

Küresel Sektör  
Eğilimleri ve Öncelikli  
Hedef Pazarlar Analizi Raporu

# Otomotiv Yan Sanayi Sektörü



# İçindekiler

Yönetici Özeti .....	4
1. Giriş.....	15
2. Küresel Otomotiv Yan Sanayi Sektörü Analizi .....	20
2.1. Otomotiv Yan Sanayi Sektörünün Genel Durumu .....	20
2.2. Küresel Otomotiv Yan Sanayi Sektörü Dış Ticaret Eğilim Analizi .....	25
3. Türkiye ve Konya Otomotiv Yan Sanayi Sektörü Analizi .....	39
3.1. Otomotiv Yan Sanayi Sektörünün Genel Durumu .....	39
3.2. Türkiye Otomotiv Yan Sanayi Sektörü Dış Ticaret Eğilim Analizi .....	48
3.3. Konya Otomotiv Yan Sanayi İhracat Performansı .....	75
4. Hedef Pazarların Analizi.....	77
4.1. Hedef Pazarların Belirlenmesi .....	77
4.2. Hedef Pazarların Analizi .....	79
4.2.1. Suudi Arabistan.....	79
4.2.2. Azerbaycan.....	90
4.2.3. İtalya .....	101
4.2.4. Kenya .....	111
4.2.5. Meksika .....	121
4.3. Hedef Pazarlarda Gümrük Vergileri, Ticari Anlaşmalar, Standartlar ve Regülasyonlar .....	131
5. Sektöre Yönelik Tavsiyeler .....	136
5.1. Eğitim ve Gelişim Önerileri .....	136
5.2. Pazarlarda Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar .....	138
6. Değerlendirme ve Sonuç.....	149
7. Ekler .....	154
7.1. Potansiyel Alıcı Bilgileri.....	155

7.1.1. Suudi Arabistan.....	155
7.1.2. Azerbaycan.....	157
7.1.3. İtalya .....	159
7.1.4. Kenya .....	162
7.1.5. Meksika .....	164
7.2. Sektör Dernekleri ve Ticaret Organizasyonları .....	168
7.3. Lojistik Firma Bilgileri.....	170
7.4. Fuarlar .....	171

## Yönetici Özeti

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

Araştırmada incelenen otomotiv yan sanayi ürün grupları, GTIP kodlarına göre

**8409: Motor Aksam ve Parçaları,**

**8483: Transmisyon Milleri ve Kranklar,**

**870810: Tamponlar & Aksam ve Parçaları,**

**870830: Fren ve Servo Frenler ve**

**870850: Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları'dır.**

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

### **Küresel Otomotiv Yan Sanayi:**

Orijinal parça üretimi (*OEM*) ve satış sonrası servis (*aftermarket*) olmak üzere iki alt sektörden oluşan otomotiv yan sanayii, otomotiv talebi/ üretimi ile şekillenmektedir. Yetkili servislerin ve bağımsız servislerin oluşturduğu *aftermarket* otomotiv yan sanayi talebinin %5'ini oluştururken, *OEM* talebin %95'ini oluşturmaktadır. Tüketiciler genellikle ilk üç yıl yetkili servisleri tercih ettikten sonra, maliyetlerin yükselmesi sebebiyle sonrasındaki süreçte bağımsız servisleri tercih etmektedir.

Büyük oranda tüketici harcamalarına bağlı olan otomotiv satışları, GSYİH, faiz ve vergi oranları ve işsizlik değişkenlerinden de etkilenmektedir. Üretici tarafında ise, maliyetlerin aşağı çekilmesi adına Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarına önem verilmektedir. Sektördeki maliyetlerin %68'ini oluşturan çelik yerine son zamanlarda plastik kullanımının yaygınlaşması, bu durumun en önemli örneklerindedir.

Dünya genelinde yaklaşık 1,1 Trilyon \$'lık değere sahip olan sektörde, Avrupa ülkeleri, NAFTA ülkeleri ve Çin ön plana çıkmaktadır. Bu ülkeler otomotiv yan sanayi sektör büyüklüğünün %40'ından fazlasını karşılamaktadır. Bu ülkeler dışında Japonya ve Güney Kore de sektör büyüklükleriyle dikkat çekmektedir.

Otomotiv yan sanayiindeki talebin çok büyük bir kısmını oluşturan otomotiv üretimi 2015 yılında 91,5 Milyon adet olmuştur. Bu değer yarısından fazlasını Avrupa ülkeleri ve Çin karşılamaktadır. Avrupa Kıtası'ndaki üretim 2014 yılına kıyasla %3,8 artarken, düşük maliyetler sebebiyle yatırımların arttığı Meksika da otomotiv üretimi için yüksek potansiyel barındırmaktadır. Otomotiv üreticileri orijinal parça tedariklerini tedarik zincirinin en önemli halkasını oluşturan ve *tier one* olarak adlandırılan firmalardan gerçekleştirmektedir. Tasarım, parça üretimi ve büyük alt montajlarda doğrudan tedariki sağlayan ve giderek yaygınlaşan *tier one* firmaları, tedariklerini tedarik zincirinde bir alt seviyede yer alan *tier two* firmalarından sağlamaktadır. *Tier two* firmaları *tier one* firmalarına tedarik sağlamakla beraber, zaman zaman orijinal parça üretimi yaparak da hizmet vermektedir. Sektörün tedarik zincirinde daha alt seviyede yer alan firmalar ise hammadde tedariki sağlamaktadır. **Honeywell, Delphi, BorgWarner, Dana Inc ve TRW** otomotiv yan sanayiinde uluslararası çapta ön plana çıkan firmalardan bazılarıdır.

Küresel açıdan her bölgeye ulaşan ve dış ticaret odaklı olan otomotiv yan sanayi sektöründe 805 Milyar \$'lık ithalat gerçekleştirilirken, ABD, Almanya, Çin ve Meksika ithalatta öne çıkan ülkelerdir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalat değeri yılda ortalama %0,5 oranında azalmıştır. Analiz edilen ürünlerin ise 2015 yılında 173,5 Milyar \$'lık ithalat hacminin olduğu tespit edilmiştir. Bu ürünler içerisinde motor aksam ve parçaları 63 Milyar \$ ile en fazla ithal edilen üründür.

Raporda analiz edilen alt sektörlerin küresel dış ticaret eğilimleri incelendiğinde, motor aksam ve parçaları ürününün dış ticaret hacminin 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2 azaldığı görülmektedir. Transmisyon milleri ve kranklar ürününde ise dış ticaret hacmi 2011-2015 yılları arasında aynı seviyelerde kalmıştır (107 Milyar \$). İki üründe de en fazla ihracat yapan ülke Almanya, en fazla ithalat yapan ülke ABD'dir.

Dış ticaret hacmi 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 artan tamponlar & aksam ve parçaları ürününde, 13 Milyar \$'lık dış ticaret hacmine ulaşılmıştır. Bu üründe de analiz edilen diğer iki üründe olduğu gibi Almanya en fazla ihracat gerçekleştiren, ABD en fazla ithalat gerçekleştiren ülkedir. Transmisyon milleri ve kranklarda olduğu gibi dış ticaret hacmi aynı seviyelerde kalan fren ve servo frenler, 2015 yılında 56,5 Milyar \$'lık dış ticaret hacmine sahiptir. Çin ve Almanya, bu üründe en fazla ihracat yapan ülkeler

iken, ABD en fazla ithalat yapan ülkedir. Şanzıman ve diferansiyel aksamlarının ise dış ticaret hacmi 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2 artarak 42 Milyar \$'lık değere ulaşmıştır. Meksika ve Almanya bu üründe en fazla ihracat gerçekleştiren ülkelerdir. ABD de analiz edilen tüm ürünlerde olduğu gibi en fazla ithalat gerçekleştiren ülke konumundadır.

Analiz edilen ürünlerin dış ticaretinde genel anlamda Asya Pasifik, Kuzey Amerika ve Avrupa ülkeleri ön plana çıkmaktadır. Diğer yandan, tüm alt sektörlerde lojistik maliyetlerin bu ürünlerin dış ticaretinde önemli bir parametre olduğu ve bu durumun lojistik avantaja sahip ülkelerin dış ticaret rakamlarına yansıdığı tespit edilmiştir.

Sektör küresel açıdan incelendiğinde, firmaların teknolojik ve inovatif eğilimleri takip etmelerinin ve ürün çeşitliliğini artırmalarının gerekliliği tespit edilmiştir. Bölgesel anlamda Asya ülkelerinin yasal düzenlemeler ve ucuz iş gücü sebebiyle uluslararası firmalar tarafından daha cazip olduğu ve yatırımların bu bölgelere kayabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Meksika da coğrafi konumu, diğer NAFTA ülkelerine kıyasla ucuz iş gücü ve hükümetinin yabancı yatırımları teşvik eden adımları sayesinde, sektör yatırımcıları açısından halen caziptir. Ayrıca, AB ile ABD arasında müzakereleri süren ve yakın zamanda yürürlüğe girmesi beklenen Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı ile iki taraf arasındaki otomotiv yan sanayi ürünleri ticaret hacminin artması öngörülmektedir.

### **Türkiye ve Konya Otomotiv Yan Sanayi:**

Türkiye'de artan yatırımlarla büyüyen otomotiv ana sanayi, otomotiv yan sanayiindeki büyümeyi de tetiklemiştir. Miktar bazında artan üretim değerleri sayesinde ihracat kapasitesi de artış göstermiş olup, 2015 yılı itibariyle 12,5 Milyar \$ seviyesindeki üretimin %64'ü ihraç edilmiştir. Tüketim değerinin üretimden yüksek olduğu Türkiye'de, sektörde yapılan ithalat ihracattan yüksektir. Analiz edilen ürünlerin Türkiye'deki otomotiv yan sanayi üretimi içindeki payları incelendiğinde ise motor aksam ve parçalarının %11,9'luk payı dikkat çekmektedir. Aynı değer, fren ve servo frenler için %3,9, şanzıman ve diferansiyel aksamlar için %2,7, transmisyon milleri ve kranklar için %2,4 ve tamponlar & aksam ve parçaları için %1'dir.

Üretim ve tüketim değerinin düştüğü otomotiv yan sanayiinde, aynı göstergelerde miktar bazında ise artış olmuştur. Bu durum, sektörde birim fiyatların düştüğünü göstermektedir. ABD Doları/Türk Lirası paritesindeki artış, fiyatların düşmesindeki başlıca etkidir. Diğer yandan, satış fiyatı en fazla artan ürün transmisyon milleri ve kranklardır. Analiz edilen ürünlerden tamponlar & aksam ve parçalarının üretim değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %6 artmıştır. Aynı ürünün satış fiyatı ise diğer ürünlere kıyasla en yüksek düşüşü yaşamıştır. Aynı dönemde motor aksam ve parçalarının

üretim değeri yılda ortalama %1, tüketim değeri ise yılda ortalama %3,7 azalırken, fren ve servo frenlerin tüketim değeri sürekli artarak yılda ortalama %5,1 büyümüştür.

Türkiye otomotiv ana sanayiinde üretim miktarı 2012 yılından itibaren sürekli artarak 2015 yılında 1,4 Milyon adet olmuştur. İran'ın dışa açılma politikası sebebiyle artan otomotiv ithalatı sebebiyle uluslararası üreticilerin Türkiye'deki yatırımlarını büyütmeleri bu durumun en önemli sebebidir. Türkiye'deki üretim değerinin 2020 yılına dek yılda ortalama %5,8 artması beklenirken, 2015 yılında 1 Milyon adet seviyelerinde olan satış miktarının da 2020 yılına dek yılda ortalama %3,4 artacağı ve 1,2 Milyon adet olacağı öngörülmektedir.

Otomotiv yan sanayiinin büyüklüğü ve potansiyelini gösteren parametrelerden biri olan araç parkı sayısı da 2011 yılından itibaren toplam %27 oranında artmış ve 15,4 Milyon adet seviyesine ulaşmıştır. Türkiye'deki araçların %69'u binek aracı iken, hafif ticari araçların payı %24'tür. Türkiye'de bulunan araçların yaşı incelendiğinde ise, 3 yaş üzeri araçların yaklaşık %77'lik payı dikkat çekmektedir. Araç yaşının yüksek olmasına ek olarak, Türkiye'deki otomotiv üretiminin, satışının ve araç parkı sayısının artma eğiliminde olması, Türkiye pazarının otomotiv yan sanayi için yüksek potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

Otomotiv yan sanayiinde 2015 yılında yaklaşık 8,5 Milyar \$ değerinde ihracat gerçekleştiren Türkiye, raporda analiz edilen ürünlerde ise 2,3 Milyar \$ değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Bu değer, tüm otomotiv yan sanayi ihracatının %27'sini oluşturmaktadır. Motor aksam ve parçaları analiz edilen ürünler içerisinde en fazla ihraç edilen ürünken (1,5 Milyar \$), Kuzey Amerika, Avrupa ve Asya Pasifik, otomotiv yan sanayiinde Türkiye'nin en büyük pazarlarıdır.

**Motor aksam ve parçalarında** Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği pazar Almanya'dır. Almanya'ya gerçekleştirilen ihracat, Türkiye'nin bu ürünlerdeki ihracatının %63'ünü oluşturmaktadır. Bu üründe, genellikle Avrupa ülkelerinde etkin olan Türkiye, Güney Kore pazarında da etkinliğini artırmaktadır.

2011-2015 yılları arasında Türkiye'nin ihracatının yılda ortalama %4,1 artarak 322 Milyon \$ olduğu **transmisyon milleri ve kranklar** ürününde, Türkiye, Almanya, ABD, İspanya, Fransa ve İtalya'da pazarın üzerinde büyümüştür. Almanya, motor aksam ve parçalarında olduğu gibi transmisyon milleri ve kranklarda da Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülke konumundadır. Fransa pazarındaki ihracatını 2011-2015 yılları arasında toplamda yedi kat büyüten Türkiye'nin, Birleşik Krallık pazarındaki payı ise azalmaktadır. Bu üründe Türkiye'nin en önemli rakipleri, İtalya, Çin, Almanya ve Fransa'dır.

**Tamponlar & aksam ve parçaları** ürününde 2011-2015 yılları arasında ihracatını küresel ihracata kıyasla üç kat hızlı büyüyen Türkiye, İspanya ve Brezilya pazarlarında payını yüksek oranda artırmıştır. En fazla ihracat gerçekleştirilen pazar 14,5 Milyon \$ ile Fransa olurken, Türkiye Bulgaristan pazarında lider konumdadır. İtalya ve Almanya ise, bu üründe Türkiye'nin en önemli rakipleridir.

2015 yılında 245 Milyon \$ değerinde **fren ve servo frenler** ihracatı gerçekleştiren Türkiye'nin, en büyük ihracat pazarı 46,3 Milyon \$ ile Almanya'dır. İtalya, Polonya, İran, Rusya, Hollanda ve Çek Cumhuriyeti pazarlarında da Türkiye'nin payı artmaktadır. Çin ve Almanya, fren ve servo frenlerde en önemli rakiplerdir.

**Şanzıman ve diferansiyel aksamaları** ürünündeki ihracatını küresel ihracat değerine kıyasla altı kat hızlı büyüyen Türkiye, 2015 yılında 162 Milyon \$ değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. 22,7 Milyon \$ ile en fazla şanzıman ve diferansiyel aksamaları ihraç edilen pazar olan ABD ile birlikte Meksika pazarında da Türkiye'nin payı yüksek oranda artmıştır. Türkiye'nin bu ürünündeki en önemli rakipleri ise, Çin, İtalya, Almanya ve ABD'dir.

2015 yılında yaklaşık 225 Milyon \$ değerinde otomotiv yan sanayi ürünü ihraç eden Konya ili, bu değerle Türkiye'deki otomotiv yan sanayi ihracatının %2,6'sını karşılamaktadır. Ağırlıklı olarak Avrupa ve Orta Doğu ülkelerine ihracat gerçekleştirilirken, en fazla ihracat yapılan ülke 24,3 Milyon \$ ile Almanya'dır.

### **Hedef Pazarlar:**

EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi ve KTO üyesi firmaların görüşleri doğrultusunda belirlenen **Suudi Arabistan, Azerbaycan, İtalya, Kenya ve Meksika** pazarları, ilgili otomotiv yan sanayi ürünlerinin ihracatı için en fazla potansiyel vaat eden pazarlar olarak tespit edilmiştir.



**Suudi Arabistan** analiz edilen beş ürün grubunda da Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını 2011-2015 yılları arasında artırmıştır. Ek olarak, bu ürünlerin tümünde Türkiye'nin pazardaki payı artmıştır.

Suudi Arabistan nüfusunun 2020 yılına dek yaklaşık 4 Milyon büyümesi beklenirken, ekonomide de %2-%3 bandındaki büyümelerle 778 Milyon \$'lık GSYİH'ye ulaşılması beklenmektedir. Ülkede gümrük işlemleri dünya ortalamasının üzerinde bir hızla yapılırken, yolsuzluk algısı, iş yapma kolaylığı ve genel risk skoru gibi göstergelerde orta seviyede risk barındırmaktadır.

Suudi Arabistan'da otomotiv satışları 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %9,3 artarak 870 Bin adede ulaşmıştır. Petrol ve Riyal'deki düşüş



sebebiyle 2016 yılında %26 düşmesi beklenen satışların, sonrasındaki dönemde tekrar artacağı ve 2020 yılında 730 Bin adet olacağı öngörülmektedir. 2015 yılında araç parkı sayısının bir önceki yıla kıyasla %5 artışla 6,2 Milyon adet olduğu Suudi Arabistan'da, araçların ortalama yaşı ise 3,8'dir. Ülkede orta ve uzun vadede otomotiv satışlarının ve araç parkı sayısının artmasıyla, otomotiv yan sanayiinde talebi karşılayacak üretim yapmayan Suudi Arabistan'ın, sektördeki ithalat değerinin büyümesi öngörülmektedir.

Analiz edilen ürünlerden motor aksam ve parçaları ve transmisyon milleri ve kranklar haricindeki tüm ürünlerde küresel ithalatını artıran Suudi Arabistan'ın, ithalatını en yüksek oranda artırdığı ürün tamponlar & aksam ve parçalarıdır (%49,2). Ülkenin küresel açıdan en fazla ithal ettiği ürün 393 Milyon \$ ile motor aksam ve parçaları olurken, fren ve servo frenler Türkiye'den en fazla ithal edilen ürün olmuştur. Pazarda en etkin ülkeler Almanya, ABD, Japonya ve Tayland olurken, talep edilen ürünler ağırlıklı olarak orta seviye fiyat segmentinde yer almaktadır.



**Azerbaycan** analiz edilen ürünlerden transmisyon milleri ve kranklar haricinde tüm ürünlerin Türkiye'den ithalatını 2011-2015 yılları arasında azaltmıştır. Transmisyon milleri ve kranklar Azerbaycan'ın Türkiye'den en fazla ithal ettiği üründür. Bu üründe Türkiye'den yapılan ithalat 2011-2015 yılları arasında toplamda %81 artmıştır. Pazarda ürün bazında transmisyon milleri ve kranklar ürününde konumlanan Türkiye, fiyat bazında ise orta fiyat segmentinde konumlanmıştır.

Geçmiş dönemde yüksek ekonomik büyüme yaşayan Azerbaycan ekonomisinin doğal kaynaklara bağımlı olması, fiyatlarda yaşanabilecek dalgalanmaların ekonomiyi olumsuz etkilemesi anlamına gelmektedir. Gelecek dönemde de bu dalgalanmalar sebebiyle ekonomideki büyümenin yavaşlaması ve %2,5 seviyelerinde olması beklenmektedir. Diğer yandan, ülke, iş yapma kolaylığı haricinde incelenen diğer risk göstergelerinde orta ve üzeri risk barındırmaktadır.

2011-2014 yılları arasında toplamda %100'ün üzerindeki artışla 25 Bin adede ulaşan Azerbaycan otomotiv satışları, 2015 yılında ekonomik büyümenin azalması ve çevre standartlarının katılaşması sebebiyle %50 oranında azalmıştır. 2015 yılı sonrasında tekrar artması beklenen satışların 2020 yılında 22 Bin seviyesine ulaşacağı öngörülmektedir. 2014 yılında 1,4 Milyon adet olan araç sayısı ise, bir önceki yıla kıyasla %8,5 artmıştır. Ülkedeki araçların yarısının 10 yaş üzerinde olması, pazardaki *aftermarket* potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir.

2011-2015 yılları arasında analiz edilen tüm ürünlerde küresel ithalatı azalan Azerbaycan'ın, en fazla ithal ettiği ürün motor aksam ve parçalarıdır (16,5 Milyon \$). Şanzıman ve diferansiyel aksamaları ise ithalatı en yüksek oranda azalan üründür (%61,8). Pazarda Rusya, AB ülkeleri ve Asya Pasifik ülkeleri etkin konumda bulunurken, Alman menşeli firmaların ülkedeki yatırımlarını artırmaları ve Almanya'nın otomotiv yan sanayiinde pazardaki etkinliğini artırması dikkat çekmektedir.



**İtalya** 2011-2015 yılları arasında analiz edilen ürünlerin tümünde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını artırmıştır. Ek olarak, tüm ürünlerde Türkiye'nin pazardaki payı artmıştır. İtalya'nın Türkiye'den en fazla ithal ettiği ürün ise, 67,9 Milyon \$ ile motor aksam ve parçalarıdır.

Avrupa'nın dördüncü büyük ekonomisine sahip olan İtalya'da, uzun vadede %1 seviyelerinde ekonomik büyüme beklenmektedir. Ülkede nüfus artışıyla beraber iç talebin de artmasının, otomotiv satışlarında da etkisini göstermesi beklenmektedir. Diğer yandan, İtalya, incelenen risk göstergelerinde birçok Batı Avrupa ülkesine kıyasla daha yüksek risk barındırmaktadır.

İtalya'da 2015 yılında 1 Milyon adedi geçen otomotiv üretiminin, gelecek dönemde de artması ve 2020 yılında 1,2 Milyon seviyelerine ulaşması beklenmektedir. **Fiat Chrysler Automobiles** firmasının yatırımlarını artırması bu beklentinin en önemli nedenidir. Ülkedeki otomotiv satışları ise 2015 yılında 200 Bin adet artmış ve 1,7 Milyon adedin üzerine çıkmıştır. Satışlardaki büyüme eğiliminin gelecek dönemde de devam etmesi ve 2020 yılında 2,3 Milyon adet otomotiv satışının olması beklenmektedir. Borçlanma maliyetleri ve faiz oranlarındaki düşüş, bu beklentinin ana sebebidir. Yaklaşık 42 Milyon aracın bulunduğu İtalya, bu alanda Avrupa'da ikinci sıradadır. Bununla birlikte, ülkedeki araçların yaklaşık yarısının 10 yaş üzerinde olması, ülkedeki *aftermarket* potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Fren ve servo frenler haricinde analiz edilen tüm ürünlerdeki küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında azalan İtalya'nın en fazla ithal ettiği ürün yaklaşık 2 Milyar \$ ile motor aksam ve parçalarıdır. Pazardaki en önemli rakip ise, ülkeye lojistik avantaja sahip olan Almanya'dır. Almanya dışında Çin, Fransa ve ABD de pazarda etkin ülkelerdir.



**Kenya** analiz edilen ürünlerin tümünde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını artırmıştır. Aynı dönemde tüm ürünlerde Türkiye'nin pazardaki payı da artarken, motor aksam ve parçaları 300 Bin \$ ile Türkiye'den en fazla ithal edilen ürün olmuştur.

Diğer Doğu Afrika ülkelerine kıyasla daha istikrarlı bir ekonomik ve siyasi yapının bulunduğu Kenya'da, 2020 yılına dek yılda ortalama %6 seviyelerinde ekonomik büyüme olması beklenmektedir. Nüfusta da 2020 yılına dek 8 Milyonluk artış olacağı öngörülmektedir. Yolsuzluk algısının yüksek olduğu ülkede, incelenen diğer risk göstergelerinde ise orta seviyede risk görülmektedir.

2011 yılında 60 Bin adet olan otomotiv satışlarını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %13,6 oranında artırarak 100 Bin seviyesine yükselten Kenya'nın, satışlarını gelecek dönemde de artması ve 2020 yılında 160 Bin adede yükseltmesi beklenmektedir. Bunun yanı sıra, özellikle ticari araçların üretimi için **Isuzu** ve **Toyota** firmaları tarafından ülkede yatırımlar yapılmaktadır. **MAN Trucks** firması da ülkede satış sonrası servis ağı kurmuştur. Araç sayısının 2014 yılında 1,3 Milyon adet seviyesinde olduğu Kenya'da, ortalama araç yaşı 15'tir. Bu değerler ülkedeki *aftermarket* potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Analiz edilen tüm ürünlerde 2011-2015 yılları arasındaki küresel ithalatını artıran Kenya'nın en fazla ithal ettiği ürün, 27,8 Milyon \$ ile motor aksam ve parçalarıdır. Fren ve servo frenler ise ülkenin ithalatını en yüksek oranda artırdığı üründür (%79,9). Pazarda Çin'in baskın yapısı dikkat çekmektedir. Çin'in Kenya ve Sahra-altı Afrika'daki yatırımlarını ve ticari faaliyetlerini artırması ve rakiplerine kıyasla fiyatta rekabet gücünün yüksek olması, bu durumun başlıca sebebidir.



**Meksika** 2011-2015 yılları arasında motor aksam ve parçaları, fren ve servo frenler ve şanzıman ve diferansiyel aksamları ürünlerinde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını artırmıştır. Ek olarak, Türkiye'nin bu ürünlerde pazardaki payı artmıştır. Diğer yandan, tamponlar & aksam ve parçaları ürününde Türkiye'den ithalat yapmayan Meksika, transmisyon milleri ve kranklar ürününde de Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını azaltmıştır. Meksika'nın Türkiye'den en fazla ithal ettiği ürün ise 16,2 Milyon \$ ile motor aksam ve parçalarıdır.

Kuzey ve Güney Amerika'yı birbirine bağlaması sebebiyle önemli ticari noktalardan olan Meksika'nın, nüfusunun 2020 yılına dek 8 Milyon artması beklenmektedir. Gelecek dönemde %2-%3 seviyelerinde ekonomik büyüme olması beklenen ülkede, otomotiv ana ve yan sanayiinin, gerek üretim gerekse ticari açıdan büyümesi beklenmektedir. Risk göstergeleri incelendiğinde ise, iş yapma kolaylığı açısından çok iyi seviyede olan Meksika'nın, yolsuzluk algı endeksinde yüksek seviyede risk barındırdığı görülmektedir.

Son dört yıllık dönemde otomotiv üretimini 1 Milyon adet artırarak 3,6 Milyon seviyesine getiren Meksika'nın, üretim miktarını 2016-2020 yılları arasında

yılda ortalama %8,1 artıması ve 5,2 Milyon adede yükseltmesi beklenmektedir. Ülkedeki otomotiv satışlarında da üretime benzer bir eğilim görülmekte olup, 2015 yılında 1,4 Milyon seviyesindeki satışların 2020 yılına dek 400 Bin adet artacağı öngörülmektedir. Ek olarak, sayısı 37 Milyon adet olan araçların ortalama yaşı 16'dır. Bu sebeple, Meksika otomotiv yan sanayii ve *aftermarket* açısından yüksek potansiyel barındırmaktadır.

Analiz edilen ürünlerin tümünde 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatını artıran Meksika'nın en fazla ithal ettiği ürün, 3,7 Milyar \$ ile motor aksam ve parçalarıdır. Pazarda ithalatı en yüksek oranda artan ürün ise, Türkiye'den yapılan ithalatın azaldığı transmisyon milleri ve kranklardır. Otomotiv yan sanayiinde önemli ihracatçı konumunda bulunan birçok ülkeyle STA'sı bulunan Meksika'da, ABD ve Kanada'nın önemli yatırımları bulunmaktadır. Lojistik avantajlarıyla da beraber pazarda etkin olan bu ülkelerin yanı sıra, Japonya, Çin ve Almanya da Meksika'ya otomotiv yan sanayiinde yüksek değerlerde ihracat gerçekleştirmektedir.

Hedef pazarlarda analiz edilen ürünler için gümrük vergi oranları incelendiğinde, Suudi Arabistan ve Kenya'nın tüm ürünlerde Türkiye ve rakiplerine sırasıyla %5 ve %10 oranında gümrük vergisi uyguladığı tespit edilmiştir. Gümrük Birliği nedeniyle İtalya pazarında gümrük vergisinde muaf olan Türkiye, ABD, Japonya, Çin, Meksika, Güney Kore gibi rakiplerine karşı avantaj sağlamaktadır. Diğer yandan, Meksika pazarında, Çin ve Güney Kore haricindeki tüm rakipler, Meksika ile olan STA'ları sebebiyle Türkiye karşısında avantajlı konumdadır. Azerbaycan'da ise, BDT üyesi olan Rusya ve Beyaz Rusya, Türkiye ve rakiplerine karşı gümrük vergisinden muaf olmaları sebebiyle avantaja sahiptir.

