etkisi görülmele birlikte zengin yeraltı kaynakları da makine imalat sanayinin gelişimini ve ithalatının devam etmesini etkilemektedir. Türkiye herhangi bir vergi uygulamasına maruz kalmadığı için bu pazarda oldukça avantajlı konumdadır. Bununla birlikte Türkiye, incelenen birçok üründe ihracat oranını arttırmıştır. Pazarda yer alan diğer rakiplerin fiyat segmentlerinin orta ve düşük ağırlıklı olduğu göze çarpmıştır. Dolayısıyla firmaların; sıvı ve katı ambalaj makineleri için orta, değirmen makineleri, sondaj makineleri, rektifiye tezgahları, fanlar, dökme eşya ve ısıtıcılar & fırınlar ürünleri için düşük, metal işleme tezgahları için ise düşük, orta ve yüksek fiyat segmentleri ile yer alabileceği öngörülmektedir.
- ▶ **Özbekistan**, özellikle son dönemde tarım alanında gerçekleştirdiği yatırımlar başta olmak üzere, petrol, doğalgaz gibi makine imalat sanayinin odağındaki alt sektörler için uygun bir yatırım ortamı sunmaktadır. İncelenen ürünler kapsamında genel bir artış eğilimine sahiptir. Hükümetin yabancı yatırımı destekleyen politikası ve ithalata bağımlı bir yapısı bulunmaktadır. İlgili ürünler için pazarda faaliyet gösteren firmaların genel olarak düşük, orta ve yüksek fiyat segment stratejisine sahip oldukları görülmektedir. Firmaların, sıvı ambalaj makineleri için düşük ve yüksek, katı ambalaj makineleri için düşük, orta ve yüksek, metal işleme tezgahları için düşük ve orta, değirmen makineleri, sondaj makineleri, rektifiye tezgahları, fanlar, dökme eşya ve ısıtıcılar & fırınlar ürünleri için düşük fiyat stratejisi uygulamaları tavsiye edilmektedir.

Makine imalat sanayi sektörü kapsamında incelenen dokuz alt sektördeki ihracatın hedef ülkelerde artırılması için bu pazarlara, rakiplerin de pazardaki pozisyonları göz önüne alınarak, farklı stratejiler ile girilmesi önerilmektedir. Bu kapsamda, lojistik konumu, değirmen makineleri vb. ürünlerdeki pazar bilinirliği ve dış ticaretteki standartların TSE ile anlaşmaları ile Özbekistan ve ithalat değerlerinin artış göstermesi, değirmen makineleri gibi alt sektörlerde belirli marka bilinirliğine sahip olunması sebebiyle Cezayir pazarlarına kısa vadede girilmesi önerilmektedir. Bu pazarlar ile firmaların ihracat yetkinliklerini güçlendirmeleri ve diğer hedef pazarlar için gerekli kalite belgeleri ile standartları tamamlamaları hedeflenmektedir. Lojistik konumu itibarıyla zorlayıcı olması beklenen Kanada, Avustralya ve ABD pazarlarına ise orta ve uzun vadede girilmesi ve bu pazarlardaki kalite, inovasyon ve teknolojik gelişmelere yönelik eğilimlerin takip edilerek müşteri beklentilerini karşılayabilmeleri firmaların yararına olabilecektir.

## 7. Ekler

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

### **Potansiyel alıcı bilgileri:**

Cezayir, Avustralya, Kanada, ABD ve Özbekistan'da makine imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren **404** 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 **69'u Cezayir, 99'u Avustralya, 87'si Kanada, 86'sı ABD ve 63'ü Özbekistan'da** konumlanmıştır.

### **Sektör dernekleri & ticaret organizasyonları:**

Makine İmalat sanayi 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, Avustralya, Kanada, ABD ve Özbekistan'da düzenlenen makine imalat sanayi fuarları bu bölümde yer almaktadır. İlgili hedef ülkeye ait fuar takvimi, adres ve iletişim bilgilerine yer verilmektedir. Fuarlarla Konya makine imalat sanayi 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
Değirmen Makineleri	Agroslima	Alger	-	(+213) 21 561592
	GMI - Grande des Machines Industrielles,EURL	Batna	www.dz.kompas.com/c/grandes-machines-industrielles-eurl/dz247522/	(+213) 33 824949
	LMF - La Maison du Filtre,Sarl	El Biar	www.dz.kompas.com/c/la-maison-du-filtre-sarl/dz020984/	(+213) 24 797483
	Mira Mak Sarl	Dely Ibrahim	www.dz.kompas.com/c/mira-mak-sarl/dz262459/	(+213) 21 919372
	PMAT,Spa	Oran	www.pmat-dz.com	-
	SAFPI	Birkhadem	www.safpi-dz.com	(+213) 41 665042
Dökme Eşya	Astra Metal,Sarl	Rouiba	-	(+213) 29 882694
	CSH - Comptoir Saharien d'Hydraulique,Sarl	Ghardaia	www.dz.kompas.com/c/comptoir-saharien-d-hydraulique-sarl/dz106386/	-
	NATRA International,Spa	Boudouaou	www.natra-int.com	(+213) 21 860916
	Nova Business Company,Sarl	El Eulma	www.dz.kompas.com/c/nova-business-company-sarl/dz257986/	(+213) 24 843510
	O.C.A Light	Bir El Djir	www.dz.kompas.com/c/o-c-a-	(+213) 21 819921
	Kader Luminaire,Sarl	Oran	www.dz.kompas.com/c/kader-	(+213) 31 912626
	MATSI - Mondial Air Thermique Solution Industrie,Sarl	Dar El Beida	www.dz.kompas.com/c/mondial-air-thermique-solution-industrie-sarl/dz254487/	(+213) 23 150389

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet Sitesi	Telefon
Fanlar	Al Awel Climatisation Energies & Développement, Sarl	Staoueli	www.dz.kompas s.com/c/al-awel- climatisation- energies- developpement- sarl/dz247117/	(+213) 21 395269
	ECEM, Sarl	Hadjout	www.dz.kompas s.com/c/ecem- sarl/dz177873/	(+213) 21 366467
	Mekelbo Import Export, Eurl	Chéraga	www.elbo.dz	(+213) 24 491821
	Proclim, Sarl	Constantine	-	(+213) 35 671922
	Socaram Spa Direction Générale ALGER	Alger	www.socaram.c om	(+213) 41 460894
	AMIMEX - Ammi Moussa Import Export, EURL	Sidi M'hamed	www.dz.kompas s.com/c/ammi- moussa-import- export- eurl/dz233811/	(+213) 48 557547
	Comatec Algérie, Sarl	Rahmania	www.comatec- airwell.com	-
	GACO, Sarl	Constantine	www.dz.kompas s.com/c/gaco- sarl/dz021580/	(+213) 41 291086
Makine İmalat	FIEP - Fouritures Industrielles & Equipements Professionnels, Sarl	Rouiba	www.dachir- dz.com	(+213) 21 240803
	Pivot - Equipements & Machines Industrielles, EURL	Batna	www.pivotmachi ne.com	(+213) 34 167291
Metal İşleme Tezgahları	DET - Distribution des Equipements, Sarl	Boufarik	-	(+213) 21 878552
	Fasett Algerie Sarl	Alger	-	(+213) 21 860916
	Nouadria Distribution Comptoir Distribution de Matériel	Annaba	www.nouadriadi stribution.com	(+213) 36 668219
	NTW Trading Branch, Sarl	Tizi Ouzou	www.dz.kompas s.com/c/ntw- trading-branch-	(+213) 23 268170
	Soudetole, Eurl	Naciria	www.soudetole. com	(+213) 34 313232
Ambalaj Makineleri	Pap Plast Emballage, Sarl	Dar El Beida	www.dz.kompas s.com/c/pap- plast-emballage- sarl/dz263373/	(+213) 26 205605
	SAIKI Nouredine Group, EURL	Tizi Ouzou	www.dz.kompas s.com/c/saiki- nouredine- group- eurl/dz254409/	-