### **Sektöre Yönelik Tavsiyeler:**

Konya Ticaret Odası bünyesinde yer alan ve otomotiv yan sanayiinde faaliyet gösteren firmaların ihracatlarına katkı sağlamak ve farklı alanlarda yetkinliklerini artırmaları için aşağıda yer alan alanlarda eğitimler düzenlemeleri ve/veya eğitim hizmeti almaları önerilmektedir:

- ▶ İhracat Yetkinlikleri
- ▶ Pazarlama Stratejileri ve Hedefler
- ▶ Organizasyonel Yapı ve Personel
- ▶ Üretim Süreçleri ve BT Yetkinlikleri
- ▶ Finans Yetkinlikleri

Hedef pazarlara otomotiv yedek parça ihraç etmek isteyen firmaların yararlanmaları için pazarlara yönelik **gümrük prosedürleri, müşteri profili ve müşteri alışkanlıkları, ödeme şekilleri, ana oyuncular ve rekabet seviyesi** başlıklarında tavsiyeler verilmektedir.

- ▶ Gümrük prosedürlerinin elektronik ortamda gerçekleştirildiği **Suudi Arabistan**'da, ihracatı gerçekleştirilen ürünün SASO standartlarına uygunluğu gerekmektedir. Ayrıca, üretim süresi beş yılı geçmiş ve taklit olan ürünlerin satışı da yasaktır. Kalitenin ön planda olduğu pazarda, fiyat dikkat edilen ikinci husustur. Pazarda ayrıca, peşin ödeme yaygındır. Kullanılan araçların çoğunluğunun **Toyota** ve **Hyundai** olması ise, otomotiv yan sanayiinde Japon ve Güney Koreli firmaları öne çıkarmaktadır.
- ▶ TSE standartlarının geçerli olduğu **Azerbaycan**'da, artan gelir düzeyiyle beraber kaliteye verilen önem de artmıştır. Pazarda nakit ve akreditifli ödeme tercih edilirken, Rusya, Japonya ve Güney Kore menşeli araçların pazarda yaygın olması, otomotiv yan sanayiinde de bu ülkeleri ön plana çıkarmaktadır.
- ▶ **İtalya** pazarında AB teknik mevzuat ve standartları esas alınırken, pazarda etkinliği artırmak için firmaların fuarlara katılım göstermeleri önemlidir. Küçük ve orta ölçekli firmaların sayısının yüksek olması sebebiyle üst seviyede rekabetin yaşandığı pazarda, teknolojik ve inovatif ürünler üreten firmalar avantaj elde etmektedir.
- ▶ Ürünlerin ulusal standartlara uygunluğunun zorunlu olduğu **Kenya**'da, tarım ve inşaat alanındaki canlılığın artması sebebiyle ticari araçların ana ve yan sanayiinde hareketlilik yaşanmaktadır. Perakende satışlar ve dağıtımda Doğu Afrika'da öne çıkan Kenya pazarında, otomotiv ana ve yan sanayiinde Asya ülkelerinin ağırlığı dikkat çekmektedir.
- ▶ NAFTA standartlarının esas alındığı **Meksika**'da, AB pazarı için yeterlilik gösteren ürünler de standartları karşılamaktadır. Küçük boyutlu ve yakıt performansı yüksek araçlara olan talebin arttığı pazarda, hafif ve çevreye duyarlı ürünler de yüksek potansiyele sahiptir. Otomotiv yan sanayiinde rekabetin yüksek olduğu Meksika'da, yabancı firmaların ağırlığı dikkat çekmektedir. Japon, Amerikan ve Alman firmalar pazarda önemli paya sahipken, otomotiv yan sanayi ihracatçı yapacak firmaların temsilcilik ve/veya distribütör aracılığı ile pazara girmesi önerilmektedir.

Son olarak, değerlendirme ve sonuç bölümünde Konya ilinde faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi üreticileri için beş hedef pazara yönelik fiyatlandırma stratejisi, gümrük vergisi ve lojistik hususlarında analizler gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, firmaların hedef pazarlarda tüketici stratejilerini belirlemeleri için ihracat yol haritası çizilmiştir. Öncelikli olarak, firmaların tecrübe kazanıp yetkinliklerini arttırabilecekleri ve aynı zamanda fiyat avantajı sağlayabilecekleri pazarlar önerilmektedir. Büyük oyuncuların yer aldığı ve aynı zamanda yasal düzenlemeler ve lojistik maliyet oluşturabilecek ülkeler ise orta ve uzun vadede firmaların ihracat yol haritasına dahil edilmiştir.

İhracat yol haritası kapsamında, yasal düzenlemelerin düşük seyrettiği ve lojistik açıdan maliyeti de düşük olan Suudi Arabistan, kısa vadede firmaların ihracat yetkinliklerini geliştirebilmeleri için uygun pazar olarak tespit edilmiştir. Suudi Arabistan'da edinilecek tecrübe ile yasal düzenlemelerin görece daha az zorlayıcı olduğu fakat lojistik maliyete sebebiyet verebilecek Kenya ile lojistik maliyetin düşük fakat yasal düzenlemelerin yoğun olduğu Azerbaycan pazarına orta vadede girilmesi önerilmiştir. Uzun vadede ise firmalar, pazarda büyük oyuncuların yer aldığı ve rekabetin yüksek olduğu İtalya ve Meksika pazarlarında faaliyet gösterebilecektir.

Yapılan araştırmalar sonucunda beş hedef pazarda 250'nin üzerinde potansiyel alıcı bilgisine yer verilmektedir. Bu bilgilere ek olarak, hedef pazarlarda yer alan sektör dernekleri, ticari organizasyonlar, fuarlar ve ilgili pazarlara ürün taşımacılığı gerçekleştiren lojistik firma bilgilerini de raporun ek kısmında yer almaktadır.

# 1. Giriş

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

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

## **Küresel Sektör Analizi başlığı altında**

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

## **Türkiye & Konya'nın Sektör Analizi başlığı altında**

Otomotiv yan sanayi genelinde ve beş alt sektör özelinde üretim ve tüketim değerleri ile sektörde yer alan ana oyuncular değerlendirilmiştir. Ek olarak, beş alt sektör özelinde Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştirdiği ilk 10 ülke baz alınarak, bu ülkelerin ithalat artış hızı ile Türkiye'nin ilgili ülkeye ihracat hızı karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Ayrıca, Konya otomotiv yan 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 ile belirlenen beş hedef pazarın dış ticaret görünümü ve Türkiye'nin ilgili ülke ile dış ticaretinin analizine yer verilmiştir. Belirlenen beş hedef pazarın genel ekonomik-sosyo ve politik durumunun analizi yapılmıştır. Beş hedef pazarın satış-dağıtım kanalları incelenmiş, ticari anlaşmalar, standartlar ve teşvikler ile Türkiye'ye uygulanan vergi oranları paylaşılmıştır. Son olarak, Türkiye için ilgili pazardaki fırsat ve tehditler değerlendirilmiştir.

## **Sektöre Yönelik Tavsiyeler başlığı altında**

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

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

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

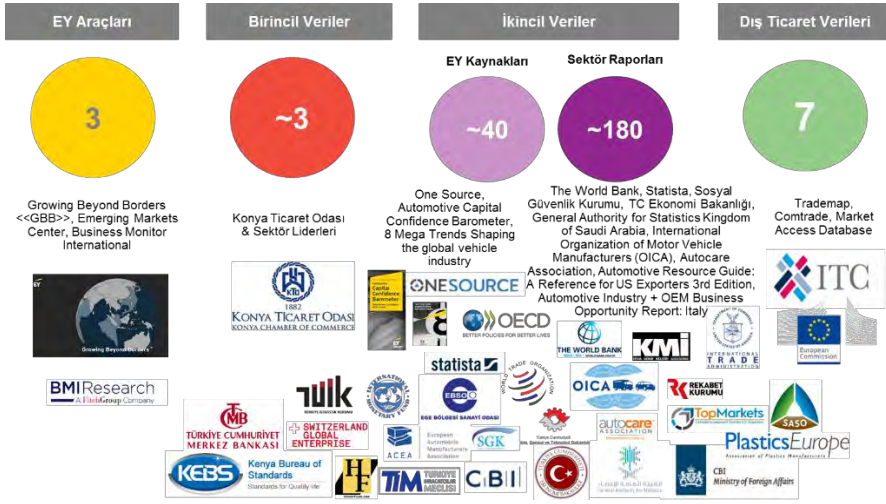
Bu rapor çerçevesinde araştırma kapsamına dahil edilen ve aynı zamanda Otomotiv yan sanayi sektörünün beş alt sektörünü temsil eden GTİP kodları aşağıda yer almaktadır:

- ▶ **8409- Motor Aksam ve Parçaları:** 84.07 ve 8408 pozisyonlarındaki motorların aksam ve parçaları
- ▶ **8483- Transmisyon Milleri ve Kranklar:** Transmisyon milleri (kam milleri ve krank milleri dahil) ve kranklar; yatak kovanları ve mil yatakları; dişliler ve dişli sistemleri; bilyalı ve makaralı vidalar; dişli kutuları ve diğer hız değiştiriciler (tork "torque" değiştiricileri dahil) volanlar ve kasnaklar (kasnak blokları dahil); kavramalar ve kaplinler (üniversal kaplinler dahil):
- ▶ **870810- Tamponlar & Aksam ve Parçaları:** Tamponlar ile bunların aksam ve parçaları
- ▶ **870830- Fren ve Servo Frenler:** Frenler ve servo frenler; bunların aksam ve parçaları
- ▶ **870850- Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları:** Diferansiyelli hareket ettirici akslar (diğer transmisyon unsurları ile birlikte olsun/ olmasın) ve taşıyıcı akslar; bunların aksam ve parçaları. Montaj sanayiinde kullanılanlar: 87.03 Pozisyonunda yer alan motorlu taşıtlara ait olanlar; silindir hacmi 2500 cm<sup>3</sup>.ü geçmeyen sıkıştırma ateşlemeli içten yanmalı pistonlu motorlu (dizel/ yarı dizel) veya silindir hacmi 2800 cm<sup>3</sup>.ü geçmeyen kıvılcım ateşlemeli içten yanmalı pistonlu motorlu 87.04 pozisyonundaki motorlu taşıtlara ait olanlar. 87.05 pozisyonundaki özel amaçlı motorlu taşıtlara ait olanlar.

### **Araştırma Yöntemi:**

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





### Kullanılan EY araçları ve ikincil veri kaynakları arasında

- ▶ Growing Beyond Borders (EY aracı),
- ▶ The World Bank,
- ▶ Trademap,
- ▶ Statista,
- ▶ International Monetary Fund (IMF),
- ▶ Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK),
- ▶ Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK),
- ▶ T.C. Ekonomi Bakanlığı,
- ▶ T.C. Ekonomi Bakanlığı; 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı,
- ▶ T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı,
- ▶ European Commission,
- ▶ Business Monitor International (BMI),
- ▶ General Authority for Statistics Kingdom of Saudi Arabia,
- ▶ International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA),
- ▶ European Automobile Manufacturers' Association (ACEA),
- ▶ Kenya Motor Industry Association,
- ▶ Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM),
- ▶ Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB),
- ▶ Ege Bölgesi Sanayi Odası (EBSO),
- ▶ Rekabet Kurumu,
- ▶ Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI),
- ▶ Saudi Standards, Metrology and Quality Organization (SASO),
- ▶ Kenya Bureau of Standards (KEBS),
- ▶ International Trade Administration (ITA),

- ▶ Top Markets Report: Automotive Parts/ A Market Assessment Tool for U.S. Exporters,2016
- ▶ Autocare Association, Automotive Resource Guide: A Reference for US Exporters 3rd Edition
- ▶ Automotive Industry + OEM Business Opportunity Report: Italy
- ▶ CBI Trends: Automotve Parts and Components
- ▶ Auto Parts & Equipment Manufacturing Industry, The Henry Fund Tippie School of Management
- ▶ Plastics Europe: Association of Plastic Manufacturers- Automotive The World moves with plastics

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

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

30 ülkelik uzun liste EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi kapsamında yer alan Filtrelere tabi tutularak elenmiştir:

- ▶ **Filtre 1 kapsamında**, 30 ülke için 2015 yılı toplam Otomotiv yan 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**, 20 ülke için genel risk skoru, yolsuzluk algılama endeksi sıralaması, iş yapma kolaylığı, GSYİH değeri, GSYİH büyüme oranı, kişi başına düşen GSYİH ile 5 yıllık tahmini GSYİH değerleri değerlendirmeye alınmış ve 10 ülke listesi oluşturulmuştur.
- ▶ **Filtre 3 kriterleri dikkate alınarak**, rapor kapsamında detaylı analiz edilecek 5 ülke belirlenmiştir. Bu aşamada firmaların ortak öncelikleri, iş ortağı varlığı ve geçmiş tecrübe, pazardaki tüketici profili, ülkelerdeki Türk malı imajı ve ürünlerin pazara uygunluğu dikkate alınmıştır. Otomotiv yan 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.

EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi, rapor kapsamında yer alan beş alt sektörü kapsamaktadır. Bu doğrultuda kısa ülke listesine dahil edilen beş hedef pazar her bir alt sektör için değerlendirilerek, bu pazarlarda alt sektörlerin temsiliyet oranları analiz edilmiştir. Pazar araştırmaları kapsamında her bir pazarın alt sektör nezdinde minimum %40 oranında temsiliyete sahip olması, analizlerin tutarlılığı ve kapsayıcılığı açısından önem arz etmektedir. Otomotiv yan 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 kapsamında seçilen ilgili otomotiv yan sanayi alt sektörleri için uygunluğunu gostermektedir.

Firmaların, seçilen hedef pazarlara ihracat gerçekleştirirken ülkenin yapısı ve tüketiciler eğilimleri doğrultusunda tavsiyelere yer verilmiştir. Özellikle, otomotiv yan sanayi sektörü otomotiv üretiminden, satın alımından ve araç ortalama yaşından etkilendiği için hedeflenen tüketicilere yönelik satın alma gücüne yönelik analizler gerçekleştirilmiştir. Bu pazarlarda, ürünlerin segmentasyonunun daha odaklı yapılabilmesi ve firmaların pazarda sürdürülebilirliklerinin sağlanması için kültürel, coğrafik ve sektörel bulgulara yer verilmiştir.

## 2. Küresel Otomotiv Yan Sanayi Sektörü Analizi

### 2.1. Otomotiv Yan Sanayi Sektörünün Genel Durumu

Otomotiv yan sanayi sektörü, otomotiv üretiminin büyük bir parçası olduğu için bu bölümde sektör değeri, otomotiv üretimi ve her iki alanın da şekillenmesinde büyük rol oynayan küresel eğilimler incelenmiştir.<sup>1</sup>

Otomotiv yan sanayi sektörü *orijinal parça üreticisi (OEM)* ve *üretim sonrası satışlar (Aftermarket)* olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır ve bu sektörde araba, SUV<sup>2</sup>, kamyon ve hafif arazi araçları için parça ve aksesuar üretilmektedir. Otomotiv yan sanayi sektörü, %95<sup>3</sup> oranında otomotiv talebi ile şekillenmektedir. Dolayısıyla orijinal parça üreticileri otomotiv yan sanayi sektöründe oldukça faal olarak yer almaktadır. Aracın montajı için gerekli parçaların üretim ve tasarımını gerçekleştiren *OEM* firmaları otomotiv parça üretiminin bel kemiğini oluşturmaktadır. Üretim sonrası satış gerçekleştiren firmalar arasında hem *OEM*ler hem de *aftermarket* firmaları yer alabilmektedir. Otomotiv parçalarının orijinal alt yapısını korumayı tercih edenler için *OEM* üretimi gerçekleştirilmeye devam edilirken, aşınmış ya da hasar görmüş parçalar yerine sunulan *aftermarket* ürünleri de çokça tercih edilmektedir. *Aftermarket* pazarın %5'lik kısmını oluşturmaktadır ve genellikle yetkili satış bayi üzerinden ya da doğrudan tüketiciye satış gerçekleştirilmektedir.

Otomotiv talebi tüketici harcamalarına bağlı ilerlemektedir, dolayısıyla GSYİH ile faiz ve işsizlik oranlarının otomobil alımında etkisi oldukça büyüktür. Ek olarak, araç fiyatları, yakıt fiyatları, araç hurda oranları, inovasyon ve yasal düzenlemelerin otomotiv yan sanayi doğrudan ya da dolaylı yollardan pazarı etkilediği tespit edilmiştir.

Otomotiv yan sanayi sektörü kapsamında üretilen ürünlerin alüminyum, demir, çelik, tekstil, kauçuk vb. birçok hammaddesi bulunmaktadır. Özellikle çelik ürünler, otomotiv üreticilerinin maliyetlerinin %68'ini oluşturmaktadır.<sup>4</sup> Bu durum otomobil üreticilerinin karlılığını ve fiyat skalasını etkilemektedir. Öte yandan, son zamanlarda teknolojideki gelişmeler ile birlikte plastik ürün kullanımında artış gerçekleşmiştir. Arabanın hem iç hem de dış tasarımında

---

<sup>1</sup> Otomotiv yan sanayi sektörü kapsamında motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, tamponlar & aksam ve parçaları, fren ve servo frenler, şanzıman ve diferansiyel aksamaları alt sektörlerine referans verilmekte olup Küresel Seviye Analizi sektör genelinde incelenmiştir.

<sup>2</sup> Yol ve arazi için tasarlanmış hafif ve kıvrak araç

<sup>3</sup> HenryFund.org, University of Iowa, 2015: Auto Parts & Equipment Manufacturing Industry

<sup>4</sup> HenryFund.org, University of Iowa, 2015: Auto Parts & Equipment Manufacturing Industry

kullanılabilmesi, dayanıklılığı, tasarımının kolayca çeşitlendirilebiliyor olması ve geri dönüşüm yapılarak tekrar kullanılabilmesi gibi sebepler plastiğin daha da yaygınlaşmasına sebebiyet vermektedir. Rapor kapsamında incelenen ürünler özelinde ise kardan mili, tampon ve motor parçaları üretiminde plastik kullanımının yaygınlaştığı tespit edilmiştir.<sup>5</sup>

Dünya otomotiv yan sanayi sektörü pazar değeri yaklaşık olarak 1,1 Trilyon \$ hacmine ulaşmıştır.<sup>6</sup> NAFTA üyeleri, Avrupa ülkeleri, Çin, Japonya, Güney Kore, Hindistan, Rusya ve Brezilya, bu değerın yaklaşık %57'lik kısmını karşılamaktadır.

**Şekil 1: Küresel Otomotiv Parça Sektöründe En Yüksek Pazar Değerine Sahip Ülke ve Bölgeler (Milyar \$, 2014)**



Kaynak: Statista, 2014

Küresel seviyede en yüksek pazar değerine sahip ülke ve bölgeler arasında NAFTA<sup>7</sup> ülkeleri 157 Milyar \$ ile Avrupa'dan sonraki en büyük pazarı temsil etmektedir. Amerika'nın pazar büyüklüğünün ise tek başına 55,5<sup>8</sup> Milyar \$ olduğu tahmin edilmektedir. Brezilya, Rusya ve Hindistan ise toplamda 51 Milyar \$'lık hacmi oluşturmaktadır.

Otomotiv yan sanayi sektörünün gelişimine yön veren en önemli ilgili sektörlerden biri olan otomotiv üretimi değerlerine ise aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

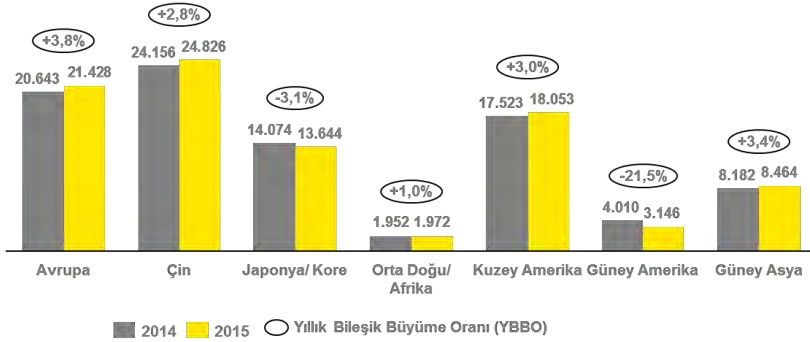
<sup>5</sup> Association of Plastics Manufacturers: Plastic enable resource efficient mobility

<sup>6</sup> Statista, EY Analizi, 2016

<sup>7</sup> ABD, Meksika ve Kanada'dan meydana gelmektedir.

<sup>8</sup> HenryFund.org, University of Iowa, 2015: Auto Parts & Equipment Manufacturing Industry

**Şekil 2: Dünya Otomotiv Üretimi (2014-2015, YBBO %, Bin adet)**



Kaynak: European Automobile Manufacturers Association

Küresel seviyede otomotiv üretimi 91,5 Milyon adede ulaşmıştır. En yüksek orana 24 Milyon adet otomotiv ile Çin sahipken, %3,8 ile 2014-2015 yılları arası en yüksek artışı Avrupa sergilemiştir.

Çin, Hindistan, Rusya, ABD, Japonya ve Avrupa ülkeleri yerli otomotiv üretimi yapan başlıca ülkelerdir. Çin, 2020 yılı itibariyle 27 Milyonun üzerinde araç üretmeyi planlamaktadır. Kanada ve Meksika, Çin'e oranla göreceli olarak daha düşük hacimlerde araç üretimi gerçekleştirmekle beraber Meksika, üretim konusunda gerçekleştirilen yatırımları ve üretimini arttırması ile potansiyeli oldukça yüksek bir pazar olarak göze çarpmaktadır. Bu pazarların en büyük ortak özelliklerinden biri hem *OEM* hem de *aftermarket* ihracatında büyük potansiyel vaat eden ülkeler olarak değerlendirilmeleridir.<sup>9</sup> Aynı zamanda yedek parça, motor, şanzıman vb. üretimlerini de kendileri gerçekleştiren bu ülkeler, *tier one*<sup>10</sup> firmalara ağırlık vermeye başlamıştır. *Tier one* firmaları aracılığı ile tasarım, birçok parçanın üretimi ve büyük alt montajlar temin edilmektedir ve *tier one* firmaları küresel seviyede daha da yaygın hale gelmektedir. *Tier one* firmalarına ürün tedarik eden firmalar ise *tier two* olarak adlandırılmaktadır. Bu firmalar, *OEM* firmalar ile herhangi bir iletişim kurmadan, doğrudan *tier one* firmalarına ürün sağlamaktadır. *Tier two* firması, hem *tier one* tedarikçisi olup hem de *OEM* firmasına ürün tedariki sağlayarak *tier one* görevi görebilmektedir. Halkada yer alan diğer *tier* firmalar genellikle hammadde tedarikçisi konumundadır. Otomotiv üreticileri böylelikle, maliyet, döviz kurundaki dalgalanmalar, taşımadaki hasar gibi riskleri azaltıp yerel teşviklerden yararlanmayı hedeflemektedir.

*OEM* için uygun ve büyük pazarlar arasında Japonya, Almanya ve Kore gibi ülkeler de yer almaktadır. Aynı zamanda bu ülkeler Çin'den sonra en çok araç


<sup>9</sup> 2016 Top Markets Report, Automotive Parts


<sup>10</sup> *OEM* üreticisi firmalarının direkt tedarikçisi konumundaki ana tedarikçilerdir.


üretimi gerçekleştirme özelliğine sahiptir ve *OEM* için büyük potansiyel vaat etmektedir. Öte yandan, Singapur ve Hong Kong'un aktarma merkezi olarak pazarda aktif bir şekilde faaliyet göstermeleri ile dikkat çekmektedir.


Otomotiv yan sanayi sektöründe *tier one* firma olarak öne çıkan oyuncular; Honeywell Int Inc, Delphi Automobile PLC, Borg Warner Inc., TRW Automotive Holding Copr. ve Dana Holding Corp.'tur.

**Honeywell** ABD orijinli Fortune 100 şirketi arasında yer alan Honeywell firmasının 2016 yılı itibariyle toplam geliri 38,6 Milyar \$'dır. Aerospace, Otomotiv ve Kontrol Sistemleri ve Performans Araçları ve Teknolojileri konularında faaliyet göstermektedir. Otomotiv yan sanayi sektöründe fren balataları üretimi ile yer almaktadır.

 Delphi fren sistemi dahil olmak üzere, havalandırma & motor soğutma, dizel sistemleri, motor yönetimi, yakıt sistemleri, kontak/ ateşleme, bakım- onarım ve direksiyon & süspansiyon alanlarında faaliyet göstermektedir. İngiltere menşeli firmanın 2016 yılı itibariyle toplam geliri 15,2 Milyar \$'dır. Dünya çapında en büyük 25 otomotiv üreticisi ile çalışan Delphi, 32 ülkede 270 farklı lokasyonda hizmet vermektedir. OEM tecrübesi ile *aftermarket* için yenilikçi ürünler tasarlamaktadır.

 BorgWarner Transmisyon sistemleri firması, Kuzey Amerika'nın Illinois eyaletinde *aftermarket* için plaka, iletim bandı, tek yönlü debriyajlar, mıknatıslı bobin ve tork dönüştürücüsü üretimi gerçekleştirmektedir. Firmanın toplam geliri 8,0 Milyar \$'dır. Ayrıca, talebin yüksek olması sebebiyle Avrupa ve Asya distribütörlüklerinin açılması planlanmaktadır.

 Küresel seviyede önemli bir *OEM* firması olan TRW, disk balataları, rotkolu stabilizör, fren diskleri, fren kaliperleri, direksiyon pompaları ve direksiyon milleri ve amortisör üretimi gerçekleştirmektedir. ABD menşeli olan firmanın 17,5 Milyar \$ toplam geliri bulunmaktadır. Firmanın Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya'da bağlı firmaları yer almaktadır.

 Dana Inc firması aks, mil, motor ve transmisyon teknolojileri, sızdırmazlık çözümleri, sıcaklık yönetim ürünleri, egzoz ürünleri, hibrit ve elektrikli araç çözümleri ve yakıt hücreleri üzerine hizmet vermektedir. Dünya genelinde 17 distribütörlüğü bulunan firma, *aftermarket* alanında hizmet vermektedir. ABD menşeli firmanın toplam geliri 6,1 Milyar \$'dır.

## **Küresel Otomotiv Yan Sanayi Sektörü – Genel Bulgular:**

- ▶ Otomotiv ve dolayısıyla otomotiv yan sanayi sektörü teknoloji ile iç içe olduğu için firmaların güncel kalarak eğilimleri takip etmeleri büyük önem arz etmektedir. Aynı zamanda ARGE'ye gerekli önem verilerek ürün çeşitliliği sağlanmalıdır.
- ▶ Küresel ekonomik gelişmeler sebebiyle üreticilerin yasal düzenlemelerden daha az etkilenen Çin ve Hindistan gibi bölgelere ağırlık verdikleri tespit edilmiştir. Daha güçlü rekabet şartları elde edebilmek için üretim tesislerinde özellikle maliyet avantajı sağlayan ülkeler tercih edilmektedir. Bu şekilde *OEM* firmalarının talepleri daha hızlı karşılanabilmektedir ve iş geliştirmeye daha fazla zaman ayrılabilir.<sup>11</sup>
- ▶ Avrupa Birliği sektöre yönelik yasal düzenlemeler hususunda oldukça gelişmiş olup, pazardaki hakimiyeti sebebiyle birçok ülke ile ticari anlaşmalarını bu doğrultuda gerçekleştirmektedir. Bir diğer yandan Çin ve Hindistan gibi pazarlar ise kendi standartlarını oluşturarak sektörde ticareti etkileyecek boşluklar meydana getirmektedir. Dolayısıyla bu standartlara uyum sağlamak ve ticaretin devam edebilmesi için AB-ABD Transatlantik Ticaret ve Yatırım Antlaşması ile bunun önüne geçmeye çalışmaktadır.
- ▶ Otomotiv yan sanayi sektöründeki bir diğer dikkat edilmesi gereken husus ise hükümetlerin yerli üreticiyi koruyan politikalar geliştirmeleridir. Örneğin, Çin'e ihracat gerçekleştirmeyi planlayan bir firmanın yerel üretici ile ortaklık yapması gerekmektedir.<sup>12</sup>
- ▶ *Aftermarket* firmaları, otomotiv üreticileri ile yakın çalışmaktadır. Bunun sebebi firmalar ucuz işçi gücü ve daha az yasal düzenleme sebebiyle *aftermarket* tercih etmesidir. Sonuç olarak, *OEM* firmalarına karşı pazarda rekabet sağlayabilmektedir.
- ▶ Elektrikli araçlar ve sürücüsüz araçların artması ile birlikte egzoz sistemi üreticilerinin iş sistemlerinde değişiklikler meydana gelmesi beklenmektedir. Öte yandan uzun ömürlü şarj ve enerji depolama sistemine yönelik ihtiyaçların artacağı ve firmaların ARGE çalışmalarını bu yönde gerçekleştirecekleri öngörülmektedir.

---

<sup>11</sup> HenryFund.org, University of Iowa, 2015: Auto Parts & Equipment Manufacturing Industry

<sup>12</sup> 2016 Automotive Parts Top Markets Report



## 2.2. Küresel Otomotiv Yan Sanayi Sektörü Dış Ticaret Eğilim Analizi

Küresel pazarda 2015 yılında yaklaşık 805 Milyar \$ değerinde otomotiv yan sanayi ürünü ithal edilmiştir. Bu değer yarısından fazlasını ABD, Almanya, Çin, Meksika, Kanada, Fransa ve Birleşik Krallık oluşturmaktadır. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %0,5 oranında azalan küresel otomotiv yan sanayi ithalatında, Vietnam, Macaristan ve hedef pazarlardan olan Meksika'nın ithalatlarındaki büyüme oranı (%7-%9) dikkat çekmektedir. Raporda analiz edilen motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, tamponlar & aksam ve parçaları, fren ve servo frenler ve şanzıman ve diferansiyel aksamı ürünlerinin toplam küresel ithalatı ise 2015 yılında 173,5 Milyar \$'dır. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 oranında azalan bu değer, otomotiv yan sanayi sektöründe gerçekleştirilen toplam ithalatın yaklaşık %22'lik kısmına karşılık gelmektedir. Analiz edilen ürünlerin ithalatında en fazla öne çıkan ülkeler ise, toplam değer üçte birini karşılayan ABD, Almanya ve Meksika'dır. Ayrıca, motor aksam ve parçaları analiz edilen ürünler içerisinde 63 Milyar \$ ile en fazla ithal edilen üründür.<sup>13</sup>

### **Motor Aksam ve Parçaları:**

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

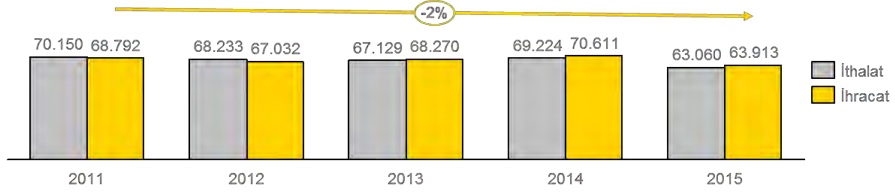
Küresel otomotiv yan sanayi dış ticaretinde motor aksam ve parçalarının payı %7,9'dur. Motor aksam ve parçaları ihracatında Almanya başta olmak üzere Avrupa ülkeleri, ABD, Japonya ve Çin'in pazara hâkim olduğu tespit edilmiştir. Almanya tek başına küresel motor aksam ve parçaları ihracatının yaklaşık %30'unu gerçekleştirmektedir. İthalat pazarında ise ABD liderliğinde birçok Avrupa ülkesinin yer aldığı gözlemlenmektedir. ABD ve Almanya'nın küresel ithalattaki pazar payları yaklaşık %45'tir. İki ülkenin küresel ithalat pazarındaki yüksek paylarının uyguladıkları düşük vergi oranından ve ürettikleri otomotiv ürünleri için yüksek oranda otomotiv yan sanayi ürünlerine ihtiyaç duymalarından kaynaklandığı tespit edilmiştir.<sup>14</sup> ABD ve Avrupa ülkelerine ek olarak Meksika, Kanada'yla birlikte en büyük ithalatçılar arasında yer almaktadır. Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya Pasifik bölgelerinde yoğunlaşan

<sup>13</sup> Trademap, 2016

<sup>14</sup> www.trademap.org

küresel motor aksam ve parçaları ithalatında etkin olan ülkelerdir. Öte yandan, dünya genelinde motor aksam ve parçaları ihracatında 2015 yılında %9'luk düşüş yaşandığı tespit edilmiştir. İthalatta ise bu düşüş oranının %8 olduğu tespit edilmiştir. Motor aksam ve parçaları ithalat ve ihracatı 2011-2015 yılları arasında küçülme eğilimi sergilemiştir. 2009 yılında dünyada yaşanan ekonomik durgunluk hem orijinal donanım üreticileri, hem de tedarikçilerdeki üretimin ciddi bir düşüş göstermesine sebep olmuştur. 2009 yılında yaşanan durgunluğun, sonraki dönemlerde yaşanan düşüşün en büyük sebeplerinden biri olduğu tespit edilmiştir.

**Şekil 3: Motor Aksam ve Parçaları 2011-2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**

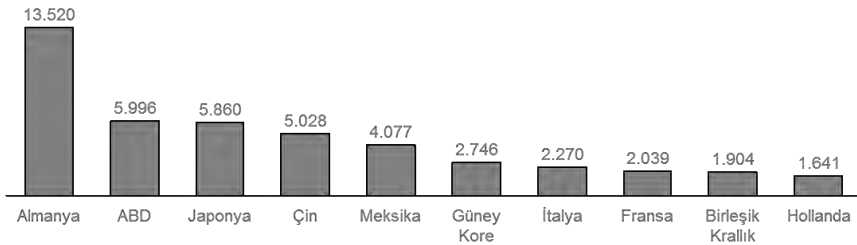


Kaynak: Trademap

Motor aksam ve parçaları dış ticareti 2011-2015 yılları arasında yıllık %2'lik küçülme ile 63,9 Milyar \$'lık bir hacme gerilediği görülmektedir.

Küresel motor aksam ve parçaları ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte verilmiştir:

**Şekil 4: Motor Aksam ve Parçaları İlk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$,2015)**



Kaynak: Trademap

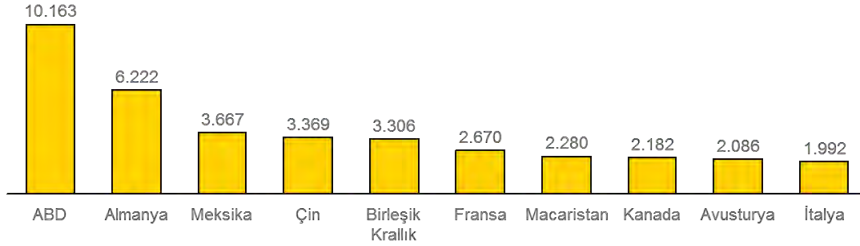
Küresel motor aksam ve parçaları ihracatında %29'luk pay ile lider konumda olan Almanya, 13,5 Milyar \$ ihracat gerçekleştirmiştir. Alman ürünlerinin dünya genelinde marka bilinirlikleri ve otomotiv sektöründeki büyük markaların çoğunun Alman markası olması ve bu markalar için kaliteli yan sanayi ürünü üretmeleri, küresel pazarda Almanya'yı en büyük ihracatçılardan biri yapmaktadır. Öte yandan pazarda en büyük paya sahip olan Almanya'nın,

2011-2015 yılları arasında küresel ihracat pazarından daha hızlı bir şekilde küçüldüğü tespit edilmiştir. İhracatta diğer öne çıkan ülkeler ABD, Japonya ve Çin'dir. İhracat payları ise sırasıyla %13, %12,9 ve %11'dir. Genel olarak dağınık bir coğrafi pazar görünümü çizen motor aksam ve parçaları pazarının Avrupa, Asya Pasifik ve Kuzey Amerika'da yoğunlaştığı görülmektedir.

Almanya'nın en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler arasında ABD (%11), Macaristan (%10) ve Avusturya (%10) Almanya'nın dış ticaret ortakları olurken, Birleşik Krallık (%7) da Almanya'nın ihracatında önemli bir yere sahiptir. Almanya'nın ABD haricinde genellikle yakın coğrafya üzerinden ihracat stratejisi izlediği gözlemlenmiştir.

Küresel motor aksam ve parçaları ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir:

**Şekil 5: Motor Aksam ve Parçaları İlk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Motor aksam ve parçaları ithalat pazarına %26'lık pay ile ABD'nin hâkim olduğu görülmektedir. Öte yandan Almanya (%16), Meksika (%9), Çin (%9) ve Birleşik Krallık (%8) küresel pazarda yüksek ithalat gerçekleştirerek iç taleplerinin önemli bir kısmını ithalat ile karşıladıkları tespit edilmiştir. Motor aksam ve parçaları ithalat pazarının genel olarak Kuzey Amerika ve Avrupa'da yoğunlaştığı görülmektedir.

ABD, motor aksam ve parçaları talebinin yaklaşık olarak %30'unu Meksika'dan karşılamaktadır. Geri kalan kısmının ise çoğunluğunu Japonya, Almanya ve Çin'den temin etmektedir. Almanya ise motor aksam ve parçaları talebini Türkiye başta olmak üzere Avusturya ve Polonya gibi Avrupa ülkelerinden karşılamaktadır. Öte yandan, Meksika ise ABD gibi komşu ülkelerle birlikte Japonya ve Almanya'dan da ithalatını gerçekleştirmektedir. ABD ve Almanya'nın, ithalatlarının çoğunu komşu ülkelerden sağlamanın ana nedeninin, lojistik avantaj olduğu gözlemlenmiştir. Bu durumun pazarda baskın konumda olan Meksika için de geçerli olduğu tespit edilmiştir. ABD, Almanya ve Meksika'nın lojistik avantajlarının yanı sıra ithal ettiği ülkelerin

çoğunun fiyat avantajına sahip olması da ithalatlarını bu ülkelerden yapmalarını sağlamaktadır.

### **Transmisyon Milleri ve Kranklar:**

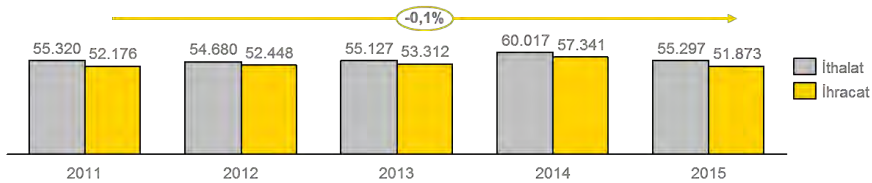
Küresel otomotiv yan sanayi ürünlerine ait GTİP kodları üzerinden transmisyon milleri ve kranklar dış ticaret eğilimlerine ait ilgili analizler aşağıda yer almaktadır.

Transmisyon milleri ve krankları dış ticaretinin, 2011-2015 yılları arasında istikrarlı bir şekilde seyrettiği gözlemlenmiştir. Küresel otomotiv yan sanayi dış ticaretinde transmisyon milleri ve krankları alt sektörünün payı yaklaşık olarak %6,6'tır.

Transmisyon milleri ve krankları ihracatında pazara hâkim olduğu görülen Almanya'nın küresel pazardaki payının %27 olduğu görülmektedir. Öte yandan Kuzey Amerika ve Asya pasifik ülkelerinin de görece düşük hacimli olsa da pazarda etkin bir şekilde yer aldıkları gözlemlenmektedir. İthalatta ise ABD hâkim konumda yer almaktadır. Küresel ithalatta ABD'nin payı ise %25'tir. Almanya, Meksika ve Çin'in ABD'den sonra pazarda önemli ithalatçılar olarak yer aldıkları gözlemlenmiştir. Almanya, ABD, Çin ve Japonya gibi ülkeler pazarda hem ithalatçı hem de ihracatçı olarak önem arz etmektedir.

Küresel transmisyon milleri ve krankları ürün grubunda 2015 yılında yaklaşık %8 oranında düşüş yaşanmakla birlikte, 2011-2015 yılları arasında ithalat ve ihracatı sabit bir tablo çizmiştir. 2015 yılındaki düşüşün en büyük sebebi, küresel pazarda lider konumda olan Almanya'nın payının yüksek oranda azalmasıdır.<sup>15</sup>

**Şekil 6: Transmisyon Milleri ve Kranklar 2011-2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**



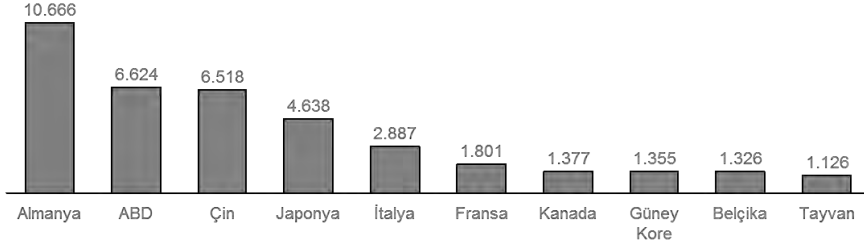
Kaynak: Trademap

<sup>15</sup> www.trademap.org

Küresel transmisyon milleri ve krankları 2011-2015 yılları arasında yıllık %-0,1 oranında bileşik büyüme oranı ile 51,8 Milyar \$'lık hacme gerilediği görülmüştür.

Transmisyon milleri ve krankları ihracatında öne çıkan ilk 10 ülke aşağıda yer almaktadır.

**Şekil 7: Transmisyon Milleri ve Kranklar İlk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



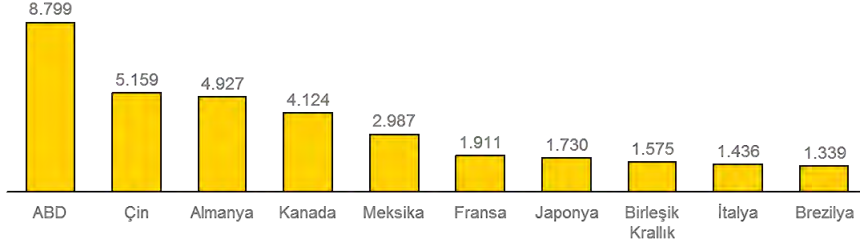
Kaynak: Trademap

Küresel transmisyon milleri ve kranklar ihracatında Almanya, ABD ve Çin sırasıyla %27, %17 ve %17'lik paylarıyla pazara hâkim konumdadır. Küresel transmisyon milleri ve kranklar ihracatının genel olarak Kuzey Amerika, Avrupa ve Asya Pasifik bölgelerinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Almanya'nın transmisyon milleri ve kranklar ihracatında, en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke olan ABD (%25), Almanya'nın en büyük dış ticaret ortağı olmuştur. Ayrıca, Çin ve Fransa'nın sırasıyla %15 ve %14'lük payları ile Almanya'nın ihracatında ilk sıralarda yer aldıkları gözlemlenmiştir. Almanya'nın ihracatında genel olarak Avrupa ülkelerinin ağırlıklı olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan ABD'nin transmisyon milleri ve krankları ihracatının yaklaşık %60'ını Kanada ve Meksika'ya gerçekleştirdiği ve komşu ülkeler üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Çin ise birçok ülkeye ihracat yapmakla birlikte ihracatının en büyük kısmını (%25) ABD'ye yapmaktadır.

Transmisyon milleri ve kranklar ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

**Şekil 8: Transmisyon Milleri ve Kranklar İlk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

ABD, Çin ve Almanya'nın hâkim olduğu küresel transmisyon milleri ve kranklar ithalat pazarında %25'lik payı ile ABD birinci sırada yer almaktadır. Sıralamada yer alan Çin, Almanya ve Kanada ise sırasıyla %15, %14 ve %12'lik paylara sahiptir. Transmisyon milleri ve krankları ithalatının çoğunun ABD, Çin, Almanya, Kanada ve Meksika gibi ülkelerden gerçekleştirilmesinin ana nedeni bu ülkelerin otomotiv üretimi için yüksek oranda otomotiv yan sanayi ürünlerine ihtiyaç duymalarıdır. Transmisyon milleri ve kranklar ithalatının genel olarak Kuzey Amerika, Asya Pasifik ve Avrupa'da yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

ABD'nin transmisyon milleri ve krankları ithalatında en çok tercih ettiği ülkelerin sırasıyla Çin, Almanya ve Japonya olduğu tespit edilirken, ABD ithalatının yaklaşık yarısı bu ülkelerden gerçekleştirilmektedir. ABD'nin bu ülkelere düşük vergi oranı ve ülkelerin fiyat avantajına sahip olması, ABD'nin ithalatta bu ülkeleri seçmesinin en büyük sebeplerindedir<sup>16</sup>. Öte yandan ithalatta ikinci sırada yer alan Çin ise %24'lük pay ile en çok Almanya'yı tercih etmektedir. Çin ithalatını dağınık bir coğrafyadan ve farklı segmentte tüketiciler için gerçekleştirilmektedir.

### **Tamponlar & Aksam ve Parçaları:**

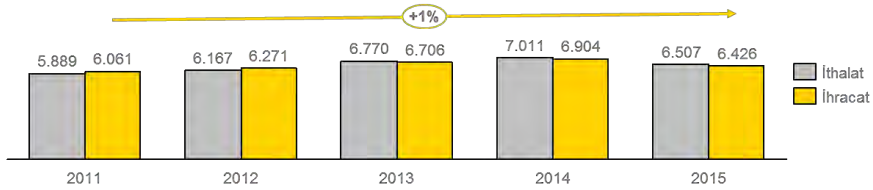
Küresel otomotiv yan sanayi ürünlerine ait GTİP kodları üzerinden tamponlar & aksam ve parçaları dış ticaret eğilimlerine ait ilgili analizler aşağıda yer almaktadır.

<sup>16</sup> www.trademap.org

Tamponlar & aksam ve parçaları dış ticaretinin, 2011-2015 yılları arasında yıllık %1'lik bileşik büyüme oranı ile incelenen otomotiv yan sanayi ürün grubu arasında iyi performans gösteren ürünlerden biri olduğu tespit edilmiştir. Tampon & aksam ve parçaları ihracatında Almanya'nın pazara hakim olduğu görülmekle birlikte ABD'nin de pazarda etkin bir şekilde yer aldığı görülmektedir. İhracat pazarındaki ülkelerin genellikle Avrupa, Asya Pasifik ve Kuzey Amerika'da yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. İthalatta ise ABD başta olmak üzere Almanya, Kanada ve Birleşik Krallık gibi gelişmiş ülkelerin yer aldığı görülmektedir. ABD, Almanya ve Çin hem büyük ithalatçılar hem de büyük ihracatçılar olarak pazarda önem arz etmektedir.

Tamponlar & aksam ve parçaları dış ticareti 2011-2015 yılları arasında %1'lik bileşik büyüme oranı ile istikrarlı bir büyüme eğilimi sergileyerek 6,4 Milyar \$'lık hacme ulaşmıştır.

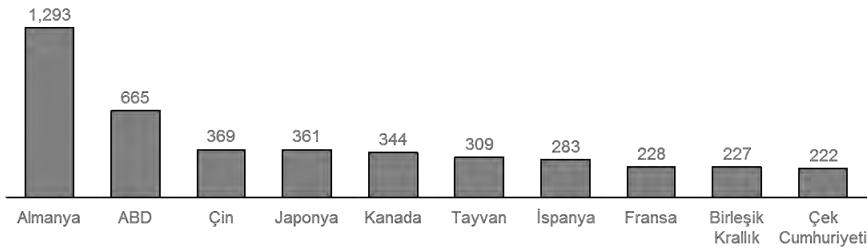
**Şekil 9: Tamponlar & Aksam ve Parçaları 2011-2015 Yılları arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**



Kaynak: Trademap

Küresel tamponlar & aksam ve parçaları ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

**Şekil 10: Tamponlar & Aksam ve Parçaları İlk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

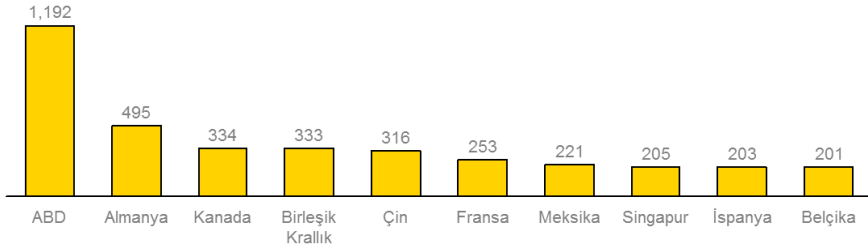
Küresel tamponlar & aksam ve parçaları ihracatında %32'lik pay ile lider konumda yer alan Almanya, 1,2 Milyar \$ değerinde ihracat

gerçekleştirmektedir. İhracatta diğer öne çıkan ülkeler ABD (%16) ile Çin (%9) ve Japonya (%9)'dır. Genel olarak dağınık bir coğrafi yapılanmaya sahip olan tamponlar & aksam ve parçaları pazarı Kuzey Amerika, Asya Pasifik ve Avrupa' da yoğunlaşmıştır.

Almanya'nın en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler arasında Çin ve ABD sırasıyla %13 ve %11'lik paylarıyla, Almanya'nın en büyük ticaret ortağı olurken, Macaristan ve Birleşik Krallık da sırasıyla %8 ve %6'lık payları ile Almanya'nın ihracatında önemli bir yere sahiptir. Almanya'nın ABD ve Çin haricinde yakın coğrafyası üzerinden ihracat stratejisi izlediği gözlemlenmektedir. Bunun en büyük sebepleri Avrupa ülkelerinin lojistik avantaja sahip olması ve Avrupa içerisindeki ticaretin Avrupa Birliği sayesinde vergiden etkilenmemesidir.

Küresel tampon & aksam ve parçaları ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıdaki grafikte yer verilmiştir:

**Şekil 11: Tamponlar & Aksam ve Parçaları İlk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Tamponlar & aksam ve parçaları ithalat pazarına %31'lik pay ile ABD hâkimdir. Öte yandan Almanya (%13), Kanada (%8) ve Birleşik Krallık'ın (%8) da iç pazardaki tamponlar & aksam ve parçaları talebini ithalat ile karşıladıkları görülmektedir. Tamponlar & aksam ve parçaları talebinin genel olarak ABD, Avrupa ve Asya Pasifik bölgesinde yoğunlaştığı görülmektedir.

ABD, 1,2 Milyar \$ ile küresel tamponlar & aksam ve parçaları ithalatının yaklaşık %31'lik kısmını karşılamaktadır. Bunun nedeni ise Honda, Toyota ve GM gibi ana sanayi firmalarının çoğunlukla belirli yan sanayi firmalarından ürün aldıkları ve üretimi aksatmamak için mevcut yan sanayi firmaları ile önemli bağlantıları olmasıdır. <sup>17</sup>ABD, küresel ithalat talebinin yaklaşık %27'lik kısmını Kanada'dan, %24'lük kısmını Tayvan'dan ve geri kalan kısmını ise farklı coğrafyalarda bulunan ülkelere sağladığı gözlemlenmektedir. <sup>18</sup>Öte

<sup>17</sup> ABD- Genel Ekonomik Durum, T.C. Ekonomi Bakanlığı

<sup>18</sup> ABD – Türkiye Ticareti, T.C. Ekonomi Bakanlığı



yandan, Almanya ise tamponlar & aksam ve parçaları talebini Çek Cumhuriyeti, ABD ve İspanya olmak üzere Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinden tedarik etmektedir. Kanada ise ABD ve Meksika gibi komşu ülkelerle birlikte Tayvan ve Çin'den de ithalat yapmaktadır.

### **Fren ve Servo Frenler:**

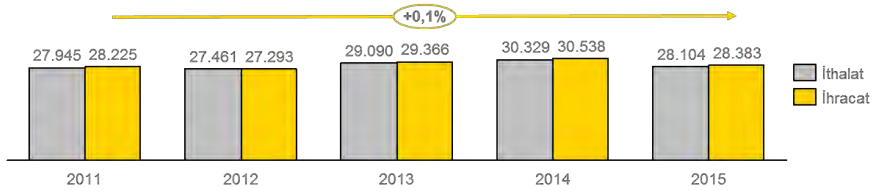
Küresel otomotiv yan sanayi ürünlerine ait GTİP kodları üzerinden fren ve servo frenleri dış ticaret eğilimlerine ait ilgili analizler aşağıda yer almaktadır.

Fren ve Servo frenleri dış ticareti, 2011-2015 yılları arasında %0,1'lik bileşik büyüme oranı ile sabit bir büyüme performansı göstermiştir. Küresel otomotiv yan sanayi dış ticaretinde fren ve servo frenleri alt sektörünün payı yaklaşık %3,5'tir.

Fren ve servo frenleri ihracatında, Çin ve Almanya'nın pazara hâkim olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca, Kuzey ve Güney Amerika ülkeleri göreceli olarak daha küçük hacimli ihracat yapmakla birlikte pazarda önemli bir hacme sahiptir. Öte yandan, fren ve servo frenleri ithalatında ise ABD hâkim konumdadır. Meksika, Kanada, Almanya ve Fransa ise göreceli olarak düşük ithalat paylarına rağmen pazarda etkin konumdadır. Fren ve servo frenlerinde, ABD, Meksika, Kanada ve Çin hem büyük ihracatçı hem de büyük ithalatçı olmalarıyla pazarda önem arz etmektedir.

Fren ve servo frenlerinde 2011-2015 yılında yaklaşık olarak %0,1'lik bir büyüme ile dış ticaretin sabit bir eğilim izleyerek 28,3 Milyar \$'lık hacme ulaştığı gözlemlenmektedir.

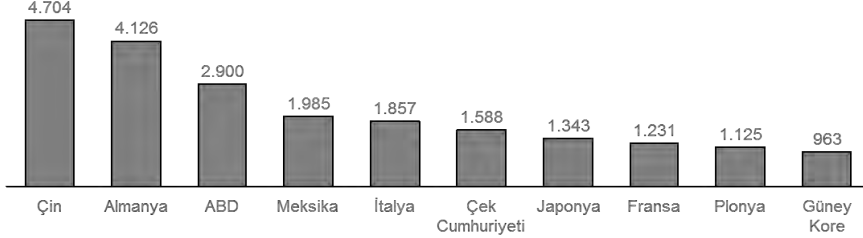
**Şekil 12: Fren ve Servo Frenleri 2011-2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**



Kaynak: Trademap

Fren ve servo frenleri ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir:

**Şekil 13: Fren ve Servo Frenleri İlk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$,2015)**



Kaynak: Trademap

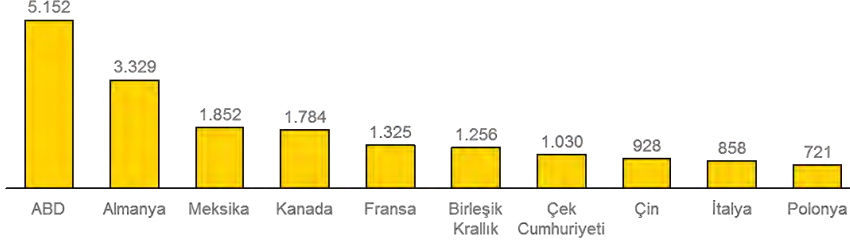
Küresel fren ve servo frenleri ihracatında %21'lik payı ile Çin ve %18'lik payı ile Almanya pazara hâkim konumdadır. Diğer ihracatçı ülkeler göreceli olarak daha küçük hacimlere sahip olmakla birlikte, ABD %13, Meksika %9, İtalya %8 ve Çek Cumhuriyeti %7'lik paylarıyla pazarda önemli bir yere sahiptir. Fren ve servo frenleri ihracatının genel olarak Çin, ABD ve Avrupa'da yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Çin, fren ve servo frenleri ihracatının yarısına yakını ABD, Japonya ve Almanya olmak üzere üç farklı bölgeye gerçekleştirmektedir. Çin ürünlerinin küresel pazarda fiyat avantajına sahip olması sebebiyle büyük otomotiv ana sanayi firmaları tarafından sürekli olarak talep görmesine neden olmaktadır. Büyük otomotiv firmaların çoğunun ABD, Japonya ve Almanya'da yer alması nedeniyle Çin ihracatının büyük kısmını bu ülkelere yapmaktadır.<sup>19</sup> Öte yandan Almanya'nın fren ve servo frenleri ihracatını ABD, Çin ve Avrupa ülkeleri gibi birçok farklı bölgeye yaklaşık olarak aynı oranlarda gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Pazarda Alman malı algısının kuvvetli olması, Almanya'nın birçok farklı bölgeye ihracat yapmasını kolaylaştırmaktadır. ABD ihracatının yaklaşık %85'ini Kanada ve Meksika gibi komşu ülkelere gönderirken, Meksika ise komşu ülkelerin yanı sıra Avrupa ve Asya Pasifik ülkelerine ağırlık vermiştir.

<sup>19</sup> www.trademap.org

Fren ve servo frenleri ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir:

**Şekil 14: Fren ve Servo Frenleri İlk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Genel olarak ABD, Kanada ve Avrupa ülkeleri tarafından gerçekleştirilen fren ve servo frenleri ithalatında %28'lik payı ile ABD öne çıkmaktadır. Sıralamada yer alan diğer ülkelerin göreceli olarak daha küçük ithalat paylarına sahip oldukları görülmektedir.