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet Sitesi	Telefon
Isıtıcılar ve Fırınlar	BEI - Bendjeddou Equipements Industriels	Bordj Bou Arréridj	www.dz.kompas s.com/c/bendjed	(+213) 41 533725
	City Plaza, Sarl	Sidi Bel Abbès	www.dz.kompas s.com/c/city-plaza-sarl/dz256643/	(+213) 23 603903
	El Hillal, Eurl	Annaba	www.dz.kompas s.com/c/el-hillal-eurl/dz238903/	(+213) 23 534650
	FBC - Firrassat Business Center, Sarl	Dely Ibrahim	www.dz.kompas s.com/c/firrassa	(+213) 23 309898
	Habila Import-Export, Eurl	El Oued	www.dz.kompas s.com/c/habila-	(+213) 38 842170
	Home Tech, Eurl	Birkhadem	www.hometech-dz.com	(+213) 21 519313
	Numidis, Spa	Kouba	www.dz.kompas s.com/c/numidis-	-
	Oran Equipements, Eurl	Oran	www.oran-equipements.com	(+213) 29 792501
	Tadj Maktab, Eurl	Oran	www.dz.kompas s.com/c/tadj-maktab-	(+213) 21 855723
Taghi Import-Export, Sarl	Oran	www.dz.kompas s.com/c/taghi-import-export-	(+213) 33 307722	
Rektifiye Tezgahları	Atlas Boulons, Sarl	Dar El Beida	www.dz.kompas s.com/c/atlas-	(+213) 36 519937
	Boulabe Import, Sarl	Dar El Beida	-	(+213) 36 626267
	Eco Plast, Eurl	El Oued	www.dz.kompas s.com/c/eco-plast-eurl/dz255649/	(+213) 21 480000
	Ompros, Sarl	Béjaia	www.dz.kompas s.com/c/ompros-sarl/dz254288/	(+213) 36 662379
	SNS Nour Sahara, Sarl	Hassi Messaoud	www.dz.kompas s.com/c/sns-nour-sahara-	(+213) 21 404982
Kati Ambalaj Makineleri	Innovex Algérie, Sarl	Birkhadem	www.innovexalgérie.com	(+213) 25 474343
	Melman Tools	Hassi Messaoud	www.dz.kompas s.com/c/melman-tools/dz238155/	(+213) 26 213967
	SMEI - Société Mammeri & Fils des Equipements Industriels, Sarl	Batna	www.dz.kompas s.com/c/societe-mammeri-fils-des-equipements-industriels-sarl/dz030026/	(+213) 24 880319
	Algerie Business Developpement Sarl	Alger	-	(+213) 38 420017

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet Sitesi	Telefon
Sıvı Ambalaj Makineleri	Action Setif, Eurl	Sétif	www.dz.kompas s.com/c/action- setif-	(+213) 21 821843
	Coalza Algerie Sarl	Alger	www.dz.kompas s.com/c/pap- plast-emballage-	(+213) 35 739332
	Giny Partner Import- Export, Eurl	Tazmalt	www.dz.kompas s.com/c/giny- partner-import-	(+213) 21 563514
	High Pack, Eurl	Draria	www.highpack.d z	(+213) 33 801164
	Modiche, Eurl	Sétif	www.eurlmodhic he.com	(+213) 33 532928
	Nadatek Kehal & Cie, Sarl	Sétif	www.dz.kompas s.com/c/nadatek	(+213) 982 400848
	Remora Algerie Service, Sarl	Djasr Kassentina	www.remora- dz.com	(+213) 31 973170
	Rimas Trading, Sarl	Sétif	www.dz.kompas s.com/c/nadatek- kehal-cie- sarl/dz216475/	(+213) 21 662035
Sondaj Makineleri	Agremas, Sarl	Mascara	www.dz.kompas s.com/c/agrema	(+213) 45 935453
	Bella, Eurl	Oued Chaâba	-	(+213) 21 368269
	BRH Algérie - Brise Roche Hydraulique, Sarl	Sidi M'hamed	-	(+213) 35 858149
	D.Y Spare Parts, Sarl	Ain Smara	www.dz.kompas s.com/c/d-y- spare-parts- sarl/dz184326/	(+213) 45 266561
	DEM Equipment Algeria, Spa	Oued Smar	-	(+213) 55 378 082
	DMT - Distribution Multi Nationale, Sarl	Hassi Mameche	www.dz.kompas s.com/c/distribut ion-multi- nationale- sarl/dz257409/	(+213) 21 240 803
	El Aiz Import, Sarl	Bir Mourad Rais	www.elaiz.com	(+213) 41 414678
	Équinas Import Export, Eurl	Mansoura	-	(+213) 21 755362
	Frères Bourennane, Sarl	Bordj Bou Arréridj	www.dz.kompas s.com/c/freres- bourennane- sarl/dz237438/	(+213) 21 273050
	Groupe Tahraoui, Sarl	Biskra	www.grouperahr aoui.com	(+213) 21 100237
	Shanglin Algerie, Sarl	Dar El Beida	www.shanglinalg erie.com	(+213) 31 921345
	ZIE - Zebbiche Import Export, Eurl	Ain Bénian	www.dz.kompas s.com/c/zebbich e-import-export- eurl/dz242780/	(+213) 29 754242

## 7.1.2. Avustralya

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Sondaj Makineleri	Australian Foundation, Drilling & Shoring Contractors Pty Limited	Anna Bay	www.afdsdrill.com.au	(+61) 0418 822 037
	360 Drilling Pty Limited	West Kalgoorlie	www.360drilling.com.au	(+61) 0890 919 955
	Frank Walsh Drilling	Totness	www.frankwalshdrilling.com.au	(+61) 0883 911 433
	A Access Piling & Rock Drilling	Croydon	www.accessexcavation.com.au	(+61) 0418 353 238
	Bayside Trenching & Boring	Baxter	www.baysideboring.com.au	(+61) 0397 753 566
	Coe Drilling Pty Limited	Queensland	www.coedrilling.com.au	(+61) 0730 291 300
	Riverland Horizontal Drilling P/L	Echuca	www.rhdrilling.com.au	(+61) 0418 691 765-0407 787 713
	Silver City Drilling	Alice Springs	www.silvercitydrilling.com.au	(+61) 0889 522 966
	Spaulding Drillers Pty Limited	Devonport Tasmania	www.spauldingdrillers.com.au	(+61) 0364 246 900
	Total Drilling Pty Limited	New South Wales	www.totaldrilling.com.au	-
Fanlar	Fallon Electrical, Plumbing & Air Conditioning	Brisbane QLD	www.fallonsolutions.com.au	(+61) 1300 762 260
	Safe & Sure Electricians, Air Conditioning and Solar	Sandgate Queensland	www.safe-sure.com.au	(+61) 0732 699 773
	Aeromac	Darra QLD	www.aeromac.com.au	(+61) 1800 333 503
	Indux Environmental Systems	New South Wales	www.indux.com.au	(+61) 0299 720 155
	CMS Services	Gawler	www.cmsservices.com.au	(+61) 0412 857 012
	AirEng	Victoria	www.aireng.com.au	(+61) 0397 381 999
	Dual Heating	Ringwood, VIC	www.dualheating.com.au	(+61) 0398 741 299
	Eurobodalla Refrigeration & Airconditioning Pty Limited	Batemans New South Wales	www.airconditioningandrefrigeration.com.au	(+61) 0244 725 004
Jeff Mouritz Gas&Air	Willetton WA Perth	www.gasair.com.au	(+61) 1300 369 690	