ABD iç talebinin yaklaşık %65'lik kısmını Çin ile birlikte Meksika ve Kanada gibi komşu ülkelerinden karşılamaktadır. Fren ve servo frenleri ithalatında ikinci sırada yer alan Almanya ise iç talebini Çek Cumhuriyeti, İtalya, Polonya ve Fransa gibi Avrupa ülkelerinden karşılamaktadır. Almanya'nın Avrupa ülkelerini seçmesindeki sebebi; özellikle Doğu Avrupa ülkeleri için işgücü maliyetlerinin düşük olmasıdır. Bu durum Fransa ve İtalya gibi diğer Avrupa ülkeleri için de geçerlidir.

### **Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları:**

Küresel otomotiv yan sanayi ürünlerine ait GTİP kodları üzerinden şanzıman ve diferansiyel aksamları dış ticaret eğilimlerine ait ilgili analizler aşağıda yer almaktadır.

Şanzıman ve diferansiyel aksamları dış ticareti, 2011-2015 yılları arasında %2 ile otomotiv yan- sanayi ürün grubu arasında en yüksek bileşik büyüme oranını yakalamıştır. Küresel otomotiv yan sanayi dış ticaretinde şanzıman ve diferansiyel aksamları alt sektörünün payı %2,6'dır.

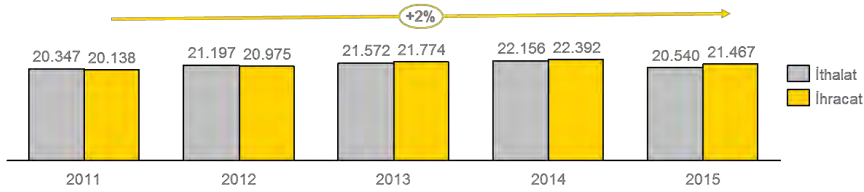
Şanzıman ve diferansiyel aksamları ihracatında, Meksika ve Almanya'nın pazara hâkim olduğu görülmektedir. Öte yandan ABD ve Japonya göreceli olarak daha küçük paylara sahip olmakla birlikte pazarda yer almaktadır. Şanzıman ve diferansiyel aksamları ithalatında ise ABD hâkim konumundadır. Meksika ve Almanya daha küçük paylarıyla birlikte pazarda baskın konumdadır. Meksika, Almanya ve ABD şanzıman ve diferansiyel aksamları

sektöründe hem büyük ithalatçı hem de büyük ihracatçı olarak pazarda önem arz etmektedir.

Şanzıman ve diferansiyel aksamaları ihracatında Meksika, ABD ve Avrupa ülkelerine ek olarak, Çin ve Güney Kore de listede yer almaktadır. İthalatta ise yine Meksika, ABD ve Avrupa ülkelerine ek olarak Kanada da en büyük ithalatçılar arasında bulunmaktadır.

Şanzıman ve diferansiyel aksamaları ihracatı, 2015 yılında yaklaşık %5 oranında düşüş yaşamasına rağmen, 2011-2015 yılları arasında ihracatın incelenen beş ürün grubu arasında en yüksek bileşik büyüme oranını yakaladığı gözlemlenmektedir.

**Şekil 15: Şanzıman ve Diferansiyel 2011-2015 Yılları Arası Dış Ticaret Eğilimi, Milyon \$**

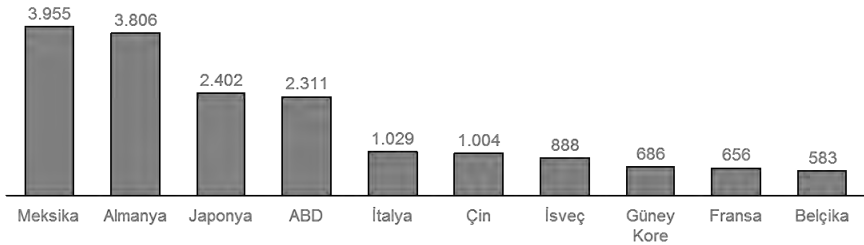


Kaynak: Trademap

Küresel şanzıman ve diferansiyel aksamaları 2011-2015 yılları arasında yıllık %2 oranında bileşik büyüme oranı ile 21,4 Milyar \$'lık hacme ulaşmıştır.

Şanzıman ve diferansiyel aksamaları ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

**Şekil 16: Şanzıman ve Diferansiyel Aksamaları İlk 10 İhracatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

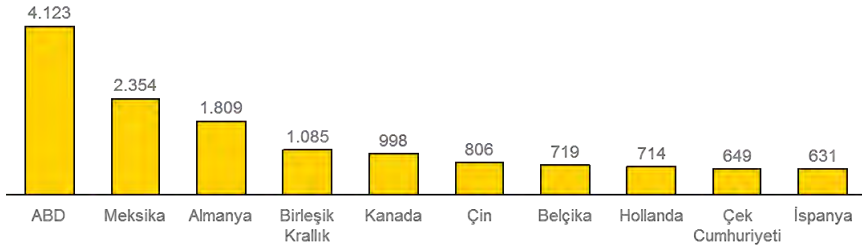
Küresel şanzıman ve diferansiyel aksamaları ihracatında %22'lik ve %21'lik payları ile Meksika ve Almanya pazara hâkim konumdadır. Diğer ihracatçı ülkeler göreceli olarak daha küçük hacimlere sahip olmakla birlikte, Japonya

ve ABD %13, İtalya ve Çin %5'lik payları ile pazarda önemli bir yere sahip oldukları gözlemlenmektedir. Şanzıman ve diferansiyel aksamaları ihracatının genel olarak, Kuzey ve Güney Amerika ile Avrupa'da yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Meksika'nın, şanzıman ve diferansiyel aksamaları ihracatının %80'lik kısmını ABD'ye gerçekleştirdiği ve tek bir ülke üzerinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Bunun sebebi ise Meksika'nın ucuz işçi gücü sayesinde fiyat avantajına sahip olmasıdır. İhracatının %20'lik kısmını ise Kanada, Birleşik Krallık, Çin ve Japonya gibi ülkelere gerçekleştirmektedir. Öte yandan Almanya'nın şanzıman ve diferansiyel aksamaları ihracatının büyük çoğunluğu ABD, Çin ve Polonya olmak üzere üç farklı bölgeye yaptığı tespit edilmektedir. Japonya'nın ise ihracatta ABD'ye odaklandığı görülmektedir. Genel olarak, ihracat akışı Almanya ve diğer ülkeler arasında karşılıklı olarak gerçekleşirken, Meksika'dan tek yönlü olarak ABD'ye şanzıman ve diferansiyel aksamaları sağlanmaktadır.

Şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkeye aşağıda yer verilmiştir.

**Şekil 17: Şanzıman ve Diferansiyel Aksamaları İlk 10 İthalatçı Ülke (Milyon \$, 2015)**



Kaynak: Trademap

Genel olarak ABD, Meksika, Çin ve Avrupa ülkeleri tarafından gerçekleştirilen şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatında %29'luk payı ile ABD öne çıkmaktadır. Sıralamada yer alan diğer ülkeler göreceli olarak daha küçük ithalat paylarına sahiptir.

ABD, iç talebinin yaklaşık yarısını Meksika ve Kanada gibi komşu ülkelere karşılamaktadır. Şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatında ikinci sırada yer alan Meksika ise iç talebinin çoğunluğunu ABD başta olmak üzere Japonya ve Çin'den karşılamaktadır. Genel olarak, lojistik avantajları sayesinde Meksika ve ABD ithalatlarının büyük bir kısmını komşu ülkelere ve karşılıklı olarak (Meksika – ABD) gerçekleştirmektedir.

Şanzıman ve diferansiyel aksamları ürünlerinin taşıma ücretlerinin yüksek olması ve dünya genelinde bu ürünü ithal eden ülkelerin ortalama taşıma mesafelerinin kısa olması (lojistik avantaj)<sup>20</sup> sebebiyle Almanya, Birleşik Krallık, Çin, Belçika, Hollanda ve Çek Cumhuriyeti gibi sıralamada yer alan ülkelerin komşu ülkelere ithalat yaptığı gözlemlenmiştir.

### **Küresel Otomotiv Yan Sanayi – Dış Ticaret Analizi Bulguları:**

Rapor kapsamında incelenen motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, tamponlar & aksam ve parçaları, fren ve servo frenleri ve şanzıman ve diferansiyel aksamları ürünlerinin küresel seviyedeki dış ticaret değerleri başta olmak üzere pazar büyüklüğü, pazarın yoğunlaştığı bölgeler ve sektördeki önemli oyuncular otomotiv yan sanayi kapsamında incelenmiştir. Bu doğrultuda öne çıkan bulgulara aşağıda yer verilmiştir:

- ▶ Almanya, ABD ve Çin gibi büyük oyuncuların pazarda istikrarlı bir şekilde yer aldıkları ve incelenen dönemde paylarında önemli bir ölçüde artış veya azalış görülmediği tespit edilmiştir.<sup>21</sup>
- ▶ İncelenen beş farklı ürün grubunun genelinde hem ithalatta hem de ihracatta önemli pazarlar olarak yer alan Almanya, ABD ve Çin, küresel otomotiv yan sanayi dış ticaret hacminin yaklaşık %35'lik kısmını karşılamaktadır.
- ▶ Otomotiv yan sanayi dış ticaretinde motor aksam ve parçaları incelenen beş farklı ürün grubu arasından %7,9 ile en fazla paya sahip olan ürün grubudur. Öte yandan, motor aksam ve parçalarının 2011-2015 yılları arasındaki sergilediği küçülmeden dolayı pazardaki payının da düşeceği öngörülmektedir.
- ▶ Otomotiv yan sanayi dış ticaretinde şanzıman ve diferansiyel aksamları incelenen beş farklı ürün grubu arasından %2'lik bileşik büyüme oranı ile en yüksek büyüme eğilimi gösteren alt sektör olmuştur.
- ▶ İncelenen beş farklı ürün grubu için ihracat ve ithalat rotalarının çoğunlukla Asya Pasifik, Avrupa ve Kuzey ve Güney Amerika bölgeleri üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir.
- ▶ Küresel otomotiv yan sanayi dış ticaretinde incelenen beş farklı alt sektör grubu için ithalat ve ihracat süreçlerinde lojistik avantaja sahip komşu ülkelerin baskın olması dikkat çekmektedir. Bunun nedeni ise taşıma maliyetlerinin bu ürün grubunda yüksek olmasıdır.

---

<sup>20</sup> [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

<sup>21</sup> [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

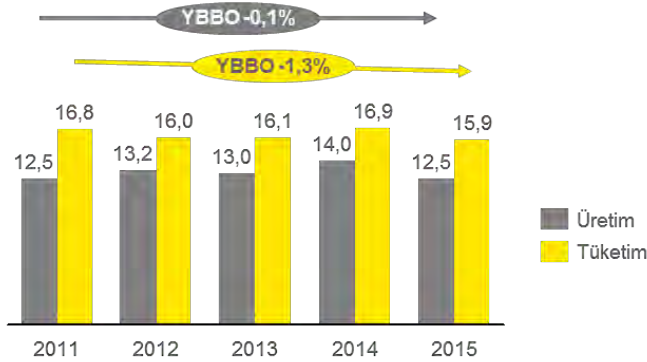
### 3. Türkiye ve Konya Otomotiv Yan Sanayi Sektörü Analizi

#### 3.1. Otomotiv Yan Sanayi Sektörünün Genel Durumu

Ana ve yan sanayi olmak üzere 2015 yılında otomotiv sektöründe toplam 21 Milyar \$'ın üzerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.<sup>22</sup> Sektörde ağırlıklı olarak ihracat üzerine stratejiler yapılmakta ve buna yönelik yatırımlar gerçekleştirilmektedir. Türkiye'nin son zamanlarda dışa açılma politikası izleyen ve otomotiv ithalatında yüksek potansiyeli olan İran'a coğrafi yakınlığı, uluslararası otomotiv üreticilerinin Türkiye'deki yatırımlarındaki artışın başlıca sebebidir.<sup>23</sup> Büyüyen otomotiv ana sanayiine ürün tedariki sağlayan otomotiv yan sanayii ise, 1960'lı yıllardan itibaren otomotiv ana sanayiinde artan kapasite ve yerli yatırımlarla gelişmiştir. Kapasite ve yatırım artışının yanı sıra, yan sanayide korumacı devlet politikalarının da izlenmesi sektörün hızla büyümesini sağlamıştır. 1980'li yıllardan itibaren yabancı sermayenin entegre olduğu ve rekabet seviyesinin yükseldiği Türkiye otomotiv yan sanayi, yüksek kalite standartları, yüksek kapasitesi ve geniş ürün portföyü ile güçlenmiştir.<sup>24</sup>

2015 yılında 8,2 Milyar \$ değerinde ihracat gerçekleştiren otomotiv yan sanayi, Türkiye'nin önemli ihracat kalemlerinden biridir. Türkiye'nin toplam ihracatının %5,7'lik kısmını karşılayan sektörde, üretim değeri 12,5 Milyar \$'dır.

**Şekil 18: Otomotiv Yan Sanayi Üretim ve Tüketim Değerleri (Milyar \$)**



Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

<sup>22</sup> TİM, 2016

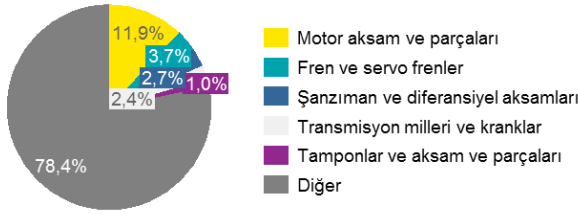
<sup>23</sup> BMI, Turkey Autos Report, 2016

<sup>24</sup> TC Ekonomi Bakanlığı, Otomotiv Ana ve Yan Sanayi Sektörü, 2012

Otomotiv yan sanayi sektörünün üretim değeri 2011-2015 yılları arasında aynı seviyelerde kalmasına rağmen, üretim miktarı aynı dönemde artmıştır. Üretim miktarındaki artışın en önemli nedenleri, otomotiv ana sanayiindeki büyüme ve bu sebeple otomotiv orijinal ve yedek parçaya artan taleptir.<sup>25</sup> Bu durumun üretim değerine yansımamasının nedeni ise, ABD Doları/Türk Lirası paritesinde yaşanan artıştır. Ek olarak, Türk Lirası'nda yaşanan değer kaybı ihracat birim fiyatında da düşüşe neden olmuştur. Tüketimde ise 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1,3 oranında düşüş yaşanmıştır. Yaklaşık 16 Milyar \$ değerinde olan tüketim değeri, üretim değerinin 3,4 Milyar \$ üzerindedir. Bu durum, Türkiye'nin ithalatının ihracatına kıyasla daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Rapor kapsamında analiz edilen ürünlerin sektör içindeki payları incelendiğinde, beş ürünün toplam üretim değerlerinin sektörün %21,6'sını oluşturduğu görülmektedir.

#### Şekil 19: Otomotiv Yan Sanayi Ürünlerinin Sektör Üretimi İçindeki Payları (%)



Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

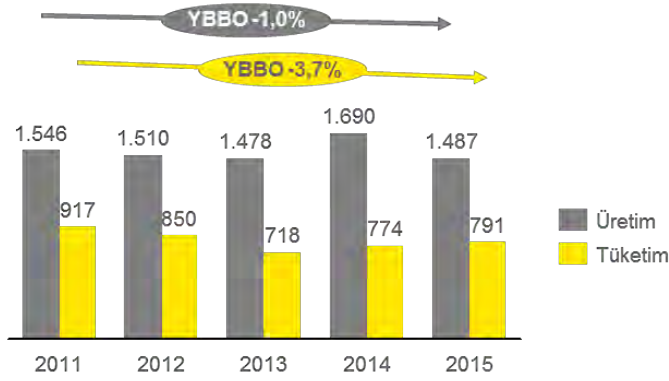
Bu ürünlerden en yüksek pay, %11,9 ile motor aksam ve parçalarına aittir. Diğer ürünlerin toplam üretim değeri ise sektördeki üretimin %10'unun altındadır.

Analiz edilen ürünlerden motor aksam ve parçalarında, üretim değerinin 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 oranında azaldığı görülmektedir. Aynı dönemde üretim miktarında ise büyüme görülmesi, üretim değeri azalan ürünün ihracat birim fiyatının düştüğünü göstermektedir. ABD Doları/Türk Lirası paritesindeki artışın sektör genelinde olduğu gibi motor aksam ve parçaları üretim değerinin düşmesinde de etkisi bulunmaktadır.

<sup>25</sup> BMI, Turkey Autos Report, 2016



**Şekil 20: Motor Aksam ve Parçaları Üretim ve Tüketim Değerleri (Milyon \$)**

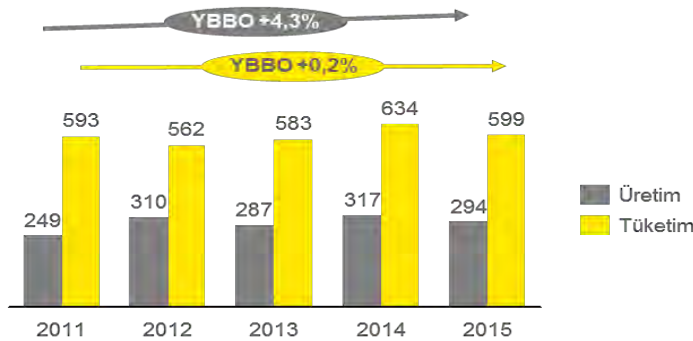


Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

Motor aksam ve parçalarının 2011-2015 yılları arasındaki tüketimi incelendiğinde ise, miktar bazında görülen artışa rağmen değer bazında yılda ortalama %3,7'lik azalma görülmektedir. 2015 yılında 791 Milyon değerinde olan tüketim, üretim değerinin yaklaşık yarısına karşılık gelmektedir. Bu durum, Türkiye'nin motor aksam ve parçalarında ihracatının yüksek olduğunu göstermektedir.

Transmisyon milleri ve krankları üretiminde 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %4,3'lük büyüme görülmektedir. 294 Milyon \$ olan üretim değerine kıyasla, tüketim değeri 599 Milyon \$ seviyesindedir. Tüketim değerinde 2011-2015 yılları arasında önemli bir değişiklik olmamıştır.

**Şekil 21: Transmisyon Milleri ve Kranklar Üretim ve Tüketim Değerleri (Milyon \$)**



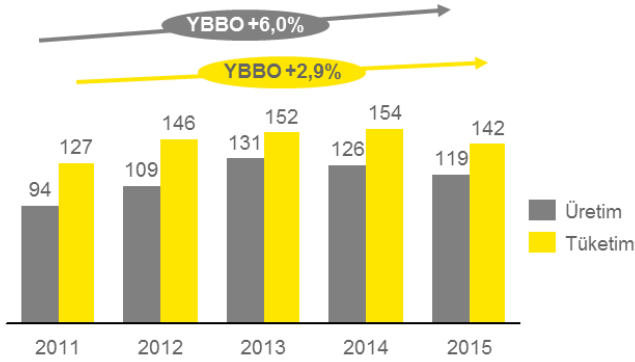
Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

Miktar bazında incelendiğinde ise, hem üretim hem tüketimde yılda ortalama %10'un üzerinde büyümeler görülmesi, ürünün birim fiyatının düştüğünü

göstermektedir. Transmisyon milleri ve krankları ihracatı artmasına rağmen, ürünün ithalatı ihracata kıyasla daha yüksektir.

Tamponlar & aksam ve parçaları ürününde 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %6 oranında artan üretim değeri, 2015 yılında 119 Milyon \$'a ulaşmıştır. Üretim değerindeki artışın başlıca sebebi sektördeki Ar-Ge faaliyetlerinde önemli bir rol almaya başlayan plastik aksamaları alanında yapılan yatırımlardır.

**Şekil 22: Tamponlar & Aksam ve Parçaları Üretim ve Tüketim Değerleri (Milyon \$)**

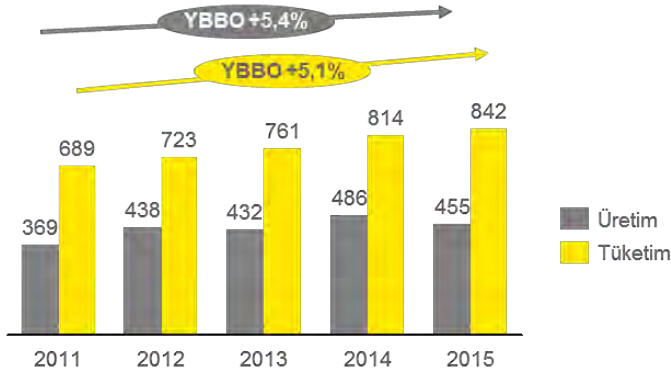


Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

Tüketim değeri ise, aynı dönemde yılda ortalama %2,9 oranında artarak 142 Milyon \$ olmuştur. Otomotiv üretimindeki artış, tamponlar & aksam ve parçaları ürününde tüketimin artmasını sağlamıştır. Tüketimin üretime kıyasla daha yüksek olması, Türkiye'nin tamponlar & aksam ve parçaları ithalatının ihracatına kıyasla daha yüksek olduğunu göstermektedir. Üretimin tüketime kıyasla daha hızlı büyümesi ise, üretimin içinde ihracatın payının arttığını göstermektedir.

Fren ve servo frenlerin üretim değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %5,4 artarak 455 Milyon \$ olmuştur. Bu dönemde miktar bazında da fren ve servo frenlerin üretimi yılda ortalama %6,2 oranında artmıştır.

**Şekil 23: Fren ve Servo Frenler Üretim ve Tüketim Değerleri (Milyon \$)**

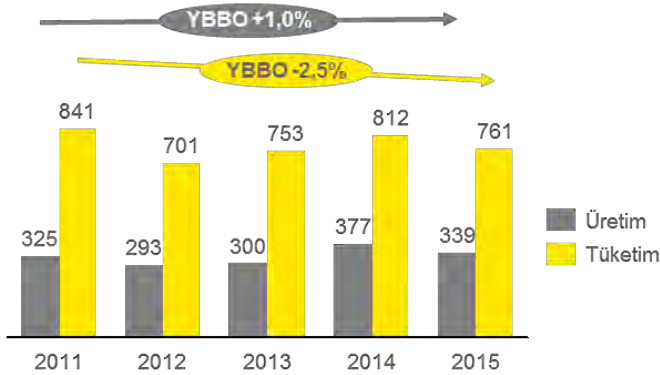


Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

Aynı dönemde tüketim değeri ise yılda ortalama %5,1 artarak 842 Milyon \$'a ulaşmıştır. Tüketimin miktar bazında yılda ortalama %6,2 artması, ürünün satış fiyatının düştüğünü göstermektedir. Ayrıca, tüketim değerinin üretime kıyasla daha yüksek değere sahip olmasının nedeni, fren ve servo frenler ithalatının ihracatından yüksek olmasıdır.

Şanzıman ve diferansiyel aksamlarının üretim değeri, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 artarak 339 Milyon \$'a ulaşmıştır. Üretim değeri %1 oranında artmasına rağmen üretim miktarında çok daha yüksek oranda artış olması, üretim içerisinde katma değerli ürünlerin payının azaldığı olarak yorumlanabilir..

**Şekil 24: Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları Üretim ve Tüketim Değerleri (Milyon \$)**



Kaynak: TÜİK, EY Analizi, 2016

Aynı dönemde tüketim değeri ise yılda ortalama %2,5 azalarak 761 Milyon \$'a gerilerken, tüketim miktarı yılda ortalama %4,3 azalmıştır. Diğer yandan, tüketimin üretime kıyasla daha yüksek değere sahip olmasının en önemli nedeni ithalatın ihracata göre daha yüksek değerde olmasıdır.

Analiz edilen ürünlerin özelinde üretim, tüketim ve birim fiyat değerleri incelendiğinde, üretim değeri artışı en yüksek olan ürünün tamponlar & aksam ve parçaları olduğu görülmektedir (YBBO %6). Motor aksam ve parçaları ise hem üretim hem de tüketim değerinin en fazla düştüğü üründür (sırasıyla YBBO %1 ve YBBO %3,7). Fren ve servo frenler tüketim değeri en yüksek oranda büyüyen üründür (YBBO %5,1). Ayrıca bu ürünün tüketim değerindeki büyüme incelenen dönemde sürekli artmıştır. Diğer ürünlerin üretim ve tüketim değerlerinde ise yıllar bazında dalgalanmalar görülmektedir. Satış fiyatlarına bakıldığında ise en büyük artışın transmasyon milleri ve kranklarda, en büyük düşüşün ise tamponlar & aksam ve parçaları ürününde olduğu tespit edilmiştir.

Sektördeki işyeri sayısı ve sağlanan istihdam incelendiğinde, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın 2014 yılında yayınlanan raporuna göre 4.000'den fazla firma otomotiv yan sanayiinde faaliyette bulunmaktadır. Sektördeki istihdam değeri ise 200 Bin seviyelerindedir. Bu değer dağıtım, pazarlama ve satış departmanlarındaki istihdamlarla beraber 250 Bin seviyesinden yüksek olduğu tahmin edilmektedir. Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşu içinde yer alan Bosch, Delphi, Autoliv, CMS, Hema Endüstri, Beyçelik Gestamp, Yazaki, İncitaş, Teknorot ve Ermetal, otomotiv yan sanayiindeki önemli üreticilerden bazılarıdır.

1990'lı yılların başından itibaren Türkiye'de otomobil talebinin artmasıyla, otomotiv ana sanayi ve yan sanayide yapılan yatırımlar artmıştır. Artan yatırımların ardından, 2009 yılında ekonomik krizin etkisinin görülmesiyle otomotiv sektöründe kapasite kullanım oranı %60'ın altına inmiştir. Sonrasında krizin etkilerinin atılmasıyla kapasite kullanım oranı yükselmiştir. Kapasite kullanım oranı otomotiv yan sanayide 2014 yılında %69 iken, 2015 yılında %82 seviyelerine yükselmiştir. Bu durumun en önemli nedeni, otomotiv ana sanayiinde üretimin %16 oranında artmasıdır. Türkiye'de imalat sektöründeki kapasite kullanım oranının %75 seviyelerinde olması, otomotiv yan sanayide yapılan üretimin daha verimli yapıldığını göstermektedir. Sektördeki Ar-Ge faaliyetlerinin ise ağırlıklı olarak büyük ölçekli firmalar tarafından yapıldığı görülmektedir. Türkiye'de faaliyette olan Ar-Ge merkezlerinin 51'i otomotiv yan sanayi firmalarına aittir. Bu değer, Türkiye'deki Ar-Ge merkezleri toplamının %23,4'üne karşılık gelmektedir.<sup>26</sup>

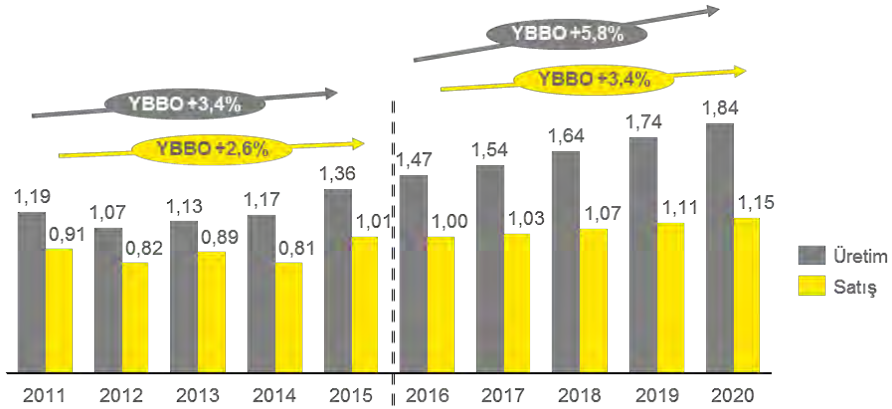
---

<sup>26</sup> TC Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2014 TCMB, EBSO, 2016

## İlgili Göstergeler:

Otomotiv ana sanayi ve *aftermarket*, otomotiv yan sanayi ürünlerinin girdi olarak kullanıldığı başlıca sektörlerdir. Türkiye’de otomotiv ana sanayinde yapılan üretim 2012 yılından itibaren sürekli artmaktadır. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3,4 artan üretim 2015 yılında 1,4 Milyon adet seviyesine ulaşmıştır. Bu durumun başlıca sebepleri, İran’a uygulanan yaptırımların büyük ölçüde kaldırılmasıyla uluslararası otomotiv üreticilerinin pazara yakın olan Türkiye’deki yatırımlarını ve kapasitelerini artırmasıdır. Gelecek dönemde de otomotiv üretiminin yılda ortalama %6 seviyelerinde artması beklenmektedir. **Daimler, Toyota, Hyundai** ve **Renault** firmaları, Türkiye’deki yatırımlarını ve kapasitelerini artıracaklarını duyurmuştur.<sup>27</sup> Bu durum, otomotiv ana sanayiinin gelişimine katkı sağlayacaktır.

**Şekil 25: Türkiye Otomotiv Üretimi ve Satışı (Gerçekleşenler ve Öngörülenler) (Milyon Adet)**



Kaynak: OSD, BMI, 2016

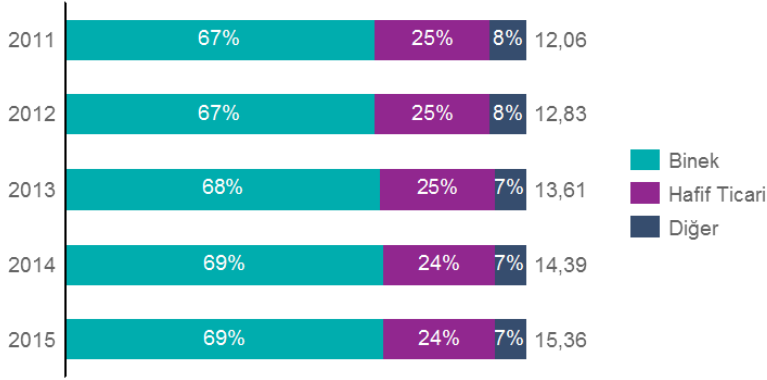
İhracat odaklı bir yapıya sahip olan Türkiye otomotiv sanayiinde, 2015 yılında üretilen araçların %71'i ihraç edilmiştir. İran'ın artan potansiyeli ile ihracat hacmini artırması beklenen sektörde, yerel satışlarda ise aynı performans görülmemektedir. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2,6 artışla 1 Milyon adedin üstüne çıkan ve ithal araçları da kapsayan satışların, 2016-2020 yılları arasında da yılda ortalama %3,4 artması beklenmektedir. Satışlardaki büyüme oranının daha düşük olmasının en önemli nedenleri, yüksek borçlanma maliyetleri, vergi oranları, fiyatlar ve düşük oranlı ekonomik büyümedir.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> BMI, Turkey Autos Report, 2016

<sup>28</sup> BMI, Turkey Autos Report, 2016

Ülkedeki toplam araç sayısını gösteren araç park sayısı, otomotiv yan sanayiinin büyüklüğünün ve potansiyelinin ölçülmesi adına önemli göstergelerden biridir. 2011 yılında Türkiye’de 12 Milyon adedin üzerinde araç bulunurken, bu miktar her yıl artarak 2015 yılında 15,4 Milyon adede ulaşmıştır. Araç sayısındaki artış, *aftermarket* potansiyelini, dolayısıyla sektöre ürün tedariki sağlayan otomotiv yan sanayiinin potansiyelini de artıracaktır.

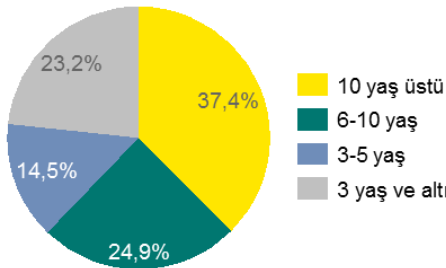
**Şekil 26: Türkiye Araç Park Sayısı (Milyon Adet) ve Araçların Yüzdesele Dağılımı**



Kaynak: TÜİK, BMI, 2016

Türkiye’deki araçların segmentlerine göre yüzdesele dağılımı incelendiğinde, binek araçların payındaki artış (%67’den %69’a) dikkat çekmektedir. Bu artışın otomotiv yan sanayiinde binek araç parçaları üretim ve tüketimini artırması öngörülmektedir.

**Şekil 27: Araçların Yaşlarına Göre Dağılımı (%)**



Kaynak: Rekabet Kurumu, 2014

Hem yeni araç satışı hem de *aftermarket* potansiyelini göstermesi açısından önemli olan araç parkı yaşı Türkiye’deki araçlar için incelendiğinde, 3 yaş ve

altı araçların Türkiye'deki araçların %23,2'lik kısmını oluşturduğu görülmektedir. 3 yaş üzeri araçların ise yaklaşık %77'lik payı dikkat çekmektedir. Bu değerlerin yeni araç satışlarını olumlu yönde etkilemesi olasıdır. Diğer yandan, araç yaşı ortalamasının yüksek olması *aftermarket* için de Türkiye'de yüksek potansiyel olduğunu göstermektedir. Otomotiv satın alanlar genellikle ilk üç yıl yetkili servisleri kullanmakta, sonrasında ise bağımsız servislere yönelmektedir. Üç yaş üzerindeki araç sayısının yüksek olması, otomotiv servis sektörü ve servislerin talep ettiği otomotiv yedek parça sektörünün Türkiye'deki potansiyelini artıracaktır. Bu analizler, Türk otomotiv yan sanayininin araç parkı yaşı açısından avantajlı konumda olduğunu göstermektedir.

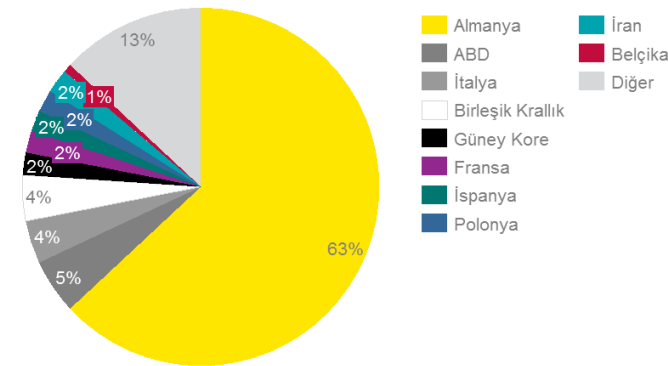
## 3.2. Türkiye Otomotiv Yan Sanayi Sektörü Dış Ticaret Eğilim Analizi

2015 yılında 8,49 Milyar \$'lık otomotiv yan sanayi ihracatı yapan Türkiye, bu değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1,2 artırmıştır. Küresel otomotiv yan sanayi ihracatında Türkiye'nin payının %1,06 olduğu tespit edilmiştir. Bu ihracatın içerisinde raporda incelenen motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, tamponlar & aksam ve parçaları, fren ve servo frenleri ve şanzıman ve diferansiyel aksamaları alt sektörlerinin toplam payı 2,3 Milyar \$ ihracat değeri ile %27,3'tür. İlgili ürünler arasından motor aksam ve parçaları, 1,5 Milyar \$'lık değeriyle Türkiye'nin en çok ihraç ettiği ürün olarak ön plana çıkmaktadır. İncelenen ürün gruplarında küresel ihracat rotaları çoğunlukla Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya Pasifik bölgelerinde yoğunlaşmaktadır. Bu bölgelerdeki ana oyuncuların Almanya, ABD, Meksika, Kanada, Çin, Japonya ve Güney Kore olduğu tespit edilmiştir.

### **Motor Aksam ve Parçaları:**

2015 yılında toplam 1,5 Milyar \$ değerinde motor aksam ve parçaları ihraç eden Türkiye, 2011-2015 yılları arasında bu değeri yılda ortalama %2,2 artırmıştır. Aynı dönemde motor aksam ve parçaları küresel ihracatı ise yılda ortalama %1,8 azalmıştır. Bu durum Türkiye'nin küresel pazardaki payının incelenen dönemde arttığını göstermektedir.

**Şekil 28: Türkiye 2015 Yılı Motor Aksam ve Parçaları İhracatının Ükelere Göre Dağılımı (%)**



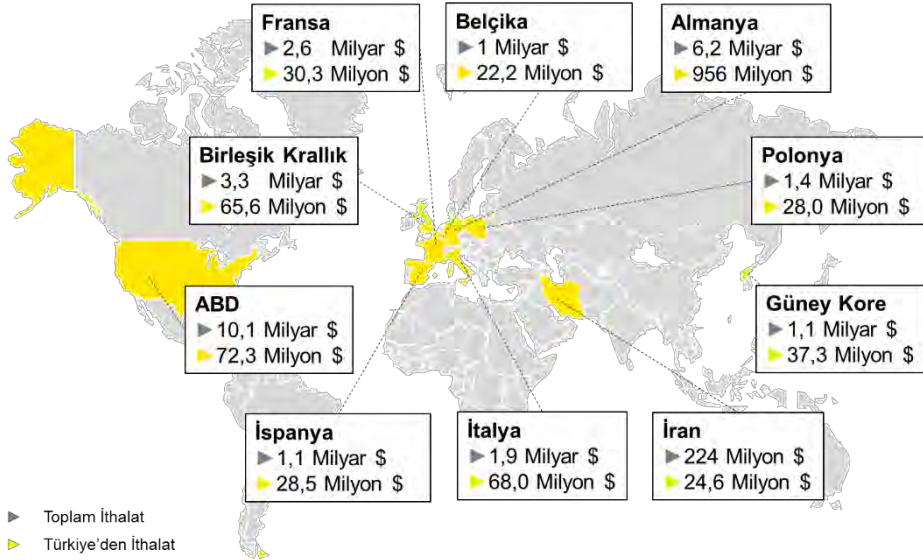
Kaynak: Trademap

Türkiye'nin motor aksam ve parçaları ihracatında Almanya'nın ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Almanya tek başına Türkiye'nin bu ürünlerdeki ihracatının



%63'lük kısmını karşılayarak en fazla motor aksam ve parçaları ihraç ettiği ülke konumundadır. Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisinde belirtilen AB'nin tercihlerine uyum sürecinde, Türkiye birçok STA imzalamış olup ve bu STA'lar sayesinde komşu ve çevre ülkeler ile dış ticaretinin geliştirilmesi; ihracatçıların dış pazarlarda - AB ülkeleri olmak üzere - rakipleri ile eşit şartlarda rekabet edebilmelerinin temini sağlanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda, Avrupa Birliği ülkeleri ile Gümrük Birliği Anlaşması sayesinde gümrük vergileri, miktar kısıtlamaları ve eş tedbirler gibi uygulamaların kaldırılmış olması, Almanya başta olmak üzere Türkiye'nin ihracatında AB ülkelerinin paylarını büyük bir oranda artırmıştır.<sup>29</sup>

**Şekil 29: Türkiye'nin En Çok Motor Aksam ve Parçaları İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri (2015)**



Kaynak: Trademap

**Almanya**, 2015 yılında 6,2 Milyar \$ değerindeki motor aksam ve parçaları ithalatının 956 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. İthalat değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1,9 azalan Almanya, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatı yılda ortalama %4,8 oranında artırmış ve Türkiye Almanya pazarında iyi bir büyüme performansı göstermiştir. 2015 yılında Almanya motor aksam ve parçaları pazarında lider olan Türkiye'nin %15,3'lük payı bulunmaktadır. Türkiye'nin yanı sıra Avusturya, Polonya ve Fransa sırasıyla %13, %10 ve %7'lik paylarıyla pazarda baskın yapıdadır.

<sup>29</sup> 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı

Türkiye'nin otomotiv sektöründe Almanya'ya yaptığı ihracatın ağırlık kazanmasında bu sektör genelinde iki ülkenin işbirliklerinin gelişmesinin payının büyük olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle Bremen ve Münih gibi otomotiv sektörünün önemli şehirlerinde, Türk otomotiv yan sanayisi şirketlerinin lojistik şubeler açması ve aynı şekilde Alman otomotiv yan sanayi şirketlerinin Türkiye'de faaliyet göstermeye başlamaları bu durumu sağlayan koşulların başında gelmektedir. Almanya pazarındaki ana oyuncuların çoğunlukla Avrupa ülkelerinden oluştuğu gözlemlenmektedir.

**ABD**, 2015 yılında 10,1 Milyar \$ değerindeki motor aksam ve parçaları ithalatının 72,3 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. Toplam ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3,1 arttırırken, aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalatı yılda ortalama %6,1 azalmıştır. Türkiye'nin 2011-2015 yılları arasında ABD pazarındaki payı azalmıştır. ABD'nin lojistik avantaja sahip olan komşu ülkelerle ticaret yapması ve Türkiye hariç çoğu ülke ile STA'sının bulunması, Türkiye'nin pazar payındaki azalmanın başlıca nedenlerindedir. ABD pazarında yaklaşık %30'luk payı ile Meksika'nın lider konumda olduğu tespit edilmiştir. Japonya, Almanya, Çin, Kanada ve Güney Kore gibi ülkelerin ise pazarda etkin konumda oldukları gözlemlenmektedir. ABD ithalatı Kuzey Amerika, Asya Pasifik ve Avrupa ülkeleri üzerinde yoğunlaşmaktadır.

**İtalya**, motor aksam ve parçaları ürünlerinde 2015 yılında 1,9 Milyar \$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Öte yandan, motor aksam ve parçaları ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3,6 azalmıştır. Aynı dönemde İtalya'nın Türkiye'den yaptığı ithalatın yılda ortalama %5,4 artmasıyla Türkiye'nin İtalya pazarındaki payının arttığı gözlemlenmektedir. Önemli miktarda otomotiv ürünü üreten firmaların İtalya'da bulunması sebebiyle, otomotiv yan sanayi ürünleri ithal eden Türkiye'nin pazardaki payının fiyat avantajı sayesinde arttığı tespit edilmiştir<sup>30</sup>. Pazarda yaklaşık %40'lık payla Almanya lider konumdayken, Türkiye %3,4'lük paya sahiptir. İtalya'nın ithalat pazarının çoğunlukla Avrupa ülkelerinden oluştuğu gözlemlenmiştir.

**Birleşik Krallık**, 2015 yılında 3,3 Milyar \$ değerinde motor aksam ve parçaları ithal ederken, 65,6 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. Bu ürünlerdeki ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %6 azalan Birleşik Krallık, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı motor aksam ve parçaları ithalatı da yılda ortalama %7,3 azalmıştır. Lojistik avantaja sahip olan Avrupa ülkelerinin Birleşik Krallık ithalat pazarında etkin olması Türkiye'nin pazardaki payını azaltmıştır. Türkiye'nin pazardaki payı %1,9 iken, Almanya'nın Birleşik Krallık pazarında %30'luk pay ile lider konumda olduğu tespit edilmiştir. Fransa, ABD

---

<sup>30</sup> [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

ve Japonya sırasıyla %9,4, %8,9 ve %6,6'lık paylarıyla pazarda etkin konumdadır. Birleşik Krallık'ın ithalat yaparken Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya Pasifik coğrafyası üzerinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

**Güney Kore**, 2015 yılında yaptığı 1,1 Milyar \$ motor aksam ve parçaları ithalatının 37,3 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel motor aksam ve parçaları ithalatı yılda ortalama %11,2 azalan Güney Kore, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %74,2 oranında artmıştır. Bu durum, Türkiye'nin Güney Kore pazarında hızlı büyüdüğünü göstermektedir. Pazarda %3,1'lik paya sahip olan Türkiye'ye uygulanan vergi oranının çok düşük olması ve Türkiye'nin fiyat avantajına sahip olması pazar payındaki artışın en önemli sebepleridir. Pazarda Almanya, Japonya ve Çin toplam ithalatın %48'ini karşılayarak baskın bir yapıya sahiptir. Öte yandan, pazardaki düşük paylarına rağmen ABD ve Romanya, yüksek büyüme oranlarıyla pazarda potansiyel vaat eden ülkeler olarak yer almaktadır. Güney Kore pazarının genel olarak Avrupa, Asya Pasifik ve Kuzey Amerika üzerinde yoğunlaştığı gözlemlenmiştir.

**Fransa**, motor aksam ve parçaları ürününde 2015 yılında gerçekleştirdiği 2,6 Milyar \$'lık ithalatın 30,3 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Motor aksam ve parçaları ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %9,6 azalan Fransa'nın, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat %20,9 azalmıştır. Pazarda %33'lük payı bulunan Almanya lider konumdayken %10'luk paya sahip olan İtalya, Fransa ithalatında ön plana çıkmaktadır. Fransa ithalat pazarının, çoğunlukla Avrupa ülkelerinden oluştuğu gözlemlenmektedir. Öte yandan Türkiye'nin pazardaki payı ise %1,1'dir.

**İspanya**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 1,1 Milyar \$'lık motor aksam ve parçaları ithalatının 28,5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. 2011-2015 yılları arasında motor aksam ve parçaları ithalatı yılda ortalama %4,4 azalan İspanya'nın, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %12,1 artmıştır. Pazar performansının üzerinde bir performans sergileyen Türkiye, İspanya pazarındaki payını arttırmıştır. Türkiye, İspanya Hükümeti tarafından ticaret ve yatırımda, sayısı Türkiye ile birlikte 11'e çıkan öncelikli ülkeler arasına seçilmiştir.<sup>31</sup> Bu durum, İspanya ithalat pazarındaki Türkiye'nin payının artmasındaki en önemli nedenlerindedir. %33'lük pay ile İspanya pazarında lider konumda bulunan Almanya'nın yanı sıra, Fransa, Meksika ve Japonya da pazarda etkin konumdadır. Türkiye'nin pazardaki payı ise %2,5'tir. İspanya'nın ithalat pazarının Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya Pasifik ülkelerinden oluştuğu tespit edilmiştir.

---

<sup>31</sup> T.C. Ekonomi Bakanlığı

**Polonya**, 2015 yılında motor aksam ve parçaları ürününde gerçekleştirdiği 1,4 Milyar \$'lık ithalatının 28 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel motor aksam ve parçaları ithalatı yılda ortalama %9,9 azalan Polonya, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatı ise yılda ortalama %9,3 artmıştır. Türkiye'nin oldukça iyi bir performans sergileyerek Polonya pazarındaki payını arttırdığı tespit edilmiştir. Bu artışın en büyük sebebi Almanya ve İtalya gibi pazarda lider olan ülkelerin paylarının 2011-2015 yılları arasında yüksek oranda düşmesidir. Öte yandan, Polonya pazarında %48'lik payı ile Almanya hala lider konumdadır. Ayrıca, İtalya da %10'luk payı ile pazarda etkin konumdadır. Yarısından fazlasına Avrupa ülkelerinin hâkim olduğu Polonya pazarında, Türkiye'nin payı ise %1,9'dur.

**İran**, motor aksam ve parçaları ürününde 2015 yılında gerçekleştirdiği 224 Milyon \$ değerindeki ithalatın 24,6 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Bu ürün için küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %18,3 azalan İran'ın, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatı da %4,2 azalmıştır. İran pazarında %44'lük payıyla lider konumda bulunan Çin'in yanı sıra, Hindistan da %13'lük payı ile pazarda etkin konumdadır. Asya Pasifik ülkelerinin yarısından fazlasına hâkim olduğu İran ithalat pazarında, Türkiye'nin payı ise %10,9'dur.

**Belçika**, 2015 yılında 1 Milyar \$'lık motor aksam ve parçaları ithalatının 22,2 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir ve Türkiye'nin pazardaki payı %2,1'dir. Belçika'nın bu ürünlerdeki küresel ithalat değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %0,7 artarken, Türkiye'den yapılan ithalat aynı dönemde %0,3 artmıştır. Belçika pazarında Almanya %16'lık payı ile baskın yapıda iken, %5,7'lik paya sahip olan Çek Cumhuriyeti'nin Belçika pazarındaki büyüme hızı dikkat çekmektedir. ABD ve Birleşik Krallık sırasıyla %12,5 ve %11,1'lik payları ile pazarda etkin konumda yer aldıkları görülmektedir. Belçika ithalat pazarında ana oyuncuların genellikle Avrupa ülkeleri olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye motor aksam ve parçaları dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden önce çıkan analizler aşağıda yer almaktadır:

- ▶ Rapor kapsamında incelenen ürün grupları arasında Türkiye'den en fazla ihraç edilen ürün 1,5 Milyar \$ ile motor aksam ve parçalardır.
- ▶ Türkiye'nin motor aksam ve parçaları ihracatı 2011-2015 yılları arasında küresel otomotiv yan sanayi toplam ihracatına kıyasla yaklaşık 2 kat hızlı büyümüştür.
- ▶ İncelenen pazarlarda Türkiye'nin en fazla paya sahip olduğu pazar %15,3 ile Almanya'dır. Türkiye'nin lojistik avantajının olduğu İran'da da pazar payı %10'un üzerindedir.

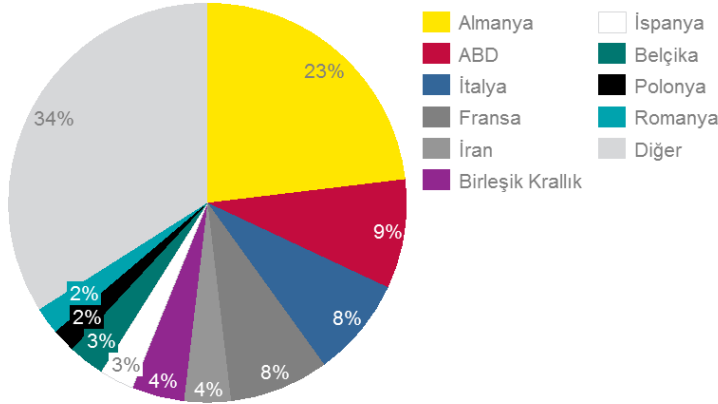
- ▶ Türkiye'nin pazar büyüme performansının üzerinde performans gösterdiği ülkeler sırasıyla Almanya, İtalya, Güney Kore, İspanya ve Polonya'dır.
- ▶ Türkiye'nin motor aksam ve parçaları ihracatında çoğunlukla Avrupa ülkelerini tercih ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca ABD, Güney Kore ve İran gibi ülkelere de ihracat yapılmaktadır.
- ▶ Türkiye'nin en fazla motor aksam ve parçaları ihraç ettiği ülke olan Almanya, Türkiye'nin ihracat payının %63'ünü oluşturmaktadır. İkinci sırada yer alan ABD ise %5'lik pay ile onu takip etmektedir.
- ▶ Türkiye'nin Güney Kore'de hızlı büyüme ile birlikte etkinliği giderek artmaktadır.

### **Transmisyon Milleri ve Kranklar:**

2015 yılı itibariyle 322 Milyon \$ değerinde transmisyon milleri ve krankları ürününü ihraç eden Türkiye'nin ihracat değeri, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %4,1 artmıştır. Aynı dönemde transmisyon milleri ve kranklarının

#### **Şekil 30:Türkiye 2015 yılı Transmisyon Milleri ve Krankları İhracatının Ükelere Göre Dağılımı (%)**

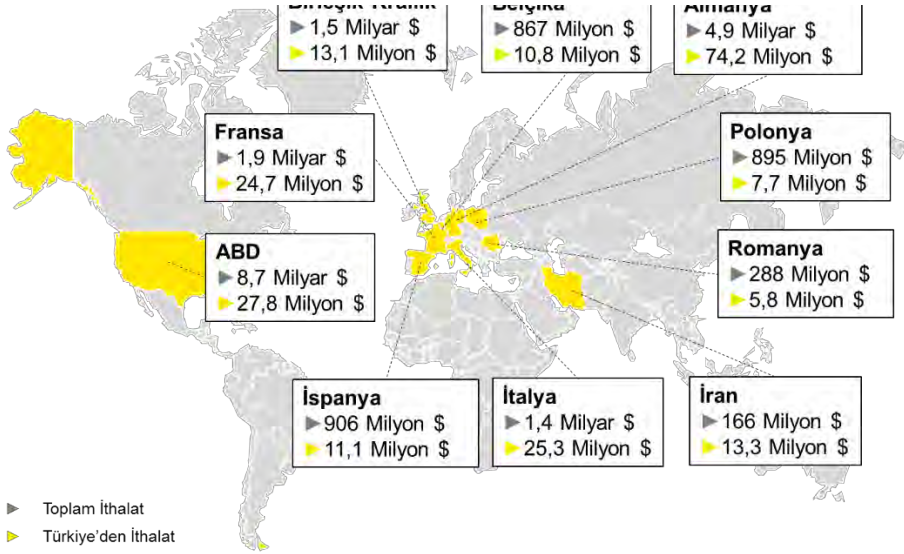
küresel ihracatı ise yılda ortalama %0,1 oranında azalmıştır. Türkiye küresel pazar performansının üzerinde bir performans sergileyerek pazardaki payını arttırmıştır.



Kaynak:Trademap

Türkiye'nin transmisyon milleri ve krankları ihracatında Batı ülkelerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Türkiye'nin, 2015 yılı ihracatının yaklaşık yarısını Belçika, ABD, Birleşik Krallık ve İtalya gibi ülkelere yaptığı gözlemlenmiştir. Bu ülkelerin yanı sıra, Türkiye'nin ihracatında Fransa, Polonya, Romanya ve Irak'ın da yer aldığı tespit edilmiştir.

**Şekil 31: Türkiye'nin En Çok Transmisyon Milleri ve Krankları İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri (2015)**



Kaynak: Trademap

**Almanya**, 2015 yılında 4,9 Milyar \$ değerindeki transmisyon milleri ve krankları ithalatının 74,2 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. Küresel transmisyon milleri ve krankları ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %0,2 artan Almanya, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını yılda ortalama %7,7 artırmıştır. Fiyat avantajına sahip olması sayesinde oldukça iyi bir performans sergileyen Türkiye, pazar performansının üzerinde bir büyüme sergileyerek Almanya pazarındaki payını artırmış, ancak %1,5'lik pay ile diğer rakiplerine göre Almanya pazarından daha düşük pay almıştır. İtalya, Çin, Fransa ve Slovakya, Almanya pazarında en etkin ülkeler konumunda olup, Almanya transmisyon milleri ve krankları ithalatının %35'ini karşılamaktadır. İthalat pazarında Asya Pasifik ve Avrupa ülkelerinin ağırlıkta olduğu gözlemlenmiştir.

**ABD**, 2015 yılında 8,7 Milyar \$ değerindeki transmisyon milleri ve krankları ithalatının 27,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. 2011-2015 yılları arasında küresel transmisyon milleri ve krankları ithalatı yılda ortalama %4,1 oranında artan ABD'nin, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat da yılda ortalama %7,5 artmıştır. %20,5'lik pay ile Çin'in lider olduğu ABD pazarında, Almanya, Japonya ve Kanada sırasıyla %14,3, %13,5 ve %9,2'lik paylarıyla ön plandadır. Türkiye'nin payının çok küçük olduğu ABD pazarında

Asya Pasifik, Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerinin hâkimiyeti dikkat çekmektedir.

**İtalya**, 1,4 Milyar \$ değerindeki transmisyon milleri ve krankları toplam ithalatının 25,3 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında ithalatı yılda ortalama %3,4 azalan İtalya'nın, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı transmisyon milleri ve krankları ithalatı ise yılda ortalama %6,4 artmıştır. Türkiye'nin iyi bir performans sergileyerek İtalya pazarındaki payını incelenen dönemde yüksek oranda artırdığı tespit edilmiştir. İtalyan ekonomisi, iki yıldır devam eden mali sıkılaştırma politikalarının, özel sektördeki sorunlar ve tüketici güveni sorunlarının sonucu olarak 2013 ve 2014 yıllarında genel anlamda bir pazar daralması yaşamıştır. İncelenen ürünün ithalat pazarında ise ekonomideki daralmaya paralel olarak küçülme gerçekleşmiş ve satın alma kriterleri arasında fiyat öne çıkmıştır.<sup>32</sup> Bu nedenle, fiyat avantajına sahip Türkiye gibi ülkelerin, İtalya ithalat pazarındaki payı, incelenen dönemde artmıştır.<sup>33</sup> Buna rağmen Türkiye'nin 2015 yılı itibarıyla pazardaki payı %1,7 olmuştur. İtalya pazarında, %30,9'lık paya sahip olan Almanya'nın yanı sıra pazarda ikinci sırada bulunan Çin'in payı yaklaşık olarak %20'dir. İtalya'nın ithalatını çoğunlukla Avrupa ve Asya Pasifik ülkelerinden yaptığı tespit edilmiştir.

**Fransa**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 1,9 Milyar \$ değerindeki transmisyon milleri ve krankları ithalatının 24,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel transmisyon milleri ve krankları ithalatı yılda ortalama %1,8 azalan Fransa'nın, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat yılda ortalama %7,5 artmıştır. Bu durum, Türkiye'nin pazarın üzerinde büyüme göstererek incelenen dönemde pazardaki payını artırdığını göstermektedir. Fransa'nın 1990'lı yıllardan beri süregelen ekonomik sorunları sırasıyla, düşük büyüme hızı, özellikle delocalizasyon nedeniyle artan işsizlik, bütçe açıkları ve sosyal güvenlik sistemindeki problemler nedeniyle Fransız ekonomisinin büyüme hızı gelişmiş ülkelerin kaydettiği seviyelerin altında kalmıştır. Ekonomideki düşük büyüme hızına paralel olarak incelenen ürünün ithalat pazarında da küçülme yaşanmıştır. Fiyat avantajına sahip olan Türkiye, pazardaki küçülmeye rağmen pazardaki payını artırabilmiştir. <sup>34</sup> Fransa pazarında, %35'lik payı ile lider konumda olan Almanya'nın yanı sıra İtalya ve ABD sırasıyla %10,7 ve %10'luk payları ile pazarda etkin konumdadır. Fransa ithalat pazarında Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinin çoğunlukta olması dikkat çekmektedir.