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Değirmen Makineleri	Machines4u Pty Ltd	Victoria	www.machines4u.com.au	(+61) 1300 092 545
	Titan Machinery	Tuggerah	www.titanmachinery.com.au	(+61) 0405 148 399
	600 Machine Tools	Salisbury	www.600machinery.com.au	(+61) 0732 774 844
	Hobby Tools	Victoria	www.hobbytools.com.au	(+61) 0395 877 734
	CNC Machinery Sales	Yamba	www.cncmachinery.com.au	(+61) 1300 262 622
	Okuma Australia Pty Ltd	Melbourne	www.okumaaustralia.com.au	(+61) 0397 575 888
	General Tools Pty. Ltd.	South Australia	www.generaltools.com.au	(+61) 0882 626 199
	Fiora Machinery	Western Australia	www.fioramachinery.com.au	(+61) 0893 561 811
	TradePlantEquipment	Victoria	www.tradeplantequipment.com.au	(+61) 1300 362 272
	Agrispare Importers and Wholesalers	Cavan	www.agrispare.com.au	(+61) 0882 605 419
Dökme Eşya	Applied Machinery Pty Limited	Dandenong	www.appliedmachinery.com.au	(+61) 0397 068 066
	Asset Plant & Machinery Pty Limited	Dandenong	www.assetplant.com	(+61) 1800 812 415
	Bradbury Group Australia	Kingston	www.bradburygroup.com	(+61) 0732 993 111
	Haco-Kingsland Australia	Craigieburn	www.hacoaustralia.com.au	(+61) 0397 918 255
	Kleen Sales & Services Pty Limited	Salisbury	www.kleen.com.au	(+61) 0733 738 234
	SED Manufacturing Services	Wynyard	www.sedesign.com.au	(+61) 0364 421 564
	Alan Beckwith Macbro Pty Ltd	Coburg	www.beckwithmacbro.com.au	(+61) 0393 558 555
	B.R. Durham & Sons	Mulgrave	www.durham.com.au	(+61) 0245 877 011
	Flocast Australia Pty. Ltd.	Victoria	www.flocast.com.au	(+61) 0393 506 333
	Icon-Septech Pty Ltd	Queensland	www.icon-septech.com.au	(+61) 0734 415 100

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Sıvı Ambalaj Makinesi	Allied Industries Process and Packaging	Sydney	www.alliedindustries.com.au	(+61) 0294 370 388
	AccuCorp Pty Ltd	Willetton	www.accucorp.com.au	(+61) 0892 595 535
	Australian Weighing Equipment Group	Ingleburn	www.awe.com.au	(+61) 1300 044 044
	Fibre King Pty Ltd	Clontarf	www.fibreking.com	(+61) 0738 894 400
	Flex Pack Service & Supplies Pty Ltd	Victoria	www.flexpackservice.com.au	(+61) 0395 686 899
	HAVER & BOECKER Australia	Malaga	www.haveraustralia.com.au	(+61) 0862 406 900
	Klausen Trading Company	Kings Park	www.klausen.net.au	(+61) 0296 723 222
	Minipack International Pty Ltd	Victoria	www.minipack.com.au	(+61) 0393 578 400
	Nupac Industries Pty Ltd	Victoria	www.nupac.com.au	(+61) 0395 848 111
	Packit Industrial Packaging	Queensland	www.packit.net.au	(+61) 0731 720 787
Isıtıcılar ve Fırınlr	BBQS-R-US The BBQ Specialists	Whitehorse Rd, Mitcham	www.bbqsrus.com.au	(+61) 0398 731 444
	BBQ Factory Outdoor Furniture	Castle Hill	www.bbqfactory.com.au	(+61) 1300 300 227
	Garth Living Pty. Ltd.	Epping	www.garth.com.au	(+61) 0385 667 660
	Schweige Pty Ltd	Mount Waverley	www.schweigen.com.au	(+61) 0437 747 545
	Belling	Victoria	www.belling.com.au	(+61) 1300 556 816
	2nds World	Auburn	www.2ndsworld.com.au	(+61) 0297 484 898
	The Good Guys	Alexandria	www.thegoodguys.com.au	(+61) 0296 936 000
	Federal Hospitality Equipment - F.E.D	Sydney	www.foodequipment.com.au	(+61) 1300 659 409
Appliances Online Pty Limited	Redfern	www.appliancesonline.com.au	(+61) 0296 940 400	
Cafe & Hotel Supplies Pty Ltd.	Queensland	www.hospitalitysuperstore.com.au	(+61) 1300 721 694	

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Rektifiye Tezgahları	B V (Barrel & Vibratory) Products Pty. Ltd.	Carrum Downs	www.bvproducts.com.au	(+61) 0397 750 898
	Hare & Forbes Machineryhouse	Sydney	www.machineryhouse.com.au	(+61) 0298 909 111
	General Tools Pty. Ltd.	South Australia	www.generaltools.com.au	(+61) 0882 626 199
	Machines4u Pty Ltd	Victoria	www.machines4u.com.au	(+61) 1300 092 545
	Fiora Machinery	Western Australia	www.fioramachinery.com.au	(+61) 0893 561 811
	Atlas Copco	Blacktown	www.atlascopco.com.au	(+61) 1800 801 489
	Benson Machines	Silverwater	www.bensonmachines.com	(+61) 1800 687 898
	TradePlantEquipment	Victoria	www.tradeplantequipment.com.au	(+61) 1300 362 272
	Castle Tools Tyrolit Pty Limited	Matraville	www.diamondtools.net.au	(+61) 0293 166 600
	Flipstock Pty Ltd	Queensland	www.amanstoyshop.com.au	(+61) 0749 228 399
Fanlar	A Aeromac	Indooroopilly	www.aeromac.com.au	(+61) 1800 333 503
	A 7 Day Evap Air Conditioning Service	Duncraig	www.a7dayevapairconditioning.com	(+61) 0418 631 612
	A.C. Warehouse	Dubbo	www.oneillair.com.au	(+61) 0268 822 644
	AC4U Air Conditioning	Torquay	www.ac4u.com.au	(+61) 0412 002 900
	ACSIS Airconditioning Warehouse	O'Connor	www.acsair.com.au	(+61) 0893 142 763
	AJM's Air Conditioning Center	Lismore	www.ajmairconditioning.com.au	(+61) 0266 213 381
	AMAC Air Conditioning	Glen Eden	www.amacairqld.com.au	(+61) 0749 790 503
	Aaerfusion Pty Limited	Brisbane	www.aaerfusion.com.au	(+61) 0731 682 164
	Abraham Air	23 Stirling St	www.abrahamair.net.au	(+61) 0406 537 550
	Air Comfort Co. Of Aust. Pty Limited	Crows Nest	www.aircomfort.com.au	(+61) 0294 393 346