---

<sup>32</sup> İtalya-Türkiye Ticareti, T.C. Ekonomi Bakanlığı

<sup>33</sup> www.trademap.org

<sup>34</sup> www.trademap.org

**İran**, 2015 yılında 166 Milyon \$ olan küresel transmisyon milleri ve krankları ithalatının 13,3 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında ithalatını yılda ortalama %6,9 azaltan İran, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatını da yılda ortalama %4,2 azaltmıştır. Fiyat avantajına sahip olan Çin ürünlerinin, incelenen dönemde İran ithalat pazarındaki artışı Türkiye'nin pazardaki payının azalmasının en önemli nedenidir. Çin, İran pazarında %53'lük payı ile lider konumda bulunurken, Almanya ve Türkiye sırasıyla %15 ve %8'lik payları ile pazarda dikkat çeken diğer ülkelerdir. İran transmisyon milleri ve krankları ithalatını ağırlıklı olarak Asya Pasifik ve Avrupa coğrafyasından gerçekleştirmektedir.

**Birleşik Krallık**, 1,57 Milyar \$ değerindeki küresel transmisyon milleri ve krankları ithalatının 13,1 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. Küresel transmisyon milleri ve krankları ithalat değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2,9 azalan Birleşik Krallık'ın, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat yılda ortalama %20,4 azalmıştır. Türkiye'nin pazar performansının oldukça altında performans sergileyerek incelenen dönemde Birleşik Krallık pazarındaki payı azalmıştır. Türkiye'nin pazar payındaki düşüşün, 2015 yılında Alman ürünlerinin Birleşik Krallık pazarında takip ettiği birim fiyatlarındaki düşüşten kaynaklandığı tespit edilmiştir. Almanya %28'lik pay ile Birleşik Krallık pazarında lider konumda iken, ABD ve İtalya pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Bu üç ülke pazardaki ithalatın yaklaşık yarısına yakınına karşılık gelmektedir.

**İspanya**, 2015 yılında 906 Milyon \$ değerindeki küresel transmisyon milleri ve krankları ithalatının 11,1 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. 2011-2015 yılları arasında transmisyon milleri ve krankları ithalatı yılda ortalama %2,5 azalan İspanya'nın, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat yılda ortalama %13 artmıştır. Oldukça iyi büyüme performansı gösteren Türkiye, pazardaki payını incelenen dönemde artırmıştır. Fransa'nın pazardaki payının incelenen dönemde %23,6 azalması ve Türkiye'nin fiyat avantajına sahip olması bu artışın en önemli nedenlerindedir.<sup>35</sup> Almanya ve İtalya, İspanya ithalat pazarının yaklaşık yarısını karşılamaktadır. %7'lik payıyla Finlandiya'nın da bulunduğu İspanya pazarında Avrupa ülkelerinin yoğunluğu dikkat çekmektedir. Türkiye'nin pazardaki payı ise yaklaşık olarak %1,2'dir.

**Belçika**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 867 Milyon \$ değerindeki küresel transmisyon milleri ve krankları ithalatının 10,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel transmisyon milleri ve krankları ithalatı yılda ortalama %6,9 oranında azalan Belçika'nın, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat yılda ortalama %3 oranında

---

<sup>35</sup> www.trademap.org



artmıştır. Türkiye pazarın üstünde büyüme performansı sergileyerek pazar payını artırmıştır. Pazardaki payın yaklaşık yarısını karşılayan Almanya, İtalya ve Fransa'nın, incelenen dönemde pazardaki ithalat miktarlarının azalması nedeniyle Belçika ithalat pazarı küçülme göstermiştir. Transmisyon milleri ve kranklar ürününde fiyat avantajına sahip olmasıyla Türkiye, incelenen dönemde pazardaki payını artırabilmiştir. Türkiye'nin %1,2'lik payının bulunduğu Belçika pazarında, Almanya, İtalya, Fransa gibi Avrupa ülkeleri ve ABD, pazardaki talebin yaklaşık olarak %60'ını karşılamaktadır.

**Polonya**, 895 Milyon \$ değerindeki küresel transmisyon milleri ve krankları ithalatının 7,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Küresel ithalat değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %0,4 azalan Polonya'nın, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat da yılda ortalama %5,5 azalmıştır. Bu durum, Türkiye'nin pazar performansının altında büyüme performansı gerçekleştirilmesiyle, pazardaki payının incelenen dönemde azaldığını göstermektedir. Çin'in düşük fiyat avantajıyla pazara girmesi Türkiye'nin pazardaki payını azaltmıştır. Almanya %46'lık pay ile Polonya pazarında lider konumdadır. İtalya, Çin ve Fransa pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Ayrıca Çin'in, Polonya ithalat pazarındaki %21'lik büyüme performansı dikkat çekmektedir. Polonya ithalatının çoğunlukla Avrupa ve Asya Pasifik bölgelerinden gerçekleştiği gözlemlenmekle birlikte, Türkiye'nin pazardaki payının ise çok düşük olduğu tespit edilmiştir. Polonya ithalat pazarında Asya ve Avrupa ülkelerinin çoğunlukta olması dikkat çekmektedir.

**Romanya**, 2015 yılında 288 Milyon \$ olan küresel transmisyon milleri ve krankları ithalatının 5,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatını yılda ortalama %13,5 artıran Romanya'nın, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı yılda ortalama %0,6 azalmıştır. Türkiye'nin pazar büyümesinin oldukça altında performans göstermesi, Romanya pazarındaki payını azaltmıştır. 2007 yılında Avrupa Birliği'ne üye olan Romanya'nın, 2014-2020 yıllarında kullanılmak üzere Avrupa Birliği tarafından verilen 22 Milyar \$ fon miktarı bulunmaktadır. Bu fonlar sayesinde Romanya'nın 2011-2015 yılları arasında oldukça iyi büyüme performansı yakaladığı tespit edilmiştir. İncelenen ürün ithalat pazarının ise ekonomik büyüme ve akabinde artışa geçen hane halkı harcamaları ile paralel olarak arttığı tespit edilmiştir. Ancak, Almanya ve Fransa gibi ana oyuncuların pazarda etkin olmasıyla bu dönemde Türkiye'nin pazar payı azalmıştır. Böylelikle, Türkiye'nin pazardaki payı %2 olmuştur. Romanya, transmisyon milleri ve krankları talebinin yarısından fazlasını Almanya, Fransa, İspanya ve İtalya gibi Avrupa ülkelerinden karşılamaktadır.

Türkiye'nin transmisyon milleri ve krankları alt sektörüne yönelik gerçekleştirilen dış ticaret analizinde öne çıkan hususlara aşağıda yer verilmiştir:

- ▶ 2015 yılında 322 Milyon \$ ihracat eden Türkiye'nin ihracat değeri 2011-2015 yılları arasında %4,1 artmıştır.
- ▶ Türkiye'nin pazarın üzerinde büyüdüğü ülkeler sırasıyla Almanya, ABD, İtalya, Fransa ve İspanya'dır.
- ▶ İncelenen pazarlarda transmisyon milleri ve krankları ithalatında ABD ve Çin hariç genel olarak coğrafi açıdan yakın olan ülkelerin tercih edildiği tespit edilmiştir.
- ▶ Türkiye'nin transmisyon milleri ve krankları ihracatında Avrupa ve Kuzey Amerika bölgelerinde yoğunlaştığı gözlemlenmektedir.
- ▶ Almanya, 74,2 Milyon \$ ile Türkiye'nin en fazla transmisyon milleri ve krankları ihraç ettiği ülke konumundadır.
- ▶ Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler arasında yer alan ABD ve Belçika, küresel transmisyon milleri ve kranklar ithalatında ağırlıklı olarak yüksek fiyatlı ürünler ithal ederken, Romanya ise ağırlıklı olarak düşük fiyatlı ürünler ithal etmektedir.<sup>36</sup>
- ▶ İtalya, Çin, Fransa ve Almanya küresel transmisyon milleri ve krankları pazarında Türkiye'nin en önemli rakipleri konumundadır.
- ▶ Transmisyon milleri ve krankları ürününde Fransa Türkiye'nin payının en çok arttığı, Birleşik Krallık ise en çok azaldığı pazarlar olarak dikkat çekmektedir.
- ▶ Türkiye, Fransa pazarında 2011-2015 yılları arasında pazarın 7 katı büyüme göstererek oldukça potansiyel vaat etmektedir.
- ▶ İran ve ABD hariç Avrupa, Türkiye'nin en fazla transmisyon milleri ve krankları ihraç ettiği bölgedir.

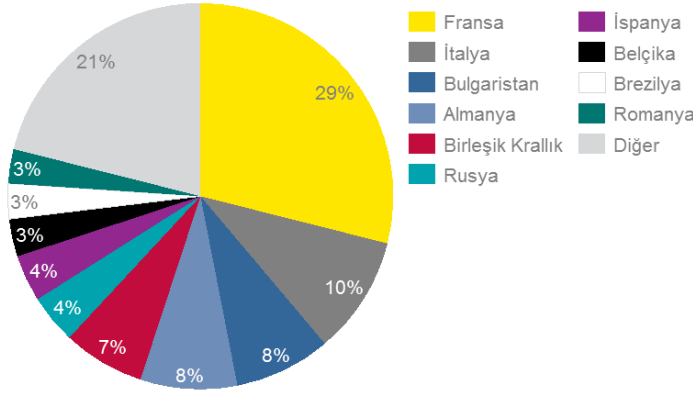
## **Tamponlar & Aksam ve Parçaları:**

Türkiye 2015 yılında 49,5 Milyon \$ değerinde tamponlar & aksam ve parçaları ihraç etmiştir. Türkiye'nin ihracat değeri, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %6 artarken tamponlar & aksam ve parçalarının küresel ihracatı ise yılda ortalama %1,47 artmıştır. Küresel pazar büyüme performansının üzerinde performans sergileyen Türkiye'nin küresel pazardaki payının arttığı tespit edilmiştir.

---

<sup>36</sup> www.trademap.org

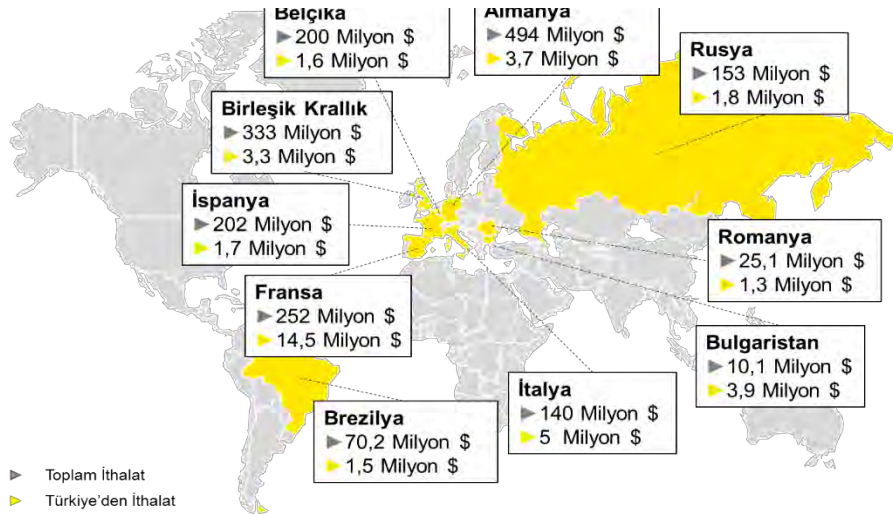
**Şekil 32: Türkiye 2015 Yılı Tamponlar & Aksam ve Parçaları İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı (%)**



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin tamponlar & aksam ve parçaları ihracatında Avrupa ülkelerinin ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Başta Fransa olmak üzere, İtalya, Bulgaristan, Almanya ve Birleşik Krallık gibi Avrupa ülkeleri, Türkiye ihracatının yaklaşık %60'ını oluşturmaktadır.

**Şekil 33: Türkiye'nin En Çok Tamponlar & Aksam ve Parçaları İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri (2015)**



Kaynak: Trademap

**Fransa**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 252 Milyon \$'lık tamponlar & aksam ve parçaları ithalatının 14,5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel tamponlar & aksam ve parçaları ithalatını yılda ortalama %4,1 artıran Fransa, Türkiye'den yaptığı ithalatı da yılda ortalama %44,3 artırmıştır. Türkiye, Fransa tamponlar & aksam ve parçaları ithalat pazarında oldukça hızlı büyümüştür. Japonya'nın pazardaki payının yüksek seviyede azalması ve Türkiye'nin fiyat avantajına sahip olması, Türkiye'nin pazardaki payının hızlı bir şekilde artmasına yardımcı olmuştur. Almanya'nın lider konumda olduğu pazarda, İspanya da etkin ülkelerden biridir. Bu iki ülke pazarın yaklaşık olarak %48'ine sahiptir. Pazarda %5,7 payı olan Türkiye ile %5 payı olan Norveç'in, Fransa tamponlar & aksam ve parçaları pazarında hızlı büyüme eğilimine sahip oldukları gözlemlenmektedir.

**İtalya**, 2015 yılı itibariyle 140 Milyon \$ değerindeki küresel tamponlar & aksam ve parçaları ithalatının 5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Tamponlar & aksam ve parçaları küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3,6 azalan İtalya, ilgili dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatı yılda ortalama %11,7 artmıştır. Türkiye, pazarın üzerinde büyüme performansı sergileyerek İtalya pazarındaki payını incelenen dönemde artırmıştır. Bu artışın nedeni ise İtalya'nın hem otomotiv üretimi hem de otomotiv satışlarında yüksek rakamlara ulaşması ve bu değerlerin artış eğiliminde olması sayesinde, Türkiye gibi otomotiv yan sanayi ihraç eden ülkelerden ithalatını artırmasıdır. İtalya pazarında, pazarda lider konumda bulunan Almanya'nın (%34) yanı sıra, Tayland (%13) ve Fransa (%11) İtalya ithalatının yarısından fazlasını karşılamaktadır. Avrupa ve Asya Pasifik bölgelerinden yoğunlukla ithalat gerçekleştiren İtalya pazarında Türkiye'nin payı ise %3,5'tir.

**Bulgaristan**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 10,1 Milyon \$'lık tamponlar & aksam ve parçaları ithalatının 3,9 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. 2011-2015 yılları arasında küresel tamponlar & aksam ve parçaları ithalatını yılda ortalama %11 artıran Bulgaristan'ın, Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %42,4 artmıştır. Bulgaristan pazarında hızlı büyüyen Türkiye'nin payı incelenen dönemde artmıştır. Türkiye %35'lik pay ile Bulgaristan pazarında lider konumdadır. Pazarda etkin olan bir diğer ülke olan İsveç ise %13'lük paya sahiptir. Bulgaristan ithalat pazarının çoğunlukla Avrupa ülkelerinden oluştuğu tespit edilmiştir.

**Almanya**, 2015 yılında 494 Milyon \$ değerindeki tamponlar & aksam ve parçaları ithalatının 3,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. İthalat değerini 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3,1 artıran Almanya'nın Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %3,9 azalmıştır. Pazar büyümesinin altında bir performans sergileyen Türkiye'nin, Almanya pazarındaki payı incelenen dönemde az da olsa azalmıştır. 2015 yılında

Almanya pazarında baskın yapıda olan Çek Cumhuriyeti'nin (%15) yanı sıra, ABD(%11) de pazarda etkin konumdadır. Almanya'nın ithalatını çoğunlukla Avrupa ve Kuzey Amerika bölgelerinden karşıladığı tespit edilmiştir.

**Birleşik Krallık**, 2015 yılında 333 Milyon \$ değerindeki tamponlar & aksam ve parçaları ithalatının 3,3 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılarken, toplam ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1,2 artırmıştır. Aynı dönemde Türkiye'den yapılan ithalatını yılda ortalama %21,5 artırması, Türkiye'nin oldukça iyi bir performans göstererek pazardaki payını arttırdığını göstermektedir. Japonya başta olmak üzere Belçika ve İtalya'nın pazardaki paylarının azalması, Türkiye gibi ülkelerin pazardaki paylarını artırması için bir avantaj yaratmıştır. Buna rağmen, Türkiye'nin pazardaki payı ise %1'dir. Birleşik Krallık pazarında yaklaşık %43'lük payı olan Almanya'nın yanı sıra, Fransa, Hollanda ve Belçika da pazarda etkin konumdadır. İthalat pazarında Birleşik Krallık'ın Avrupa coğrafyasında yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

**Rusya**, tamponlar & aksam ve parçaları ürününde 2015 yılında 153 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Tamponlar & aksam ve parçaları ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %11 azalan Rusya'nın, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise yılda ortalama %3,7 azalmıştır. Dört yıllık dönemde Türkiye'den yapılan ithalatın azalmasında uçak krizi ile birlikte 2015 yılındaki ithalatın düşmesinin etkisi yüksektir. 2015 yılındaki değerinde bir önceki yıla göre %35'lik düşüş meydana gelmiştir. Buna rağmen, pazar performansının üstünde performans sergileyen Türkiye'nin, Rusya pazarındaki payının az da olsa arttığı gözlemlenmektedir. Türkiye'nin pazardaki payının artmasının en önemli sebebi ise Rusya ile yaşanan siyasi kriz ve bunun sonucunda doğan ekonomik kısıtlamalara rağmen Türkiye'nin Çin'den sonra en iyi fiyat avantajına sahip ülke konumunda bulunmasıdır. Rusya – Türkiye arasındaki ikili ilişkilerin bundan sonraki dönemde ise daha ılımlı bir tablo çizmesi öngörülmektedir. Pazarda %17'lik payı ile Güney Kore lider konumdayken, sırasıyla %15 ve %10'luk paylara sahip olan Japonya ve Slovakya da pazarda etkin konumdadır. Asya Pasifik ve Avrupa coğrafyalarının etkin olduğu Rusya pazarında 1,8 Milyon \$'lık ihracat ile Türkiye'nin payı %1,1'dir.

**İspanya**, 2015 yılında 202 Milyon \$ değerinde tamponlar & aksam ve parçaları ithal ederken, 1,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. Bu ürünlerdeki ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %0,6 artıran İspanya, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatını da yılda ortalama %43,5 artırmıştır. Pazarın üzerinde büyüme performansı gösteren Türkiye, pazardaki payını yüksek oranda artırmıştır. Pazarda etkin konumda olan Fransa ve İtalya'nın ithalat paylarının azalması, Türkiye gibi pazarda yeni olan ülkelerin paylarını artırmaları için avantaj olmuştur. Avrupa ülkelerinin yoğun olarak ihracat yaptığı İspanya pazarında Almanya %35,7 pay ile lider konumdayken,

Fransa, İtalya ve Portekiz sırasıyla %10,7, %9 ve %7,4'lük payları ile pazarda etkin konumdadır.

**Belçika**, 2015 yılında yaptığı 200 Milyon \$'lık tamponlar & aksam ve parçaları ithalatının 1,6 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel tamponlar & aksam ve parçaları ithalatı yılda ortalama %10,6 azalan Belçika'nın, Türkiye'den yaptığı ithalat da yılda ortalama %0,3 azalmıştır. Türkiye'nin Belçika pazarındaki payının incelenen dönemde pazar küçülmesi sebebiyle arttığı gözlemlenmiştir. Pazarda Almanya ve Fransa toplamda %37'lik pay ile baskın yapıda iken, Japonya, Birleşik Krallık ve İsveç sırasıyla %9,6, %9 ve %7,1'lik paylarıyla pazarda etkin konumdadır. Türkiye'nin %0,5 paya sahip olduğu pazarda, Avrupa ülkeleri ve Japonya'nın pazarın yarısında fazlasına hâkim olduğu tespit edilmiştir.

**Brezilya**, tamponlar & aksam ve parçaları ürününde 2015 yılında gerçekleştirdiği 70,2 Milyon \$'lık ithalatın 1,5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Tamponlar & aksam ve parçaları ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1 azalan Brezilya'nın, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise %58,8 oranında artış göstermiştir. Hızlı büyüyerek oldukça iyi bir performans sergileyen Türkiye'nin, Brezilya pazarındaki payını yüksek oranda arttırdığı gözlemlenmektedir. Brezilya, 2012 yılında Inovar Oto Programı adı altında ülke içindeki otomotiv üretimini destekleyen ve otomotiv ithalatına yüksek vergi uygulayan bir program başlatmıştır. Bu nedenle otomotiv firmaları, yurt dışında üretmek yerine yurt içinde otomotiv üreterek, otomotiv yan sanayi ürünlerini yurt dışından ithal etmeye başlamıştır. Bu sayede, Almanya ve ABD'nin yanı sıra Türkiye'nin de pazardaki ithalat payının arttırdığı gözlemlenmiştir. <sup>37</sup>Pazarda %15'lik paya sahip olan Güney Kore, Brezilya'nın ithalatında lider konumda yer alırken, Arjantin ve Almanya sırasıyla %12,9 ve %12,5'lik paylarıyla pazarda etkin konumdadır. Türkiye'nin %2,1 paya sahip olduğu pazarda, Asya Pasifik ve Avrupa ülkelerinin etkin olduğu tespit edilmiştir.

**Romanya**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 494 Milyon \$'lık tamponlar & aksam ve parçaları ithalatının 3,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında tamponlar & aksam ve parçaları ithalatı yılda ortalama %6,3 azalan Romanya'nın, Türkiye'den yaptığı ithalatı da yılda ortalama %25,9 azalmıştır. Pazar performansının altında bir performans sergileyen Türkiye'nin Romanya pazarındaki payının azaldığı gözlemlenmektedir. Alman mallarının pazardaki etkinliğinin artması, Türkiye'nin pazardaki payını azaltmıştır. Romanya pazarında %31'lik payı ile lider konumda bulunan Almanya'nın yanı sıra, Macaristan, Çek Cumhuriyeti,

---

<sup>37</sup> EY Analizi: 2016 Top Markets Report Automotive Parts Country Case Study, International Trade Administration

Bulgaristan ve İtalya da pazarda etkin konumdadır. Türkiye'nin çok küçük bir paya sahip olduğu Romanya pazarında Avrupa ülkelerinin pazarın yarısından fazlasına hâkim olduğu tespit edilmiştir.

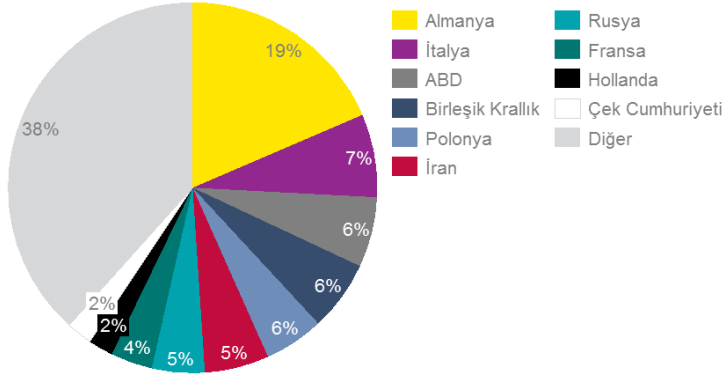
Türkiye tamponlar & aksam ve parçaları dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden öne çıkan analizler aşağıda yer verilmiştir:

- ▶ Türkiye'nin tamponlar & aksam ve parçaları ihracatı 2011-2015 yılları arasında küresel toplam ihracata kıyasla üç buçuk kat hızlı büyümüştür.
- ▶ Türkiye'nin pazar büyüme performansı üzerinde performans gösterdiği ülkeler sırasıyla Fransa, İtalya, Bulgaristan, Birleşik Krallık, İspanya ve Brezilya'dır.
- ▶ Türkiye, oldukça iyi bir performans sergileyerek İspanya ve Brezilya ithalat pazarlarındaki payını yüksek oranda artırmıştır.
- ▶ 2015 yılında Türkiye küresel tamponlar & aksam ve parçaları ihracatının en büyük payını 14,5 Milyon \$ ile Fransa'ya ihraç etmektedir.
- ▶ Tamponlar & aksam ve parçaları alt sektöründe Türkiye'nin pazar payının en fazla artış gösterdiği pazar Brezilya'dır. Romanya'da ise Türkiye'nin pazar payındaki düşüş dikkat çekmektedir.
- ▶ Bulgaristan ithalat pazarında Türkiye lider konumda bulunmaktadır.
- ▶ İtalya, Romanya ve Fransa pazarlarında Almanya, Türkiye'nin en önemli rakibi konumundadır.

## **Fren ve Servo Frenler:**

2015 yılında 249 Milyon \$ değerinde fren ve servo frenleri ihraç eden Türkiye'nin ihracat değeri, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %0,5 artmıştır. Aynı dönemde fren ve servo frenlerinin küresel ihracatı ise yılda ortalama %0,1 artmıştır. Pazar büyüme performansının üzerinde bir performans sergileyen Türkiye'nin az da olsa pazardaki payını arttırdığı tespit edilmiştir.

**Şekil 34: Türkiye 2015 Yılı Fren ve Servo Frenleri İhracatının Ünelere Göre Dağılımı (%)**

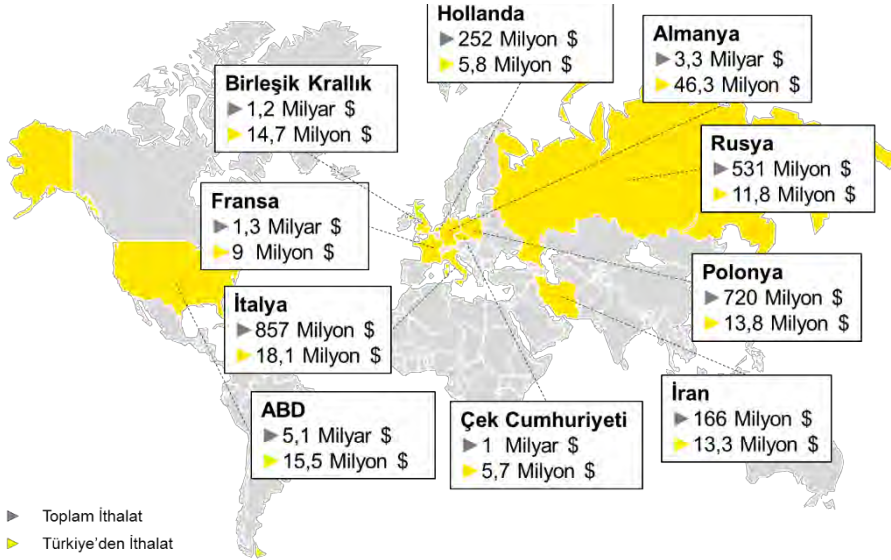


Kaynak: Trademap

Türkiye'nin fren ve servo frenleri ihracatında Avrupa ülkeleri ile İran, Rusya ve ABD'nin öne çıktığı tespit edilmiştir. Almanya, İtalya, Hollanda ve Birleşik Krallık gibi Avrupa ülkeleri Türkiye'nin fren ve servo frenleri ihracatının yaklaşık olarak %40'ını oluşturmaktadır.



**Şekil 35: Türkiye'nin En Çok Fren ve Servo Frenleri İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri (2015)**



Kaynak: Trademap

**Almanya**, 2015 yılında 3,3 Milyar \$'lık fren ve servo frenleri ithalatının 46,3 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel fren ve servo frenleri ithalatı yılda ortalama %2,7 azalan Almanya'nın, Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %2,1 artmıştır. Pazar performansının üzerinde bir performans sergileyen Türkiye, Almanya pazarındaki payını incelenen dönemde artırmıştır. Çek Cumhuriyeti'nin lider konumda olduğu pazarda İtalya, Polonya ve Fransa gibi Avrupa ülkelerinin aktif oldukları tespit edilmiştir. Bu ülkeler pazarın yaklaşık olarak %55'ine sahiptir. Pazardaki payı %10 olan Polonya'nın, fren ve servo frenleri pazarında en hızlı büyüyen ülke konumunda olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'nin Almanya pazarındaki payı küçük olmasına rağmen, pazardaki bilinirliği sayesinde payını ileriki dönemlerde arttırması öngörülmektedir. Almanya ithalat pazarının yarısından fazlasının Avrupa ülkeleri tarafından tedarik edildiği tespit edilmiştir.

**İtalya**, 857 Milyon \$ değerindeki küresel fren ve servo frenleri ithalatının 18,1 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. Fren ve servo frenleri küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %0,7 artan İtalya'nın, Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %7,8 oranında artış göstermiştir.

Pazar performansı üzerinde büyüme gösteren Türkiye, İtalya pazarındaki payını incelenen dönemde arttırmıştır. %37'lik pay ile İtalya pazarında lider konumda bulunan Almanya'nın yanı sıra, %17'lik ve %15'lik paylarıyla Çin ve Polonya da pazarda etkin konumdadır. Bu üç ülke İtalya pazarının yaklaşık olarak %70'ini karşılamaktadır. Türkiye'nin %2,1 paya sahip olduğu İtalya ithalat pazarında, Avrupa ve Asya Pasifik ülkelerinin çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir.

**ABD**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 5,1 Milyar \$'lık fren ve servo frenleri ithalatının 15,5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamıştır. 2011-2015 yılları arasında küresel fren ve servo frenleri ithalatı yılda ortalama %3,4 artan ABD'nin, Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %2,1 artmıştır. Pazar büyümesinin altında bir performans sergileyen Türkiye'nin, ABD pazarındaki payı incelenen dönemde az da olsa azalmıştır. Türkiye'nin, pazar büyüme performansı kadar büyüme sergileyememesinin başlıca nedeni diğer ülkeler gibi ABD ile STA'sının bulunmamasıdır. Çin ve Meksika sırasıyla %31 ve %25'lik paylarıyla pazarda baskın konumdadır. Pazarda etkin olan bir diğer ülke olan Kanada'nın payı ise %9'dur. Genel olarak komşu ülkelerin pazarda etkin olduğu tespit edilmiştir.

**Birleşik Krallık**, 1,2 Milyar \$ değerindeki küresel fren ve servo frenleri ithalatının 14,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. Ülkenin bu üründeki küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2,6 azalmıştır. Birleşik Krallık'ın Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatın da yılda ortalama %9,5 azaldığı gözlemlenmiştir. Pazarın büyüme performansının altında bir performans sergileyen Türkiye'nin, Birleşik Krallık pazarındaki payının azaldığı gözlemlenmiştir. Çin ürünlerinin fiyat avantajından yararlanarak pazarda etkin olması, Türkiye'nin pazardaki payını azaltmıştır.<sup>38</sup> Pazarda yaklaşık olarak %30'luk pay ile Almanya baskın yapıda iken, Fransa'nın ise %15'lik pay ile pazarda yer aldığı tespit edilmiştir. Birleşik Krallık pazarında Almanya ve Fransa başta olmak üzere Avrupa ülkelerinin hâkimiyeti dikkat çekmektedir.

**Polonya**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 720 Milyon \$'lık fren ve servo frenleri ithalatının 13,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel ithalatı ortalama %3,6 artan Polonya'nın, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat da yılda ortalama %13,7 artmıştır. Pazar performansının üzerinde büyüme sergileyen Türkiye'nin Polonya pazarındaki payı artmıştır. Pazardaki talebin yaklaşık %30'unu karşılayan Almanya ile birlikte İtalya ve İspanya gibi Avrupa ülkelerinin pazarda baskın konumda

---

<sup>38</sup> www.trademap.org

oldukları tespit edilmiştir. Polonya pazarında bu üç ülkenin toplam payı yaklaşık %60 iken, Türkiye'nin payı ise %1,9'dur.

**İran**, gerçekleştirdiği 166 Milyon \$ değerindeki fren ve servo frenleri küresel ithalatının 13,3 Milyon \$'lık değerini Türkiye'den karşılamıştır. Ülkenin ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %8,9 azalırken, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %11 artmıştır. Oldukça iyi bir performans sergileyen Türkiye, İran pazarındaki payını incelenen dönemde artırmıştır. Pazarda %56 ve %22'lik paylarıyla Güney Kore ve Çin'in baskın konumda oldukları tespit edilmiştir. Bu iki ülke, İran ithalatının yaklaşık %78'ini karşılamaktadır. Türkiye'nin %5'lik pay ile yer aldığı İran pazarında, Asya Pasifik ülkelerinin hâkim olduğu tespit edilmiştir.

**Rusya**, 531 Milyon \$ değerindeki küresel fren ve servo frenleri ithalatının 11,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel fren ve servo frenleri ithalatı yılda ortalama %4,4 azalan Rusya, aynı dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını yılda ortalama %9,4 artırmıştır. Pazarın küçülmesine rağmen büyüme performansı gösteren Türkiye'nin, Rusya ithalat pazarındaki payını artırdığı gözlemlenmektedir. Rusya pazarının 2014 yılında yaşanan petrol fiyatı krizinden sonra küçülmeye geçmesi, Rusya'nın fiyat avantajına sahip ürünlere yönelmesine neden olmuştur. Çin'den sonra en iyi fiyat avantajına sahip olan Türkiye'nin, incelenen dönemde pazardaki payının arttığı gözlemlenmiştir. Rusya ithalat pazarında %19'luk payı ile lider konumda bulunan Çin'in yanı sıra, Almanya ve Güney Kore de pazarda etkin ihracatçılar arasındadır. Üç ülke Rusya'nın fren ve servo frenleri ithalatının yaklaşık %40'ını karşılamaktadır. Türkiye'nin %2,2 pay ile bulunduğu Rusya pazarında Asya Pasifik ve Avrupa ülkelerinin hâkim olduğu gözlemlenmektedir.

**Fransa**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 1,3 Milyar \$ değerindeki fren ve servo frenleri ithalatının 9 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Fransa'nın bu ürünlerdeki ithalatı 2011-2015 yıllarında %5,7 artış gösterirken, Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %0,2 oranında azalmıştır. Türkiye, pazar büyüme hızının oldukça altında performans sergilemiş, Fransa pazarındaki payında düşüş yaşamıştır. Çin ve Polonya'nın fiyat avantajından yararlanarak pazarda etkin hale gelmeleri, Türkiye'nin pazardaki payını azaltmıştır. Almanya, İtalya, İspanya ve Çek Cumhuriyeti gibi Avrupa ülkeleri pazarda yoğun olarak yer almaktadır ve toplam ithalatın yaklaşık %67'sini karşılamaktadır.

**Hollanda**, 2015 yılı itibarıyla 252 Milyon \$ değerindeki fren ve servo frenleri küresel ithalatının 5,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. 2011-2015 yılları arasında fren ve servo frenleri küresel ithalatı yılda ortalama %2,7 artan Hollanda'nın Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %15,7

oranında artış göstermiştir. Pazar performansının yedi katı büyüklüğünde büyüme performansı sergileyen Türkiye'nin incelenen dönemde Hollanda pazarındaki payının arttığı tespit edilmiştir. Türkiye'nin fiyat avantajına sahip olması ve pazardaki Almanya ve Belçika gibi önemli oyuncuların pazardaki paylarının azalması, Türkiye'nin pazardaki payını artırmıştır. Almanya, Çin ve Belçika'nın pazarın yarısına hâkim olduğu Hollanda'da, Endonezya, Birleşik Krallık ve İtalya da etkin konumdadır. Türkiye'nin %2,3 pay ile yer aldığı Hollanda pazarında Avrupa ülkelerinin ağırlıklı olarak bulunduğu tespit edilmiştir.

**Çek Cumhuriyeti**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 1 Milyar \$'lık fren ve servo frenleri ithalatının 5,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den temin etmektedir. 2011-2015 yılları arasında fren ve servo frenleri ithalatı yılda ortalama %0,5 azalan Çek Cumhuriyeti'nin, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %59 artmıştır. Çek Cumhuriyeti pazarında hızlı büyüyen Türkiye, pazardaki payını incelenen dönemde yüksek oranda artırmıştır. İspanya ve Fransa gibi ana oyuncuların pazardaki payının azalması ve Türkiye'nin incelenen üründe fiyat avantajına sahip olması, pazardaki payının artmasını sağlamıştır. Almanya'nın lider konumda olduğu pazarda Slovakya da etkin ülkelerdendir. Almanya, Çek Cumhuriyeti ithalatının yaklaşık yarısını tedarik etmektedir. Çek Cumhuriyeti pazarında, %15'lik paya sahip olan Slovakya'nın ise yılda ortalama %10'luk büyüme oranına sahip olması dikkat çekmektedir. Türkiye'nin düşük oranda paya sahip olduğu Çek Cumhuriyeti pazarında Avrupa ülkelerinin hâkim olduğu tespit edilmiştir.

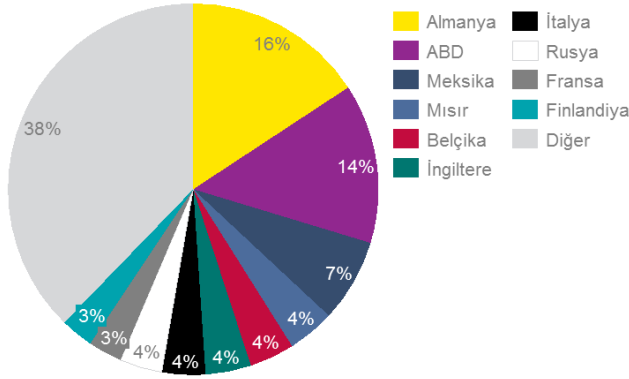
Türkiye fren ve servo frenleri dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden öne çıkan analizler aşağıda yer verilmiştir:

- ▶ Türkiye'nin pazar büyüme performansı üzerinde performans gösterdiği ülkeler sırasıyla Almanya, İtalya, Polonya, İran, Rusya, Hollanda ve Çek Cumhuriyeti'dir.
- ▶ 2015 yılında toplam 249 Milyon \$ değerinde fren ve servo frenleri ihraç eden Türkiye, bu ihracatın en büyük payını 46,3 Milyon \$ ile Almanya'ya ihraç etmektedir.
- ▶ Almanya ve Çin, Türkiye'nin fren ve servo frenleri ihracatı gerçekleştirdiği pazarlarda yer alan en önemli rakipleri konumdadır.
- ▶ Çek Cumhuriyeti, Fransa ve Almanya gibi Türkiye'nin önemli ihracat pazarları arasında yer alan ülkelerin, genel olarak coğrafi açıdan yakın olan Avrupa ülkelerini tercih ettikleri tespit edilmiştir.
- ▶ Almanya pazarında genellikle Doğu Avrupa ülkelerinin hâkimiyeti dikkat çekmektedir. Yüksek fiyatlı ürün talebini iç piyasadan karşılayan Almanya, düşük fiyatlı ürün talebi için Avrupa Birliği'nde yer alan fiyat ve lojistik açıdan avantajlı ülkeler ile birlikte Türkiye'yi tercih etmektedir.

## Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları:

2015 yılı itibarıyla 162 Milyon \$ değerinde şanzıman ve diferansiyel aksamları ihracatı gerçekleştiren Türkiye'nin ihracatı, 2011-2015 yılları arası yılda ortalama %10,6 artış göstermiştir. Küresel şanzıman ve diferansiyel aksamları ihracatı ise incelenen dönem aralığında yılda ortalama %1,6 oranında artmıştır. Küresel şanzıman ve aksamları pazarının üzerinde büyüme performansı sergileyen Türkiye'nin küresel pazarda payını arttırmıştır.

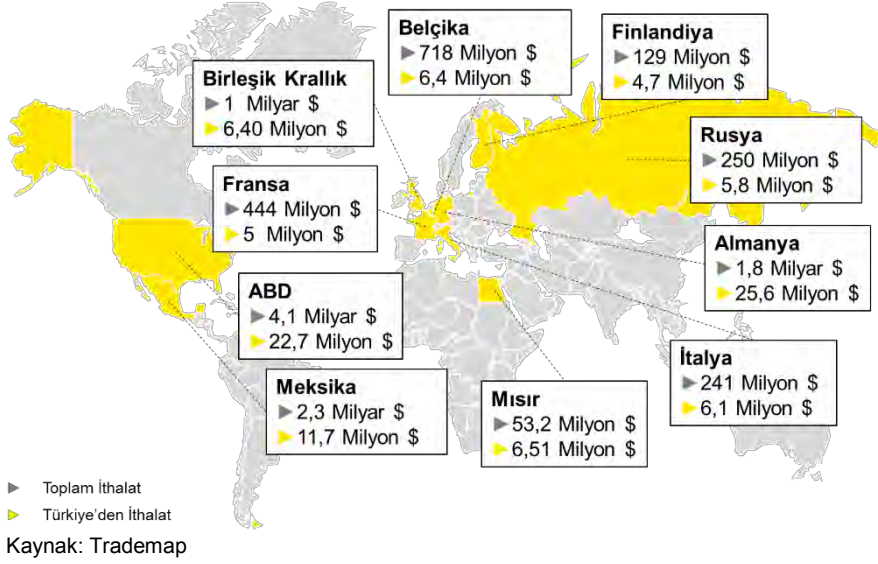
**Şekil 36: Türkiye 2015 Yılı Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı (%)**



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin şanzıman ve diferansiyel aksamları ihracatında Avrupa ülkeleri ile birlikte ABD ön plana çıkmaktadır. Almanya, ABD, Fransa ve Finlandiya, Türkiye'nin şanzıman ve diferansiyel aksamları ihracatının yaklaşık %40'ını oluşturmaktadır. Belçika, Birleşik Krallık, İtalya ve Rusya, Türkiye'nin ihracatında dikkat çeken diğer ülkelerdir.

**Şekil 37: Türkiye'nin En Çok Şanzıman ve Diferansiyel Aksamı İhracatı Yaptığı Ülkelerin İthalat Değerleri (2015)**



**Almanya**, 2015 yılı itibariyle gerçekleştirdiği 1,8 Milyar \$ değerindeki küresel şanzıman ve diferansiyel aksamı ithalatının 25,6 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %5,4 azalan Almanya'nın, Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %0,1 artmıştır. Pazarın küçülmesine rağmen büyüme performansı sergileyen Türkiye, incelenen dönemde Almanya pazarındaki payını az da olsa artırmıştır. Bu artışın en büyük sebepleri; Türkiye'nin incelenen üründe fiyat avantajına sahip olması ve pazarda ana oyuncularından biri olan Avusturya'nın pazardaki payının azalmasıdır. Avusturya %21'lik pay ile pazarda lider konumda yer alırken, %14 ve %12'lik payları ile Polonya ve İtalya da pazarda etkin konumdadır. Türkiye'nin %1,4'lik payla bulunduğu Almanya pazarında Avrupa ülkelerinin yoğunluğu dikkat çekmektedir.

**ABD**, 4,1 Milyar \$ değerindeki küresel şanzıman ve diferansiyel aksamı ithalatının 22,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında şanzıman ve diferansiyel aksamı ithalatını yılda ortalama %13,3 artıran ABD, Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatı da yılda ortalama %161 artırmıştır. Pazarda oldukça hızlı büyüyen Türkiye'nin ABD pazarındaki payını incelenen dönemde oldukça yüksek oranda artırması dikkat çekmektedir. Bu artışın en büyük sebebi, Türkiye'nin pazardaki diğer rakiplere oranla düşük fiyat avantajına sahip olmasıdır. ABD pazarında, Meksika (%40) lider

konumda iken, Kanada (%12) ve Japonya'nın (%11) pazarda baskın olan diğer ihracatçı ülkelerdir. Pazarda etkin olarak yer alan Güney Kore'nin (%7,4) yüksek birleşik büyüme oranına sahip olması dikkat çekmektedir. Türkiye'nin pazar payının çok düşük olduğu ABD pazarında Kuzey Amerika ve Asya Pasifik ülkelerinin yoğun olarak yer aldığı tespit edilmiştir.

**Meksika**, gerçekleştirdiği 2,3 Milyar \$'lık küresel şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatının 11,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Ülkenin şanzıman ve diferansiyel aksamalarındaki küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %4,8 artarken, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %240 artmıştır. Pazarın oldukça üzerinde bir performans sergileyen Türkiye'nin Meksika pazarındaki payının incelenen dönemde yüksek oranda arttığı gözlemlenmektedir. Bu artışın başlıca nedeni Ford, GM, Toyota, Nissan, Mazda ve VW gibi büyük otomotiv devlerinin üretim tesislerinin Meksika'da bulunması ve Meksika'daki ucuz iş gücünden ve lojistik avantajdan yararlanıp otomotiv üreterek, Meksika otomotiv yan sanayi ürünleri ithalatını oldukça arttırmasıdır.<sup>39</sup> Ayrıca Türkiye pazara yakın zamanda giriş yapması sebebiyle oldukça yüksek büyüme oranına sahiptir. Meksika pazarında %56'lık pay ile ABD baskın konumda iken, Japonya ve Çin de pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Bu üç ülke Meksika'nın şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatının yaklaşık %80'inini karşılamaktadır. Türkiye'nin payının çok düşük olduğu Meksika pazarında, Kuzey Amerika ve Asya Pasifik ülkelerinin etkin olduğu tespit edilmiştir.

**Mısır**, 53,2 Milyon \$ değerindeki küresel şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatının 6,5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Ülkenin bu ürünlerdeki küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %20,7 oranında artış yaşarken, Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %15,3 oranında artmıştır. Bu durum, Türkiye'nin Mısır pazarındaki payının az da olsa azaldığını göstermektedir. Tayland'ın lider olduğu Mısır pazarında, Çin ve Türkiye de etkin ülkelerdir. Bu üç ülke pazarda toplam %60'ın üzerinde paya sahipken, Türkiye'nin payı %12'dir.

**Belçika**, gerçekleştirdiği 718 Milyon \$'lık küresel şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatının 6,4 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında küresel şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatı yılda ortalama %5,8 azalan Belçika, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatını yılda ortalama %57,7 oranında artırmıştır. Pazar büyüme performansının üzerinde bir büyüme performansı sergileyen Türkiye'nin Belçika pazarındaki payının arttığı tespit edilmiştir. Türkiye'nin pazara yeni girmesi ve ana oyuncularından biri olan Almanya'nın pazardaki payının yüksek oranda düşmesi, Türkiye'nin pazardaki payının hızlı şekilde artmasına neden

---

<sup>39</sup> T.C. Ekonomi Bakanlığı

olmuştur. Pazarda İsveç başta olmak üzere Almanya ve Birleşik Krallık toplam ithalatın yaklaşık %70'ini karşılarken, Türkiye'nin payının çok düşük olduğu tespit edilmiştir. Belçika ithalat pazarında Avrupa ülkelerinin çoğunlukta olduğu gözlemlenmektedir.

**Birleşik Krallık**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 1 Milyar \$'lık küresel şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatının 6,4 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. Ülkenin şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1,4 artarken, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %6,6 artmıştır. Ancak bu büyüme pazardaki payı düşük olan Türkiye'nin payında önemli bir artış meydana getirmemiştir. İncelenen üründe Türkiye'nin fiyat avantajına sahip olması, Almanya ve Belçika gibi pazardaki etkin olan oyuncuların payının azalması, Türkiye'nin pazardaki payını artırmıştır. İtalya, Almanya ve Belçika'nın baskın konumda bulunduğu Birleşik Krallık pazarında, Meksika da etkin konumdadır. Bu dört ülke Birleşik Krallık pazarındaki talebin yaklaşık %65'ini karşılamaktadır. Türkiye'nin payının çok düşük olduğu Birleşik Krallık pazarında, Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinin çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir.

**İtalya**, gerçekleştirdiği 241 Milyon \$'lık küresel şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatının 6,1 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Ülkenin bu üründeki küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1,1 azalırken, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalat yılda ortalama %7,8 artmıştır. Pazar büyümesi üzerinde bir performans sergileyen Türkiye'nin İtalya pazarındaki payının arttığı gözlemlenmiştir. Pazar küçülmesi yaşayan İtalya'nın fiyat avantajına sahip ürünlere yönelmesiyle, Türkiye'nin pazardaki payı artmıştır. Almanya ve Hindistan'ın sırasıyla %21 ve %20'lik paylarıyla pazarda baskın konumda bulunduğu İtalya'da, Türkiye'nin %2,5 oranında payı bulunmaktadır. İtalya'nın ağırlıklı olarak Asya Pasifik ve Avrupa ülkelerinden ithalat gerçekleştirdiği tespit edilmiştir.

**Rusya**, 2015 yılında yaptığı 250 Milyon \$'lık küresel şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatının 5,8 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den gerçekleştirmiştir. 2011-2015 yılları arasında bu üründeki küresel ithalatını yılda ortalama %11,5 azaltan Rusya, aynı dönemde Türkiye'den yaptığı ithalatı yılda ortalama %12,2 oranında artırmıştır. Türkiye'nin incelenen dönemde büyüme performansı pazar büyüme performansından yüksek olması, Türkiye'nin Rusya pazarındaki payının arttığını göstermektedir. Rusya'nın 2014 yılında petrol fiyatlarındaki düşüş sebebiyle ithalatının genel olarak azalması ve 2015 yılında Türkiye ile yaşanan siyasi kriz sebebiyle Türkiye'den yaptığı ithalatın azalmasına rağmen, 2011-2015 yılları arasında Rusya'nın Türkiye'den yaptığı ithalatta artış olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'nin Rusya pazarında benzer ürün segmentindeki rakiplerine kıyasla fiyatlarını düşürmesi, bu artışın en



önemli nedenlerindendir.<sup>40</sup> 2015 yılında Türkiye ile yaşanan siyasi krize rağmen 2011-2015 yılları arasında Türkiye'nin pazardaki payı artmıştır. Japonya(%13,8) Çin (%13,2) ve Güney Kore'nin (%13,1) baskın konumda oldukları Rusya pazarında Almanya ve ABD etkin olan diğer ülkelerdir. Bu beş ülke pazardaki talebin yaklaşık olarak yarısını karşılamaktadır. Türkiye'nin %2,3 payla yer aldığı Rusya pazarında, Asya Pasifik, Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerinin baskın olduğu tespit edilmiştir.

**Fransa**, 2015 yılında gerçekleştirdiği 444 Milyon \$ değerindeki küresel şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatının 5 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den karşılamaktadır. Küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2,6 oranında azalan Fransa'nın, Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %12 oranında artmıştır. Dolayısıyla, Türkiye pazarın üzerinde büyüme performansı göstererek Fransa pazarındaki payını artırmıştır. Almanya %24,9'luk payı ile pazarda lider konumda yer alırken, İtalya da %10,2 ile pazarda etkin konumdadır. Türkiye'nin %1,1 pay ile bulunduğu Fransa pazarında, Avrupa ülkelerinin baskın olduğu tespit edilmiştir.

**Finlandiya**, 129 Milyon \$ değerindeki küresel şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatının 4,7 Milyon \$'lık kısmını Türkiye'den ithal etmiştir. 2011-2015 yılları arasında şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatını yılda ortalama %12 artıran Finlandiya'nın, Türkiye'den yaptığı ithalat ise yılda ortalama %24 oranında azalmıştır. Pazar büyüme performansının çok altında kalan Türkiye'nin Finlandiya pazarındaki payının incelenen dönemde azaldığı tespit edilmiştir. Finlandiya pazarında ana oyuncularından biri olan Almanya'nın pazardaki payını yüksek oranda artırması, Türkiye'nin pazardaki payını yüksek oranda azaltmıştır. Finlandiya pazarında, %77,4'lük pay ile Almanya lider konumdadır. %15,7'lik paya sahip olan İtalya ise pazarda etkin olan bir diğer ülkedir. Türkiye'nin %3,6'lık pay ile yer aldığı Finlandiya pazarında, Avrupa ülkelerinin baskın olması dikkat çekmektedir.

Türkiye'nin şanzıman ve diferansiyel aksamaları dış ticareti için yapılan değerlendirmelerden öne çıkan analizler aşağıda yer verilmiştir:

- ▶ Türkiye'nin şanzıman ve diferansiyel aksamaları ihracatı 2011-2015 yılları arasında küresel toplam ihracata kıyasla altı kat hızlı büyümüştür.
- ▶ Türkiye'nin pazar büyüme performansı üzerinde performans gösterdiği ülkeler sırasıyla Almanya, ABD, Meksika, Belçika, Birleşik Krallık, İtalya, Rusya ve Fransa'dır.
- ▶ İncelenen ülkelere ABD ve Meksika, Türkiye'nin pazar payının en fazla arttığı ülke konumundadır. Öte yandan, Türkiye'nin şanzıman ve

---

<sup>40</sup> Trademap

diferansiyel aksamaları ürününde pazar payının azaldığı ülkeler sadece Mısır ve Finlandiya'dır.

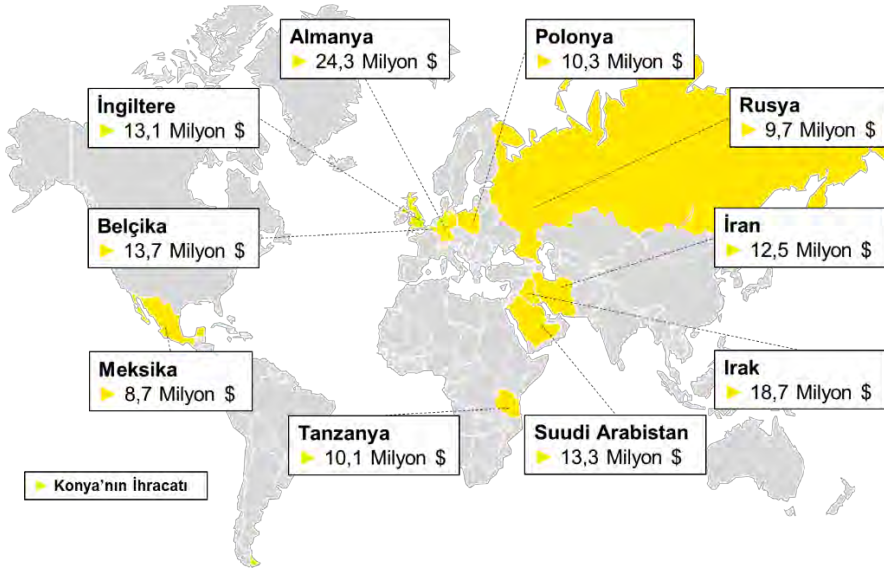
- ▶ Almanya, İtalya, ABD ve Çin, şanzıman ve diferansiyel aksamaları ihracatında Türkiye'nin en önemli rakibi konumundadır.
- ▶ 22,7 Milyon \$ ile Türkiye, en fazla şanzıman ve diferansiyel aksamaları ihracatını ABD'ye yapmaktadır.

### 3.3. Konya Otomotiv Yan Sanayi İhracat Performansı

Otomotiv yedek parça<sup>41</sup> üretiminde Türkiye'nin önde gelen illerinden olan Konya'da, 2014 yılında 400'ün üzerinde firma otomotiv yan sanayi alanında faaliyet göstermektedir. Aynı yıl sektördeki istihdam sayısı 4.400 seviyelerindedir. Sektördeki istihdam değerinin bir önceki yıla göre kıyaslandığında %12'nin üzerinde artması, sektörün Konya'da yüksek hızda büyüdüğünü göstermektedir.<sup>42</sup>

Sektörün Konya bazında dış ticaret rakamları analiz edildiğinde, 2015 yılında yaklaşık 225 Milyon \$'lık ihracat değeri dikkat çekmektedir. Bu değer, 1,35 Milyar \$ olan Konya'nın toplam ihracatının yaklaşık %17'sine karşılık gelmektedir. Türkiye'nin 2015 yılı toplam ihracatı içerisinde yaklaşık %1'lik payı bulunan Konya'nın, aynı yıl 8,5 Milyar \$ olan Türkiye otomotiv yan sanayi ihracatı içerisindeki payı %2,6'dır.

**Şekil 38: Konya İlinin En Çok Otomotiv Yan Sanayi Ürünü İhraç Ettiği 10 Ülke ve İhracat Değerleri (Milyon \$)**



Kaynak: TÜİK, 2016

<sup>41</sup> Konya ilinin otomotiv yan sanayiindeki ihracat performansının değerlendirilmesi için 87 GTIP kodlu Motorlu kara taşıtları ve bunların aksam ve parçaları baz alınmıştır.

<sup>42</sup> SGK, 2016

Konya ilinin en fazla otomotiv yedek parça ihraç ettiği ülkeler incelendiğinde, Avrupa ve Orta Doğu lkelerinin ağırlığı dikkat çekmektedir. Ayrıca, en fazla ihracat gerçekleştirilen 10 lke Konya ihracatının %60'ının oluşturmaktadır. Bu lkelerden Avrupa'nın en büyük otomotiv ana ve yan sanayisine sahip olan Almanya'ya 24,3 Milyon \$ değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Coğrafi konum açısından yakın olan ve Türkiye'nin lojistik avantajının olduğu Irak ve İran pazarlarına ise toplamda 30 Milyon \$'ın üzerinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Coğrafi konum açısından yakın olan ve Türkiye'nin lojistik avantajının olduğu Irak ve İran pazarlarına ise toplamda 30 Milyon \$'ın üzerinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Konya'da otomotiv yan sanayii içerisinde ağırlıklı olarak motor aksam ve parçaları ihraç edilmektedir.