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Katı Ambalaj Makinesi	AccuCorp Pty Ltd	Willetton	www.accucorp.com.au	(+61) 0892 595 535
	Nupac Industries Pty Ltd	Victoria	www.nupac.com.au	(+61) 0395 848 111
	Packit Industrial Packaging	Queensland	www.packit.net.au	(+61) 0731 720 787
	ULMA Packaging Pty Ltd	Brisbane	www.ulmapackaging.com	(+61) 0738 606 119
	Tronics Pty Ltd	Victoria	www.tronics.com.au	(+61) 0393 552 300
	Solari Packaging Systems Pty. Ltd	Cronulla	www.solari.com.au	(+61) 0295 440 002
	RECOPAK Machinery Pty Ltd	Cobram	www.recopak.com.au	(+61) 0358 711 955
	Venus Hartung Pty Ltd	Victoria	www.venuspack.com.au	(+61) 0394 281 652
	Techno-Pak Pty Ltd	Victoria	www.technopak.com.au	(+61) 0395 536 969
	Emrich Packaging Machinery Pty. Ltd.	Victoria	www.emrich.com.au	(+61) 1800 801 243
Metal İşleme Tezgahları	Durapac	Geebung	www.durapac.com	(+61) 0738 654 006
	Afkos Industries	Balcatta	www.afkos.com.au	(+61) 0893 454 333
	Brisford Pty Ltd	Keysborough	www.brisford.com	(+61) 0397 981 765
	Birrus International Pty Ltd	Victoria	www.birrus.com.au	(+61) 0397 692 646
	Ceramet Pty. Ltd	Victoria	www.ceramet.com.au	(+61) 0353 356 641
	RYCO Hydraulics Pty. Ltd.	Victoria	www.ryco.com.au	(+61) 1300 111 247
	Smith Industrial Pty Ltd	Dubbo	www.smithindustrial.com.au	(+61) 0268 852 986
	Hare & Forbes Machineryhouse	Sydney	www.machineryhouse.com.au	(+61) 0298 909 111
	General Tools Pty. Ltd.	South Australia	www.generaltools.com.au	(+61) 0882 626 199
	Machines4u Pty Ltd	Victoria	www.machines4u.com.au	(+61) 1300 092 545

### 7.1.3. Kanada

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet Sitesi	Telefon
Ambalaj Makineleri	877418 Ontario Ltd.	Ontario	www.steeltek.on.ca	(+1) (705) 526 5810
	Barlow Manufacturing	Ontario	www.barlowpackaging-com.factoreprevieiw.ca	(+1) (905) 561 2440
	Best Packaging Systems Inc.	Ontario	www.bestpackagingsystems.com	(+1) (905) 864 3005
	De Luxe Produits de papier inc.	Québec	www.deluxepaper.com	(+1) (514) 645 4571
	JemPak GK Inc.	Ontario	www.jempak.com	(+1) (905) 738 5656
	Newmapak Ltd.	Quebec	www.newmapak.com	(+1) (514) 866 5572
	PallayPack Inc.	Quebec	www.pallaypack.com	(+1) (514) 630 1818
Değirmen Makineleri	Bell Machinery LTD.	British Columbia	www.bellmachineryltd.com	(+1) (604) 988 6169
	Busy Bee Tools	Ontario	www.busybeetools.com	(+1) (905) 738 5115
	C.B.Tool & Machinery Co. Ltd.	Concord	www.cbtool.ca	(+1) (416) 749 5941
	DMG MORI	Ontario	www.ca-en.dmgmori.com	(+1) (905) 795 2891
	Haas Automation, Inc.	Oxnard	www.haascnc.com	(+1) (805) 278 1800
	King Canada Inc.	Ontario	www.kingcanada.com	(+1) (905) 738 3622
	Modern Tool Ltd.	Alberta	www.moderntool.com	(+1) (403) 236 1150
	RobotShop Inc.	Quebec	www.robotshop.com	(+1) (450) 420 1446
	Seguin Machinery	Vaudreuil	www.seguin-machinery.com	(+1) (514) 935 3531
	Stan-Canada	Edmonton	www.stancanada.com	(+1) (780) 465 3667

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet Sitesi	Telefon
Dökme Eşya	Alpha Boiler and Pressure Vessels Inc.	British Columbia	-	(+1) (604) 219 8195
	Anotec Industries Ltd	British Columbia	www.anotec.com	(+1) (604) 514 1544
	Archie McCoy (Hamilton) Limited	Ontario	www.amccoy.com	(+1) (519) 647 3411
	Brown Foundry Ltd.	Ontario	-	(+1) (613) 543 2944
	Canada Municipal Castings Ltd.	New Brunswick	-	(+1) (506) 633 9895
	Integra Castings Inc.	Manitoba	www.integra-inc.com	(+1) (204) 325 7376
	Norwood Foundry Limited	Alberta	www.norwoodfoundry.com	(+1) (780) 955 8844
	Robar Industries Ltd.	British Columbia	www.robarindustries.com	(+1) (604) 591 8811
	Sovereign Castings Ltd.	Alberta	-	(+1) (403) 252 1228
	Summerstown Foundry Limited	Ontario	-	(+1) (613) 931 1110
	The Bowmanville Foundry Co. Ltd.	Ontario	www.bowmanvillefoundry.com	(+1) (905) 623 3313
Fanlar	A to Z Hvac LLC	Vancouver	www.atozhvac.info	(+1) (360) 513 8018
	AAF Canada inc	Quebec	www.aafintl.com	(+1) (514) 333 9048
	Airmaster Sales Ltd.	Manitoba	www.airmastervent.com	(+1) (204) 944 7446
	Canada Blower	-	www.canadianblower.com	(+1) (866) 225 6937
	Canarm Ltd.	Ontario	www.canarm.com	(+1) (613) 342 5424
	Nu-Air Ventilation Systems Inc.	Nova Scotia	www.nu-airventilation.com	(+1) (902) 798 2261
	Portsmouth Atlantic Ltd	Charlottetown	-	(+1) (902) 892 9885
	Sure Flame Products	Alberta	www.sureflame.ca	(+1) (403) 328 5353
	Ventilation Industrielle GL (VIGI) Inc	Varenes	-	(+1) (450) 652 7187
Isıtıcılar ve Fırınlar	4145151 Canada Inc	Charlottetown	-	(+1) (902) 629 1500
	Canadian Tire	Ontario	www.canadiantire.ca	-
	Crown Verity Inc.	Ontario	www.crownverity.com	(+1) (888) 505 7240
	Flagro Industries Limited	Ontario	www.flagro.on.ca	(+1) (905) 685 4243
	MC Commercial Inc.	Ontario	-	(+1) (905) 315 2300
	Napoleon Appliance Corporation	Ontario	www.napoleongrills.com	(+1) (705) 726 4278

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet Sitesi	Telefon
Katı Ambalaj Makineleri	AFA Systems Ltd	Ontario	www.afasystems inc.com	(+1) (905) 456 8700
	CiMa-Pak Corporation	Ontario	www.cimapak.com	(+1) (905) 612 0053
	Emballage Coderre Packaging Inc.	Quebec	www.embcoderr e.com	(+1) (819) 395 4224
	Premier Tech Ltd.	Quebec	www.premiertec h.com	(+1) (418) 867 8883
	Propack Processing & Packaging Systems Inc.	Ontario	www.propack.ca	(+1) (905) 563 9400
	Weighpack Systems Inc.	Quebec	www.weighpack.com	(+1) (514) 422 0808
	Winpak Ltd.	Manitoba	www.winpak.com	(+1) (204) 889 1015
Metal İşleme Tezgahları	Adel Automation Inc	Ontario	www.adelautom ation.com	(+1) (905) 881 7142
	Cassco Machines	Ontario	www.casscomachines.com	(+1) (416) 445 3790
	Dieffenbacher North America Inc.	Ontario	-	(+1) (519) 979 6937
	Iafrate Machine Works Ltd.	Ontario	www.iafratemac hine.com	(+1) (905) 227 6141
	Industries Tilly Inc	Quebec	-	(+1) (514) 331 4922
	L.A.C. Machine & Tooling Limited	Ontario	www.lactooling.com	(+1) (416) 798 7725
	Lauer Machine and Manufacturing Ltd.	Ontario	-	(+1) (519) 941 2140
	Magnum Integrated Technologies	Ontario	www.magnum-integrated.com	(+1) (905) 455 0402
	Maurice Mechanical Services Ltd.	Ontario	-	(+1) (705) 549 2663
	Pacific Bending Inc.	British Columbia	www.pacificbending.com	(+1) (604) 463 8900
	Romeo Machine Shop & Manufacturing Limited	Ontario	www.romeomac hine.com	(+1) (519) 253 6366
Rektifiye Tezgahları	All Tool Manufacturing Inc	Ontario	www.alltoolgroup .com	(+1) (905) 578 2752
	Hazura Manufacturing Ltd.	Ontario	www.hazura.ca	(+1) (519) 978 1646
	Jas Industrial	Alberta	www.jasindustri al.com	(+1) (403) 279 7460
	Pinnacle Industrial Automation Inc.	Ontario	www.pinnacle-ia.com	(+1) (519) 766 0567
	Precix Advanced Cutting Technologies Inc	British Columbia	www.precix.com	(+1) (604) 513 0400
	QPM Products	British Columbia	www.qpmproducts.com	(+1) (250) 549 2320
	Racer Machinery International Inc.	Ontario	www.racerintern ational.com	(+1) (519) 623 6223

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet Sitesi	Telefon
Sıvı Ambalaj Makineleri	Canadian Woodworker Ltd.	Manitoba	www.canadianwoodworker.com	-
	Chisholm Machinery Solutions	Ontario	www.chisholmmachinery.com	(+1) (905) 356 1119
	FTG Inc.	Ontario	www.ftgcorp.com	(+1) (416) 299 4000
	HC Matcon Inc. / HCM Contractors Inc.	Ontario	www.hcgroup.ca	-
	J.R. Normand Inc.	Quebec	www.normand.ca	(+1) (888) 881 7778
	JDA Progress Industries	Ontario	www.jdaprogres.com	(+1) (905) 850 6488
	MD Packaging Sales Inc	Ontario	www.mdpackaging.com	(+1) (905) 477 0552
Sondaj Makineleri	Bahra Enterprises Inc.	Ontario	www.bahraent.com	(+1) (905) 792 0037
	GDT Trading Inc.	Alberta	www.gdttrading.com	(+1) (780) 962 4848
	Marcel Equipment Limited	Ontario	www.marcelequipment.com	(+1) (519) 686 1123
	Readyquip Sales and Service Ltd.	Ontario	www.readyquip.com	(+1) (705) 268 7600
	Eastrock Inc.	Ontario	www.eastrock.com	(+1) (613) 737 3963
	Parts HeadQuarters Inc	Ontario	www.partshq.com	(+1) (905) 332 3271
	Nelson Machinery & Equipment Ltd.	British Columbia	www.nelsonmachinery.com	(+1) (604) 985 5331
	Hurley Mining Equipment & Services Inc	Ontario	www.thehurleygroup.com	(+1) (705) 682 0681
	Orientek Inc	Ontario	-	(+1) (905) 470 7711
	Penta Completions Supply and Services Ltd	Alberta	www.pentarods.com	(+1) (780) 436 6644
	Selix Equipment Inc	Ontario	www.selix.ca	(+1) (613) 859 7403
	Mine Supply Company	Saskatoon	www.minesupplyco.com	(+1) (306) 653 1056

## 7.1.4. ABD

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Sıvı Ambalaj Makinesi	Illinois Tool Works Inc	Glenview	www.itw.com	(+1) 847 724 7500
	Sealed Air Corporation	Elmwood Park	www.sealedair.com	(+1) 201 791 7600
	American Gilsonite Company	Midland	www.americangilsonite.com	(+1) 432 694 1994
	Muller Martini	Hauppauge	www.mullermartini.com	(+1) 631 582 4343
	Norland International Inc	Lincoln	www.norlandintl.com	(+1) 402 441 3737
	Capplus Technologies Inc	Phoenix	www.capplustech.com	(+1) 623 582 2800
	Unisource Worldwide Inc	Norcross	www.unisourceworldwide.com	(+1) 770 447 9000
	Pro Mach, Inc.	Covington	www.promachinc.com	(+1) 513 831 8778
	American Blending & Filling Company	Waukegan	www.visualpak.com	(+1) 847 689 1000
	Integrated Packaging Mch Llc	Grand Rapids	www.callipm.com	(+1) 616 531 7758
Fanlar	S&P USA Ventilation Systems, LLC	Jacksonville	www.solerpalau-usa.com	(+1) 800 961 7370
	Ace Hardware Corporation	Oak Brook	www.acehardware.com	(+1) 630 990 6600
	Aerovent	Minneapolis	www.aerovent.com	(+1) 763 551 7500
	Big Lots Inc	Columbus	www.biglots.com	(+1) 614 278 6800
	Fastenal Company	Winona	www.fastenal.com	(+1) 507 454 5374
	Great Neck Saw Manufacturers Inc	Mineola	www.greatnecksaw.com	(+1) 516 746 5352
	Msc Industrial Direct Co Inc	Melville	www.mscdirect.com	(+1) 516 812 2000
	Craftmade International Inc	Coppell	www.craftmade.com	(+1) 972 393 3800

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Değirmen Makineleri	Satake Usa Inc	Houston	www.satake-usa.com	(+1) 281 276 3600
	Emerson Electric Co	Princeton	www.gotoemerson.com	(+1) 812 385 2564
	Quality Manufacturing Co Inc	Winchester	www.qmiky.com	(+1) 859 744 0420
	Bratney Equipment Co	Des Moines	www.bratney.com	(+1) 515 974 6000
	Westrup Inc	Plano	www.westrup.com	(+1) 972 881 8557
	Brownwick Llc	Pocatello	www.thewondermill.com	(+1) 208 234 9352
	International Process Plants	Houston	www.ippe.com	(+1) 609 586 8004
	Heidenhain Corporation	Schaumburg	www.heidenhain.com	(+1) 847 490 1191
	Kent Industrial USA	California	www.kentusa.com	(+1) 714 258 8526
	Glen Mills Inc	Clifton	www.glenmills.com	(+1) 973 777 0777
Rektifiye Tezgahları	Thyssenkrupp Presta	Mexico	www.thyssenkrupp.com	(+1) 227 102 6322
	Stahli Usa Inc.	Lake Zurich	www.stahliusa.com	(+1) 847 719 0360
	Sunnen Products Co.	Missouri	www.sunnen.com	(+1) 314 781 2100
	Gehring L.P.	Farmington Hills	www.gehring.de	(+1) 888 923 9760
	The Gleason Works	New York	www.gleason.com	(+1) 585 473 1000
	Lapmaster International	Illinois	www.lapmaster-wolters.com	(+1) 877 352 8637
	Campbell Grinder Inc.	Spring Lake	www.campbellgrinder.com	(+1) 231 798 6464
	Hardinge Inc	Elmira	www.hardinge.com	(+1) 607 734 2281
	United Grinding Technologies Inc	Miamisburg	www.grinding.com	(+1) 937 859 1975
	Nova Meccanica Corporation	Troy	www.novagrinders.com	(+1) 248 588 2900

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Isıtıcılar ve Fırınlar	Ace Hardware Corporation	Oak Brook	www.acehardware.com	(+1) 866 290 5334
	Big Lots Inc	Columbus	www.biglots.com	(+1) 614 278 6776
	Fastenal Company	Winona	www.fastenal.com	(+1) 877 507 7555
	Emerson Electric Co	Saint Louis	www.emerson.com	(+1) 314 553 2000
	Illinois Tool Works Inc	Glenview	www.itw.com	(+1) 847 724 7500
	General Mills Inc	Minneapolis	www.generalmills.com	(+1) 800 248 7310
	Jones Stephens Corp	Moody	www.jonesstephens.com	(+1) 800 355 6637
	Lennox International Inc	Richardson	www.lennoxinternational.com	(+1) 800 953 6669
	Stuller Inc	Lafayette	www.stuller.com	(+1) 800 877 7777
	Tecumseh Products Company	Ann Arbor	www.tecumseh.com	(+1) 734 585 9500
Sondaj Makineleri	Industrial Motor Power Corporation	Los Angeles	www.impcorporation.com	(+1) 323 268 3380
	Criterion Catalysts & Technologies Lp	Port Allen	www.criterioncatalysts.com	(+1) 225 242 1200
	Lancaster Colony Corporation	Leesburg	www.snaponindustrialbrands.com	(+1) 937 780 2711
	Marque International Inc	Lombard	www.marqueglobal.com	(+1) 630 691 0888
	Golden Lyon Investment Co	Los Angeles	www.wyintl.com	(+1) 323 726 9409
	N T Ruddock Co	Cleveland	www.ntruddock.com	(+1) 440 439 4976
	Fabrication Chip Turning CNC.	Pennsylvania	www.eriefabchipcnc.com	(+1) 814 836 4692
	Parker Drilling Company	Houston	www.parkerdrilling.com	(+1) 281 406 2000
	Scientific Drilling International Inc	Houston	www.scientificdrilling.com	(+1) 800 514 8949
Weatherford International Llc	Broussard	www.weatherford.com	(+1) 713 836 4000	

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Dökme Eşya	General Foundries Inc.	New Jersey	www.generalfoundriesinc.com	(+1) 732 951 9001
	SIP Industries	Houston	www.sipindustries.com	(+1) 877 921 6111
	Zurn	Pittsburgh	www.zurn.com	(+1) 814 455 0921
	Alhambra Foundry Company, Ltd.	Alhambra	www.alhambrafoundry.com	(+1) 626 289 4294
	American Roll Group, LLC	Arizona	www.americanrollgroup.homestead.com	(+1) 480 502 9018
	Harisons Industrial Products INC.	New Jersey	www.harisons.com	(+1) 732 321 5076
	EVRAZ	Chicago	www.evrazna.com	(+1) 312 533 3555
	Amos Industries Inc.	Warrenville	www.amosind.com	(+1) 630 393 0606
Katı Ambalaj Makinesi	All-Vac Industries Inc	Skokie	www.allvacindustries.com	(+1) 847 675 2290
	Pro Mach, Inc.	Covington	www.promachinc.com	(+1) 513 831 8778
	Rapid Packaging	Champlin	www.rapidpackaging.com	(+1) 800 422 0538
	Mclean Packaging Corporation	Moorestown	www.mcleanpackaging.com	(+1) 800 923 7801
	Graphic Packaging International Inc	Crosby	www.graphicpkg.com	(+1) 770 240 7200
	Accutek Packaging Equipment Co Inc	Vista	www.accutekpackaging.com	(+1) 800 989 1828
	Hillas Packaging Inc	Fort Worth	www.hillas.com	(+1) 800 952 7424
	Pac Strapping Products Inc	Exton	www.strapsolutions.com	(+1) 800 523 7752
	Prosource Packaging Inc	Houston	www.machine-solution.com	(+1) 800 203 0233
	Technik Packaging Machinery Llc	Covington	www.technikpackaging.com	(+1) 800 270 0318
Metal İşleme Tezgahları	Wholeslae Tool	Michigan	www.wttool.com	(+1) 800 521 3420
	Rockler	New York	www.rockler.com	(+1) 800 279 4441
	Fisher Tools	Arizona	www.fishertools.com	(+1) 800 390 4063
	Jet Tools	New Sanford	www.jettools.com	(+1) 888 804 7129
	Toolbarn	Omaha	www.toolbarn.com	(+1) 866 597 3850
	Axminster Tools	Texas	www.axminster.co.uk	(+1) 800 371822
	Msc Industrial	New York	www.mscdirect.com	(+1) 800 645 7270
	Travers Tool Co. Inc.	New York	www.travers.com	(+1) 718 886 7200
	Grainger	Illinois	www.grainger.com	(+1) 800 472 4643
	DXP Enterprises, Inc.	Houston	www.dxpe.com	(+1) 713 996 4700

## 7.1.5. Özbekistan

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet Sitesi	Telefon
Ambalaj Makineleri	Aksa Plastic Ltd	Tashkent	-	(+998 95) 1451531
	Asal Plastik Ltd.	Tashkent	-	(+998 98) 3134404
	Bencopack Ltd.	Tashkent	-	(+998 71) 2321342
	Chang-Jang Foreign Enterprise	Tashkent	-	(+998 93) 3806888
	Daewoo Pack Ltd	Tashkent	-	(+998 71) 2951882
	Fibi-Poligraf Ltd.	Tashkent	-	(+998 71) 2697420
	Texno-Temp Ltd.	Tashkent	-	(+998 98) 8094663
Dökme Eşya	"Bw" Industrial-Trade Private Enterprise	Bukhara	-	(+998 90) 7125436
	Avangardnaya Kovka Ltd.	Tashkent	-	(+998 97) 8040489
	Gidrant Globus Servis	Tashkent	-	(+998 90) 9572343
	Kasting Real Ltd.	Tashkent	-	(+998 90) 3475351
	Temir Beton Ltd.	Tashkent	-	(+998 90) 3158040
Dökme Eşya ve Makine İmalat	Antik Metall Private Enterprise	Tashkent	-	(+998 90) 9020829
	Rubin-Shams Ltd.	Bukhara	-	(+998 90) 7100170
Isıtıcılar ve Fırınlr	Belrossavdo	Tashkent	www.belrossavdo.uz	(+998 71) 1203065
	Elite Ltd.	Urgut	-	(+998 95) 5005555
	Sam Silver Plast. Ltd.	Urgut	-	(+998 98) 2732923
	Dangara Kitchen Equipment Ltd.	Dangara	-	(+998 91) 2864477
	Techno Mart	Tashkent	www.technomart.uz	(+998 71) 2001234
Makine İmalat	Almalik Metall Ltd.	Almalyk	-	(+998 93) 1828197
	Altair-Met. Kon. Ltd.	Tashkent	-	(+998 97) 2691501
	Iron-Gkh Ltd.	Tashkent	-	(+998 97) 3353419
	Micros Trade Mark	Tashkent	www.micros.uz	(+998 97) 2003434
	Neotemp Ltd.	Tashkent	www.neotemp.uz	(+998 97) 2506701
	Panorama Vision Ltd.	Tashkent	www.posm.uz	(+998 71) 2833344
	Svarok Metall Ltd	Tashkent	-	(+998 97) 3388719
	Tashkent Experimental Mechanical Plant Ltd	Tashkent	-	(+998 71) 2552827
	Viniks Ltd.	Tashkent	www.viniks.net	(+998 71) 2672507

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet Sitesi	Telefon
Katı Ambalaj Makineleri	Da Wei Trade Mark	Tashkent	-	(+998 71) 1508008
	Dela Store Tm (Techno Inter Finans Ltd.)	Tashkent	-	(+998 71) 1500899
	Ekopak Osiyo Ltd.	Tashkent	-	(+998 71) 2370733
	Food Galaxy Ltd.	Tashkent	-	(+998 98) 1262234
	Goldenflex Ltd.	Tashkent	-	(+998 90) 9689989
	LL Plasttechnology Ltd. Foreign Enterprise	Tashkent	-	(+998 97) 8033103
Sıvı Ambalaj Makineleri	Upakmash Ltd.	Tashkent	-	(+998 90) 1875841
	Leading Force Co. Uzbek-Swiss Jv	Tashkent	www.lfc.uz	(+998 71) 2371006
Değirmen Makineleri	Hayot Irjo Firm	Tashkent	-	(+998 90) 3743404
	Tegimron Ltd.	Tashkent	-	(+998 71) 2984650
	Tegimron Montaj Servis Ltd.	Kitab	-	(+998 95) 5051052
Sondaj Makineleri	Alternativa Kurilish Ltd.	Tashkent	-	(+998 71) 2538398
	Uraland Ltd.	Tashkent	www.andbursevis.uz	(+998 71) 2798833
	Baktra Ltd. Jv	Tashkent	-	(+998 71) 1206614
	Bentonite Ltd.	Tashkent	www.bentonite.uz	(+998 71) 2362869
	Botir-Tav Private Enterprise	Tashkent	-	(+998 93) 1842221
	Bukhara Repair-Mechanical Plant Public Corporation	Bukhara	-	(+998 65) 2255803
	Gidroteotekhnika Ltd.	Tashkent	-	(+998 71) 2627103
	Gidropetsstroy Public Corporation	Tashkent	-	(+998 71) 2448713; 2448711; 2448714
	Kashkadario Public Corporation	Karshy	-	(+998 75) 2275291
	KTS Drilling Branch	Tashkent	-	(+998 95) 1704080
	MGM Vostok Systems Ltd.	Tashkent	-	(+998 90) 9389727
	Neftegazremont Public Corporation	Mubarek	-	(+998 75) 7710922
	Nikotex Ltd.	Tashkent	-	(+998 71) 2683050
	Sahovat. Small Enterprise	Andizhan	-	(+998 74) 2602000
Surhon Parmalash Public Corporation	Kumkurgan	-	(+998 76) 4651242	

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet Sitesi	Telefon
Fanlar	Agesa Group Ltd.	Tashkent	www.goldenpag es.uz/en/rubrics /?Id=1418&Page=0&Print	(+998 71) 2675765
	Eurovent	Tashkent	www.goldenpag es.uz/en/rubrics /?Id=1418&Page=0&Print	(+998 71) 2691888
	Climatic Group Ltd.	Tashkent	www.climat.uz	(+998 71) 2551399
	Italheat Group Ltd.	Tashkent	www.goldenpag es.uz/en/rubrics /?Id=1418&Page=2&Print	(+998 71) 2789790
	Cool System Ca Ltd.	Tashkent	www.cscs.uz	(+998 71) 2338586
	Jahon & K.Private Industrial Firm	Tashkent	www.ventilyator. uz	(+998 97) 2584458
	Petroservis Ltd.	Tashkent	-	(+998 97) 8048781
	Sanotek-Altro Ltd.	Tashkent	www.sanotekalt ro.uz	(+998 97) 2440996
	Zpromholodmontaj Ltd.	Tashkent	www.uzphm.uz	(+998 71) 1207878

## 7.2. Sektör Dernekleri ve Ticaret Organizasyonları

Dernek Adı	Telefon	İnternet Sitesi	Ülke	Email
Algerian Chamber of Commerce and Industry	021 96 77 77/ 021 96 66 66	<a href="http://www.caci.dz/en-us">http://www.caci.dz/en-us</a>	Cezayir	infos@caci.dz
Australian Manufacturing Technology Institute Limited	+61 3 9800 3666	<a href="http://www.amtil.com.au/Home">http://www.amtil.com.au/Home</a>	Avustralya	info@amtil.com.au
Australian Machine Tool Distributors Association	-	<a href="http://www.amtda.asn.au/">http://www.amtda.asn.au/</a>	Avustralya	-
Australasian (iron & steel) Slag Association	02 4258 0160	<a href="http://www.asa-inc.org.au/">http://www.asa-inc.org.au/</a>	Avustralya	-
Australian Institute of Packaging	+61 7 3278 4490	<a href="http://aipack.com.au/">http://aipack.com.au/</a>	Avustralya	info@aipack.com.au
Australian Packaging and Processing Machinery Association Limited	1300 787 122/ +61 (0) 7 3278 3134	<a href="http://www.appma.com.au/">http://www.appma.com.au/</a>	Avustralya	appma@appma.com.au
Australian Die Casting Association	+61 413 671 345	<a href="http://www.diecasting.asn.au/">http://www.diecasting.asn.au/</a>	Avustralya	secretary@diecasting.asn.au
Australian Technical Millers Association	0478 820 230	<a href="http://www.atma.asn.au/">http://www.atma.asn.au/</a>	Avustralya	-

Dernek Adı	Telefon	İnternet Sitesi	Ülke	Email
Canadian Tooling & Machining Association	(519) 653 7265	www.ctma.com	Kanada	info@ctma.com
Canadian Machinery Vibration Association	416 622 1170	http://www.cmva.com/	Kanada	-
Canadian Machine Tool Distributors Association	519 599 2803	http://www.cmtda.com/	Kanada	info@cmtda.com
The Independent Packaging Association	+1 703 836 AICC (2422)	http://www.aiccbbox.org/AICC/Home/AICC/Home.aspx?WebsiteKey=3cd4ac6b-c795-4953-9ecb-2d66e36dc41f	Kanada	syoun@aiccbbox.org
Agricultural Manufacturers of Canada	306 522 2710	http://www.a-m-c.ca/	Kanada	admin@a-m-c.ca
The Canadian Steel Producers Association	613 238 6049	http://www.canadiansteel.ca/	Kanada	j.galimberti@canadiansteel.ca
Canadian Manufacturers & Exporters	(613) 238 8888	http://www.cmemec.ca/	Kanada	president@cmemec.ca
Canadian Die Casters Association	1 866 809 7032	http://www.diecasters.ca/english/diecasting	Kanada	info@diecasters.ca
Canadian Association of Oilwell Drilling Contractors	(403) 264-4311	http://www.caodc.ca/	Kanada	-

<b>Dernek Adı</b>	<b>Telefon</b>	<b>İnternet Sitesi</b>	<b>Ülke</b>	<b>Email</b>
International Association of Operative Millers	913 338 3377	<a href="http://www.iaom.info/">http://www.iaom.info/</a>	ABD	info@iaom.info
National Tooling and Machining Association	(800) 248 6862	<a href="http://www.ntma.org/">http://www.ntma.org/</a>	ABD	info@ntma.org
The Association for Packaging and Processing Technologies	571 612 3200	<a href="http://www.pmmi.org/">http://www.pmmi.org/</a>	ABD	pmmiwebhelp@PM MI.org
The Association for Manufacturing Technology	+1 703 893 2900	<a href="http://www.amtonline.org/">http://www.amtonline.org/</a>	ABD	AMT@AMTonline.org
North American Die Casting Association	847 279 0001	<a href="http://www.diecasting.org/">http://www.diecasting.org/</a>	ABD	nadca@diecasting.org
International Association of Drilling Contractors	+1 713 292 1945	<a href="http://www.iadc.org/">http://www.iadc.org/</a>	ABD	-
Precision Machined Products Association	(440) 526 0300	<a href="http://www.pmpa.org/">http://www.pmpa.org/</a>	ABD	info@pmpa.org
Chamber of Commerce and Industry of Uzbekistan	+998 71 232-09-01	<a href="http://www.chamber.uz/">http://www.chamber.uz/</a>	Özbekistan	info@chamber.uz

## 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
Cosco	(0212) 2494926	coscotr@coscotr.com	www.coscon.com	Meclisi Mebusan Caddesi, No: 31 Murat Han Kat : 4-5 Fındıklı 34427 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)
Maersk	444 0675	tr.export@maersk.com	www.maerskline.com	Saray Mahallesi Dr.Adnan Büyükdenez Caddesi Akkom Ofis Park 2, 2.Blok No: 4 Kat: 17 Ümraniye / İstanbul
Kayra Lojistik	(0216) 573 12 01	-	www.kayralojistik.com	İnönü Mah. Kayışdağı Cad. Gök Plaza No: 202 D : 5 Ataşehir İstanbul Türkiye
DSV	(0212) 886 10 30	-	www.tr.dsv.com	Kaya Millenium İş Merkezi Cumhuriyet Mah Şimşek Sk No: 2/A Kat.10 Daire No:154 34500 Beykent - Büyüçekmece İstanbul
Sabay Lojistik	(0212) 217 36 20	info@sabay.com.tr	www.sabay.com.tr	Kore Şehitleri Caddesi Park Apt. No:37/10 34394 Zincirlikuyu – 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. Tekstilent Cad. Koza Plaza B Blok No:12/B Kat:2 D:6-7 Atışalanı / Esenler 34235 İstanbul - Türkiye
Ceva	(0212) 526 3134	-	http://www.cevalogistics.com/	Gedikpaşa Cad./işbaşı Sok. No:1, Fatih/İstanbul

## 7.4. Fuarlar

Ürün	Ülke	Fuar Adı	Tarih	İnternet Sitesi	Adres
Makine/ Isıtıcılar ve Fırınlr	Cezayir	Best 5	23.11.2016- 26.11.2016	www.best5algeria.com	Pins Maritimes, Algiers / ALGERIA
Ambalaj Makineleri	Cezayir	Printpack Alger/ Plastalger	Nisan 2017	http://www.printpack alger.com/printpack .e.html	Palais des Expositions d'Alger - Safex
Makine	Cezayir	Alger Industries	Ağustos- Ekim 2017	http://www.batimate cexpo.com/	http://www.batimat ecexpo.com/
Ambalaj Makineleri	Avustralya	Auspack	07.03.2017- 10.03.2017	http://www.auspack. com.au/	PO Box 1348, Oxley, QLD, 4075
Rektifiye Tezgahları/ Metal İşleme Tezgahları/ Sondaj Makineleri	Avustralya	Austech	09.05.2017- 12.05.2017	http://www.amtil.co m.au/Austech	Suite 1, 673 Boronia Road Wantima, 3152 Victoria, Australia
Makine İmalat Sanayi	Avustralya	National Manufacturing Week	09.05.2017- 12.05.2017	http://www.national manufacturingweek. com.au/	Melbourne Convention & Exhibition Centre
Makine İmalat Sanayi	Avustralya	Queensland Mining Expo	24.07.2018- 26.07.2018	http://www.queensla ndminingexpo.com. au/	Mackay Showroom
Metal İşleme Tezgahı/ Rektifiye Tezgahı	Kanada	Canweld	04.10.2016- 05.10.2016	https://canweldexpo .com/	Edmonton EXPO Centre at Northlands Edmonton, Alberta
Değirmen Makineleri/ Tarım	Kanada	AMC	30.11.2016- 02.12.2016	www.a-m- c.ca/convention	133 9th Avenue SW Alberta Calgary, Canada T2P 2M3
Makine İmalat Sanayi	Kanada	Canadian Manufacturing Technology Show	25.09.2017- 28.09.2017	http://cmts.ca/	The International Centre Mississauga, ON

Ürün	Ülke	Fuar Adı	Tarih	İnternet Sitesi	Adres
Makine İmalat Sanayi	Kanada	Fabtech	20.03.2018-22.03.2018	<a href="http://fabtechcanada.com/">http://fabtechcanada.com/</a>	Toronto Congress Centre 650 Dixon Road Toronto, ON M9W 1J1, Canada
Makine İmalat Sanayi	Kanada	Western Manufacturing Technology Show	06.06.2017-08.06.2017	<a href="http://www.wmts.ca/">http://www.wmts.ca/</a>	Edmonton EXPO Centre (Hall C) Edmonton, Alberta
Ambalaj Makineleri	ABD	Pack Expo	06.11.2016-09.11.2016	<a href="http://www.packexpointernational.com/">http://www.packexpointernational.com/</a>	McCormick Place 2301 S. King Drive Chicago, Illinois 60616 USA
Ambalaj Makineleri	ABD	CPPEXPO	19.04.2017-21.04.2017	<a href="http://www.cppexpo.com/">http://www.cppexpo.com/</a>	South Pacific Ballroom-Mandalay Bay Las Vegas, NV
Metal İşleme Tezgahı	ABD	Industrial Supply North America	Eylül 2017	<a href="http://industrialtechnology.events/industrial-supply-north-america/">http://industrialtechnology.events/industrial-supply-north-america/</a>	McCormick Place Chicago, IL
Ambalaj Makineleri	Özbekistan	OzbekinPrint OzuPack	14.09.2016-16.09.2016	<a href="http://www.uzprint.uz/">http://www.uzprint.uz/</a>	Uzexpocentre NEC Tashkent, Uzbekistan
Sondaj Makineleri	Özbekistan	Miningworld	16.11.2016-18.11.2016	<a href="http://www.mining.uz/">http://www.mining.uz/</a>	Uzexpocentre NEC Tashkent, Uzbekistan
Metal İşleme Tezgahı/ Rektifiye Tezgahı	Özbekistan	Machinery Central Asia	16.11.2016-18.11.2016	<a href="http://www.mca.uz/">http://www.mca.uz/</a>	Uzexpocentre NEC Tashkent, Uzbekistan
Değirmen Makineleri/ Tarım	Özbekistan	Agroworld Uzbekistan	29.03.2017-31.03.2017	<a href="http://www.agroworld.uz/">http://www.agroworld.uz/</a>	Uzexpocentre NEC Tashkent, Uzbekistan
Sondaj Makineleri	Özbekistan	OGU Uzbekistan	17.05.2017-19.05.2017	<a href="http://www.oilgas.uz/">http://www.oilgas.uz/</a>	Uzexpocentre NEC Tashkent, Uzbekistan
Fanlar	Özbekistan	Aqua- Therm Tashkent	01.03.2017-03.03.2017	<a href="http://www.aquatherm-tashkent.uz/">http://www.aquatherm-tashkent.uz/</a>	Uzexpocentre, Exhibition Hall 1 and outdoor area