## 4. Hedef Pazarların Analizi

### 4.1. Hedef Pazarların Belirlenmesi

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

**Şekil 39: Konya Ticaret Odası Otomotiv Yan Sanayi Kümesi Hedef Pazarları**



Metodoloji doğrultusunda, yaklaşık 200'den fazla ülke için ülkelerin 2015 yılı toplam ithalat büyüklüleri, ülkelerdeki 2011-2015 yılı ithalat değişim oranı, Türkiye'nin ilgili ülkeye 2015 yılı ihracatı ve 2011-2015 ihracat değişim oranı ile Konya ihracat verileri ışığında hesaplama gerçekleştirilmiştir. Hesaplamalar sonucunda en yüksek puanı alan **ilk 30 ülke** belirlenmiştir.

Bu kapsamda, **30 ülkelik uzun liste** EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi çerçevesinde yer alan Filtre 1 kriterlerine tabi tutularak 20 ülkeye indirilmiştir.

**Filtre 1** kapsamında analiz edilen parametreler aşağıda yer almaktadır:

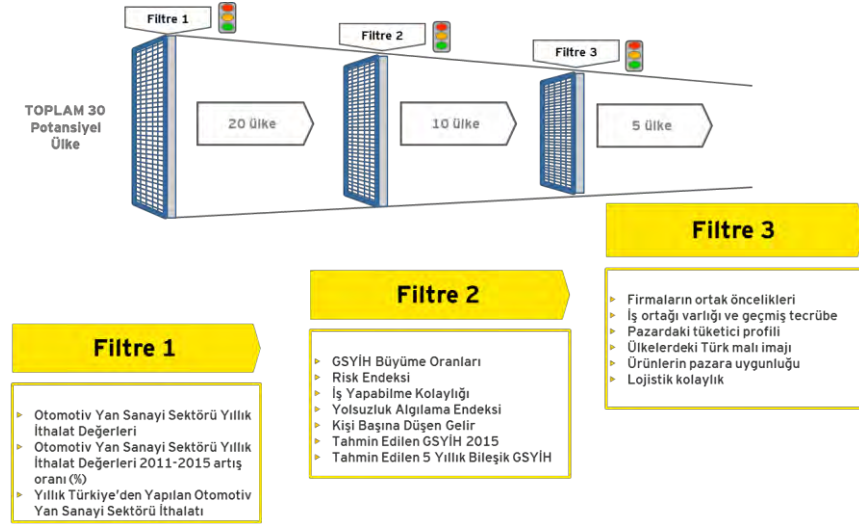
- ▶ 2015 yılı toplam otomotiv yan sanayi ithalat büyüklüğü
- ▶ 2011-2015 pazar büyüklüğünün değişim oranı
- ▶ 2015 yılı ürünlerin toplam ithalatı
- ▶ Türkiye'den gerçekleştirilen 2015 yılı toplam ihracat değerleri
- ▶ Konya'dan ilgili ülkelere gerçekleştirilen ihracat değerleri

**Filtre 2** kriterleri doğrultusunda, 20 ülkelik 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

**Şekil 40: 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 otomotiv yan sanayi sektöründe faaliyet gösteren Konya Ticaret Odası üyesi firmaların görüşleri ve KTO'nun onayı alınarak, ihracat yapılması hedeflenen ülkeler değerlendirilmiş ve hedef pazarlar belirlenmiştir.

## 4.2. Hedef Pazarların Analizi

### 4.2.1. Suudi Arabistan

#### **Hedef Pazarların Genel Ekonomik ve Sosyo Politik Durumu:**

Arap Yarımadası'nın en büyük ülkesi olan Suudi Arabistan, petrol rezervleri açısından dünyanın önde gelen ülkelerinden biridir. Riyad ve Cidde ülkedeki en büyük şehirler olup, ticaretin de merkezi halindedir. 2020 yılına dek nüfusunun yaklaşık 4 Milyon artacağı öngörülen ülkede, otomotiv satışlarının ve otomotiv yan sanayinin, bu durumdan olumlu yönde etkilenmesi beklenmektedir.<sup>43</sup>

En önemli gelir kaynağı olan petrol rezervlerinden gelecek 90 yıl daha faydalanacağı tahmin edilen Suudi Arabistan ekonomisi, petrol fiyatlarındaki iniş çıkışlardan doğrudan etkilenmektedir. Ekonomide petrol ve yabancı emek ve yatırım bağımlılığını azaltmayı hedefleyen Suudi Arabistan'da, yerli sanayinin gelişmesi için devlet tarafından teşvik programları uygulanmaktadır.<sup>44</sup>

**Tablo 1: Makroekonomik Göstergeler**

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

Kaynak: IMF, World Economic Outlook, 2016

Gelişmekte olan ekonomiler arasında hacim olarak üst sıralarda yer alan Suudi Arabistan ekonomisi, 2014 yılında %3,6 büyümüştür. Petrol fiyatlarındaki düşüşün de etkisiyle büyüme hızının 2020 yılında %2,1'e gerilemesi beklenen ekonomide, nüfusun yüksek hızla artması kişi başına düşen geliri düşürecektir.

<sup>43</sup> IMF, World Economic Outlook, 2016, EY Growing Beyond Borders

<sup>44</sup> TC Ekonomi Bakanlığı Ülke Masaları, Business Monitor International, Saudi Arabia Country Risk Report

**Şekil 41: Risk Göstergeleri**



■ Çok İyi ■ İyi ■ Orta ■ Kötü ■ Çok Kötü

Kaynak: EY Growing Beyond Borders

Gümrük süreçlerinin verimli işlediği Suudi Arabistan'da, gümrük işlemleri dünya ortalamasının üzerinde bir hızla yapılmaktadır. Bu göstergede Suudi Arabistan iyi seviyesinde bulunmaktadır. Ticari işlemler, ticari haklar vb. konuların baz alındığı yolsuzluk algı endeksi ve genel risk skorunda Suudi Arabistan orta seviyede risk barındırmaktadır. Ülkelerde yasal düzenlemelerinin iş yapma süreçlerini hangi seviyede kolaylaştırdığını ölçen iş yapma kolaylığı endeksinde ise, Suudi Arabistan 189 ülke arasında 82. sırada yer almaktadır. Bu göstergede ülkenin orta seviyede olduğu görülmektedir.

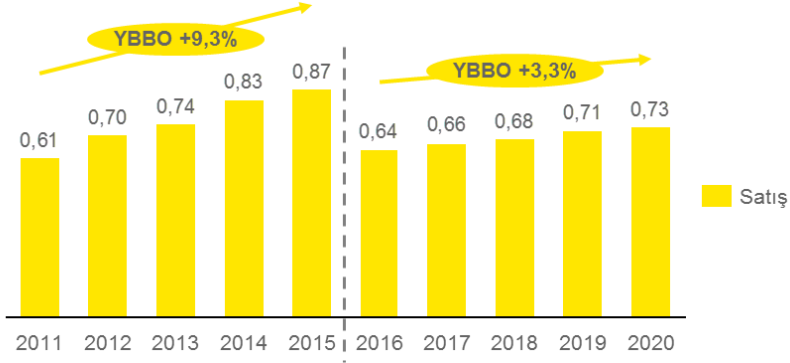
### **İlgili Göstergeler:**

Otomotiv üretim değerlerin çok düşük olduğu Suudi Arabistan'da otomotiv satışları, otomotiv yan sanayi firmaları için pazarın potansiyelini gösteren önemli verilerden biridir. 2011-2015 yılları arasında Suudi Arabistan'da otomotiv satışları sürekli artış göstermiştir. Bu dönemde yılda ortalama %9,3 artan satışlar, 2015 yılında 870 Bin adede ulaşmıştır. Bu durumun en önemli sebepleri, kişi başına düşen gelirdeki artışla beraber tüketim ve harcama miktarlarındaki artıştır. <sup>45</sup>

<sup>45</sup> BMI, Saudi Arabia Autos Report, 2016



**Şekil 42: Suudi Arabistan Otomotiv Satışı (Gerçekleşen & Tahmini) (Milyon Adet)**



Kaynak: Saudi statistical yearbook, BMI, 2016

2016 yılında Suudi Arabistan otomotiv satışlarında %26 oranında düşüş beklenmektedir. Düşen petrol fiyatları ve Riyal'deki önemli değer kaybı, satışlardaki düşüş beklentisinin en önemli nedenleridir. 2016 yılından itibaren tekrar yukarı yönlü trende sahip olması beklenen otomotiv satışlarının, 2016-2020 yılları arasında yılda ortalama %3,3 artarak 2020 yılında 730 Bin adet seviyesine çıkacağı öngörülmektedir. Öngörülen artışın en önemli sebebi, 2017 ve 2018 yıllarında düşmesi beklenen vergi oranlarıdır. <sup>46</sup>

Suudi Arabistan araç parkı sayısı OICA verilerine göre 2014 yılında yaklaşık 6,2 Milyon adettir. Bu değer 2013 yılı verisine göre kıyaslandığında %5 artış göstermiştir. Suudi Arabistan, araç sayısı bakımından Orta Doğu pazarları içerisinde en yüksek değere sahip ülkelerden biridir. Ülkedeki araçların ortalama yaşı ise 3,8'dir. <sup>47</sup>

Suudi Arabistan'da otomotiv satışlarının geçmiş dönemde artması, 2016 yılı haricinde gelecek dönemde de satışların artacağını beklenmesi ve araç parkı sayısının yüksek oluşu, pazarı otomotiv yan sanayi firmaları için cazip hale getirmektedir.

<sup>46</sup> BMI, Saudi Arabia Autos Report, 2016

<sup>47</sup> Carmudi, 2015

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

Suudi Arabistan'ın motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, tamponlar & aksam ve parçaları, fren ve servo frenler ve şanzıman ve diferansiyel aksam ürünlerinde toplam ithalatı, Türkiye'den ithalatı ve ithalat değerlerinin büyüme oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 2: Suudi Arabistan'ın İthalat Değerleri ve İthalat Büyümeleri**

<b>Dış Ticaret Verileri</b>	<b>8409</b>	<b>8483</b>	<b>870810</b>	<b>870830</b>	<b>870850</b>
<b>İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	393	378	80	180	126
<b>İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	%-20,6	%0,7	%49,2	%15,6	%28,5
<b>Türkiye'den İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	3,3	4,1	0,1	5,2	1,1
<b>Türkiye'den İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	%107,2	%38,4	%210,8	%155,3	%49,2

Kaynak: Trademap

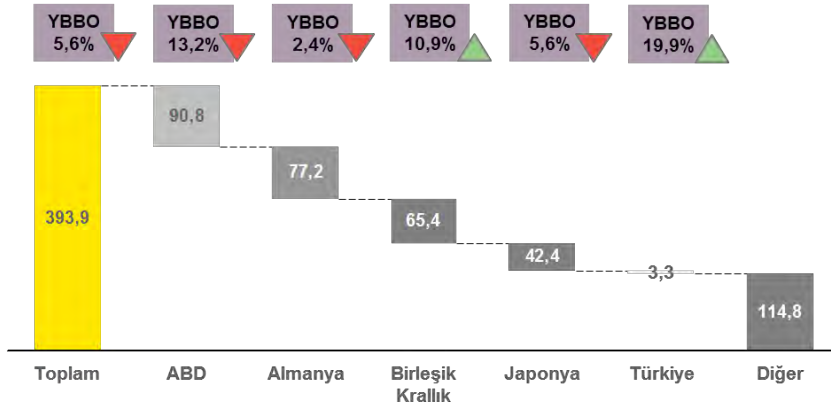
Motor aksam ve parçaları ve transmisyon milleri ve kranklar haricinde tüm ürünlerde küresel ithalatını önemli oranda artıran Suudi Arabistan'da, en fazla ithalat artışı (%49,2) tamponlar & aksam ve parçalarında görülmektedir. İthalatı azalan motor aksam ve parçaları ürünü ise, 393 Milyon \$ ile ülkenin en fazla ithal ettiği ürün konumundadır.

İncelenen tüm ürünlerde Türkiye'den yaptığı ithalatı artıran Suudi Arabistan, Türkiye'den en fazla fren ve servo frenler ürününü ithal etmektedir. Tüm ürünlerde, Türkiye'den yapılan ithalat küresel ithalata kıyasla daha hızlı büyümektedir. Bu sebeple, Türkiye'nin tüm ürünlerde pazardaki payı artmıştır.

### **Motor Aksam ve Parçaları:**

2015 yılında 390 Milyon \$'ın üzerinde motor aksam ve parçaları ithal eden Suudi Arabistan, en fazla ithalatı ABD, Japonya ve Batı Avrupa ülkelerinden gerçekleştirmektedir. Türkiye'den yapılan ithalat ise 3 Milyon \$'ın üzerindedir. Genellikle orta seviyede fiyatlı olan ürünleri ithal eden ülkede, bu talebin önemli bir kısmını ABD, Almanya ve Japonya'dan sağlamaktadır. Birleşik Krallık ise Suudi Arabistan'ın yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 43: Suudi Arabistan'ın 2015 Yılı Motor Aksam ve Parçaları (GTIP: 8409) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



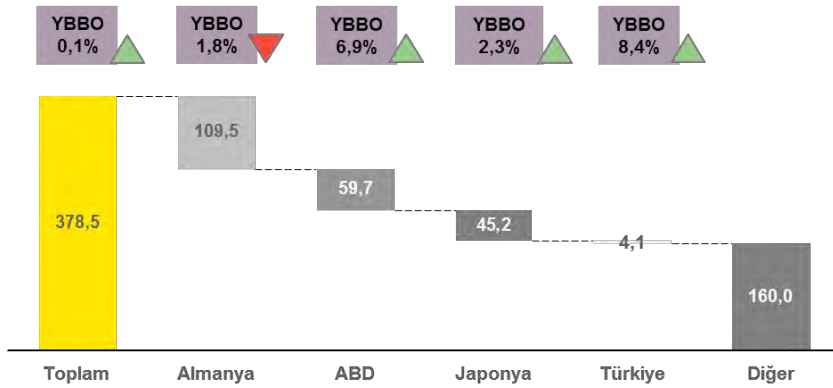
Kaynak: Trademap

Küresel ithalat değeri 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %5,6 oranında azalan Suudi Arabistan pazarında, ABD'den yapılan ithalat daha yüksek oranda düşmüştür. Bu durum, ABD'nin pazardaki payının azaldığını göstermektedir. Suudi Arabistan'ın orta fiyat segmentindeki talebinin düşmesi, ABD'nin pazar payının düşmesinin en önemli nedenidir. Pazarda Japonya ve Almanya'dan yapılan ithalatta da düşüş görülmektedir. Suudi Arabistan'a ihracatını aynı dönemde yüksek oranda artıran Birleşik Krallık'ın ise, pazardaki payı yüksek oranda artmıştır. Birleşik Krallık'ın pazar payındaki artış, Suudi Arabistan'ın yüksek fiyatlı ürün talebinin arttığını göstermektedir. Türkiye de Suudi Arabistan'a yaptığı motor aksam ve parçaları ihracatını yılda ortalama %19,9 artırarak, pazardaki payını artırmıştır. Suudi Arabistan'da Türkiye ile rekabet içerisinde olan İtalya'nın payındaki düşüş, Türkiye'nin pazar payındaki artışın başlıca nedenlerindedir.

### Transmisyon Milleri ve Kranklar:

Suudi Arabistan 2015 yılında yaklaşık 380 Milyon \$ değerinde transmisyon milleri ve krank ithal etmiştir. Ülke, bu ürünlerdeki ithalatının yarısından fazlasını Almanya, ABD ve Japonya'dan karşılamıştır. Türkiye'den ise 4 Milyon \$ seviyelerinde ithalat gerçekleştirilmiştir. Genel olarak orta seviyede fiyatlı olan ürünleri ithal eden Suudi Arabistan, bu fiyat aralığındaki ürünleri Almanya, ABD ve Japonya'dan tedarik etmektedir. Türkiye ise ülkeye düşük fiyat seviyesinden ürün ihraç etmektedir.

**Şekil 44: Suudi Arabistan'ın 2015 Yılı Transmisyon Milleri ve Kranklar (GTIP: 8483) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



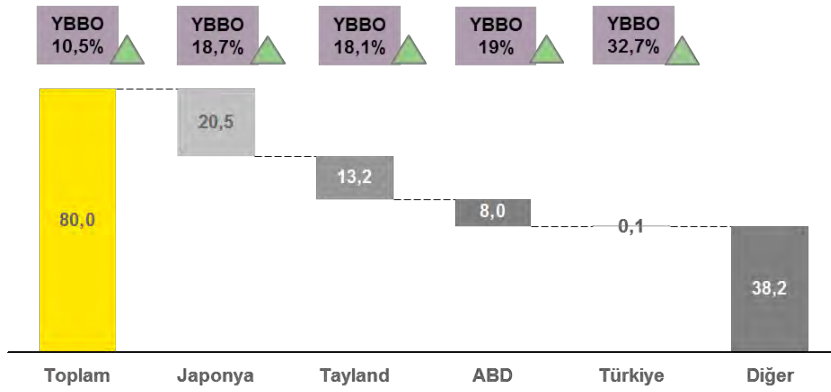
Kaynak: Trademap

Küresel ithalatı 2011-2015 yılları arasında aynı seviyelerde kalan Suudi Arabistan pazarında, ABD ve Japonya'nın payında artış görülmektedir. Almanya'nın pazar payı az da olsa düşerken, Türkiye'nin payında artış görülmektedir. Diğer yandan, Suudi Arabistan'a düşük fiyatta ürün ihraç eden Türkiye ve Çin'in pazar paylarında önemli artışların olması, ülkenin düşük fiyatlı ürün talebinin arttığını göstermektedir.

### Tamponlar & Aksam ve Parçaları:

Tamponlar & aksam ve parçaları ürününde 80 Milyon \$ değerinde ithalat gerçekleştiren Suudi Arabistan, bu ithalatın %25'lik kısmını Japonya'dan sağlamıştır. Tayland ve ABD, pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Türkiye'den yapılan ithalat ise 100 Bin \$ seviyelerindedir. Genellikle orta ve yüksek fiyatlı ürünleri ithal eden Suudi Arabistan, yüksek fiyatlı ürün talebini ABD ve Japonya'dan karşılamaktadır. Tayland ve Çin ise ülkenin orta seviyede fiyatı olan ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 45: Suudi Arabistan'ın 2015 Yılı Tamponlar & Aksam ve Parçaları (GTIP: 870810) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



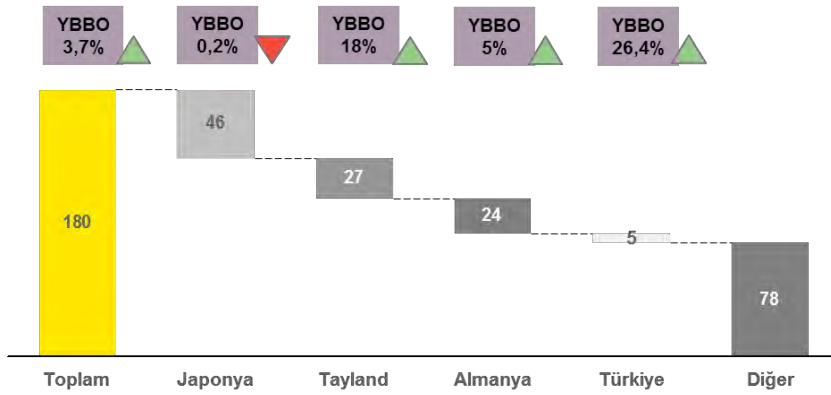
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında tamponlar & aksam ve parçaları ithalatını yılda ortalama %10,5 oranında artıran Suudi Arabistan'ın, Japonya'dan, Tayland'dan ve ABD'den yaptığı ithalatı daha yüksek oranda artırmıştır. Üç ülkenin de Suudi Arabistan pazarındaki paylarının arttığı görülmektedir. Ayrıca, Suudi Arabistan'ın yaptığı ithalatın da yüksek fiyatlı ürünlere doğru kaydığı tespit edilmiştir. Türkiye'den yapılan ithalat ise yıllar içerisinde 30 Bin \$ seviyelerinden, 100 Bin \$ seviyelerine yükselse de, Türkiye'nin pazardaki payında önemli bir değişiklik olmamış ve düşük seviyede kalmıştır.

### **Fren ve Servo Frenler:**

2015 yılında 180 Milyon \$ değerinde fren ve servo fren ithalatı yapan Suudi Arabistan, bu değerın yarısından fazlasını Japonya, Tayland ve Almanya'dan ithal etmiştir. Türkiye'den yapılan ithalat ise 5 Milyon \$'dır. Genel olarak orta seviyede fiyatlı olan ürünleri ithal eden Suudi Arabistan, bu fiyat segmentindeki ürün talebinin çoğunluğunu Japonya, Tayland ve Almanya'dan karşılamaktadır. Türkiye'den ise düşük fiyatlı ürünler ithal edilmektedir. Türkiye bu fiyat segmentinde Çin ile rekabet etmektedir.

**Şekil 46: Suudi Arabistan'ın 2015 Yılı Fren ve Servo Frenler (GTIP: 870830) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



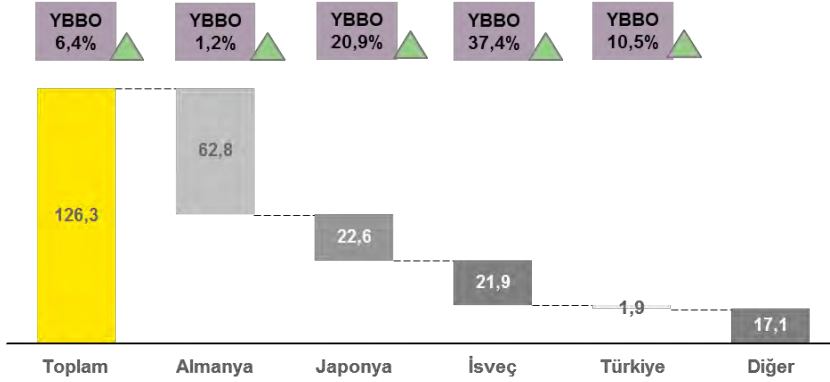
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında fren ve servo fren ürünü ithalatını yılda ortalama %3,7 oranında artıran Suudi Arabistan pazarında, Tayland ve Almanya'nın paylarında artış görülmektedir. Bu ülkelerin yanı sıra Türkiye'nin de pazar payı artmaktadır. Çin'in pazardaki payının azalması, bu durumun en önemli nedenidir. Pazarda en yüksek payı olan Japonya'nın pazar payı azalmıştır. Tayland'ın fiyatlarını bir miktar düşürerek pazar payını artırması, Japonya'nın pazar payındaki düşüşün en önemli nedenlerindedir.

### **Şanzıman ve Diferansiyel Aksamaları:**

Suudi Arabistan 2015 yılında 125 Milyon \$'ın üzerinde şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatı gerçekleştirmiştir. Bu değerın yaklaşık yarısını Almanya'dan karşılayan ülke, Japonya ve İsveç'ten de önemli miktarlarda ithalat gerçekleştirmiştir. Türkiye'den ise aynı yıl 1,9 Milyon \$'lık ithalat yapılmıştır. Ağırlıklı olarak orta ve yüksek fiyatlı ürün ithal eden Suudi Arabistan, yüksek fiyatlı ürün talebini Almanya ve Japonya'dan karşılamaktadır. Orta seviyede fiyatlı olan ürünler İsveç'ten tedarik edilirken, Türkiye pazardaki düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 47: Suudi Arabistan'ın 2015 Yılı Şanzıman ve Diferansiyel Aksamaları (GTIP: 870850) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



Kaynak: Trademap

Suudi Arabistan'ın şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %6,4 oranında artmıştır. Aynı dönemde Almanya'nın pazar payında düşüş görülürken, Japonya'nın payı artmıştır. İsveç'in ise pazardaki payını yüksek oranda artırması, pazarda orta seviyede fiyatlı olan ürünlerin talebinin arttığını göstermektedir. Türkiye'den yapılan ithalatın incelenen dönemde yılda ortalama %10,5 artması ise, Türkiye'nin pazardaki payında önemli bir değişikliğe neden olmamıştır.



### **Satış ve Dağıtım Kanalları:**

Otomotiv yan sanayi sektörüne ait satış ve dağıtım kanalı yapılanması altı segmentten oluşmaktadır. Bunlar; OEM firmaları (montaj gerçekleştirilen tesisler dahil olmak üzere), toptancı, perakendeci, teknik servis, yetkili temsilci ve yetkili satıcılar, lojistik firmasıdır. Yetkili temsilciler, kontratsız sözlü anlaşma yapılmış yetkili temsilciler ve distribütörlerden oluşmaktadır. Yetkili satıcılar ise en küçük hacimli müşterilerden meydana gelmektedir. Suudi

Arabistan'ın satış ve dağıtım için yoğunlaştığı üç bölge bulunmaktadır. Batı bölgesinde; ticaretin merkezi olan Cidde ve Kızıl Deniz limanı, Merkezde başkent Riyad ve Doğu bölgesinde petrol ve gaz endüstrisinin yer aldığı Dammam ve Al Khobar dikkat çekmektedir. Ayrıca, Suudi Arabistan'da ticari ilişkilerin kurulmasının ilk adımında lokal partnerler ile iletişim büyük önem arz etmektedir. Lokal partnerler aracılığı ile bu kanallardan satış gerçekleştirilmesi daha güvenli bir iş ortamı sağlamaktadır. Genellikle satış bürosu açmak istendiğinde %51 oranında yerel bir ortaklık gerekmektedir. Bu ve daha birçok prosedür sebebiyle yatırımcılar, Dubai merkezli bir depo kurarak Suudi Arabistan ile ticari faaliyetlerini buradan yürütmektedir.



## Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Ülkenin en büyük gelir kaynağının petrol olması ve bu sebeple araç satın alımının yüksek bir eğilime sahip olması</li><li>▶ Ülkede araç üretiminin yapılmaması sebebiyle ithalatın yüksek olması, böylece <i>OEM</i> ve <i>aftermarket</i> pazarının yüksek potansiyele sahip olması</li><li>▶ Ülkedeki gelir seviyesinin yüksek olması ve nakit akışı</li><li>▶ 2016 sonrası otomotiv satışlarındaki %3,3 artış beklentisi</li><li>▶ 2017- 2018 yıllarında düşmesi beklenen vergi oranları</li><li>▶ Pazardaki <i>aftermarket</i> ve dolayısıyla otomotiv yan sanayi potansiyelini gösteren araç parkı sayısında (otomotiv sayısı) Suudi Arabistan'ın Orta Doğu'da en yüksek sayıya sahip ülkelerden biri olması</li><li>▶ Suudi Arabistan'ın motor aksam ve parçaları haricindeki ilgili tüm ürünlerde ithalatının artış göstermesi ve aynı zamanda Türkiye'den gerçekleştirilen ithalatın paralel bir eğilime sahip olması</li><li>▶ Türkiye'nin analiz edilen ürünlerde pazar payını artırması sonucu pazar bilinirliğinin gelişmesi</li></ul>	
Tehditler	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Otomotiv yan sanayi ürünleri için kalite standardı beklentisinin yüksek olması</li><li>▶ Satış ve dağıtım kanalı yapılanmasında yer alan temsilcilik sisteminde kontrat yapılmaması sonucu firmalara yeterli seviyede güvence sağlanamaması</li><li>▶ Avrupalı ve ABD'li markaların bilinirliklerinin oldukça yüksek olması ve daha çok tercih edilmeleri</li><li>▶ Pazarda Japonya ve Tayland gibi Asya Pasifik ülkelerinin oldukça aktif olması</li></ul>	

## 4.2.2. Azerbaycan

### **Hedef Pazarların Genel Ekonomik ve Sosyo Politik Durumu:**

Azerbaycan, Karadeniz ve Hazar Denizi ile İran ve Rusya arasında önemli bağlantı yollarına sahip olması ve yakın ilişkiler nedeniyle Türkiye'nin önemli komşuları arasında yer almaktadır. Ülkede yapılması planlanan altyapı yatırımları ile birlikte lojistik açıdan da avantaja sahip olacağı öngörüldükçe, ekonomide ticari açıdan yeni alternatifler yaratılması ve doğal kaynaklara bağımlılığının azaltılması hedeflenmektedir. Diğer yandan, 9,5 milyon nüfusa sahip olan Azerbaycan'ın, nüfusu hızla artmaktadır. Ülkedeki en büyük şehirler ise; Bakü ve Gence'dir.<sup>48</sup>

Geçmiş dönemde yüksek değerli ekonomik büyümeler yaşayan Azerbaycan, gelirindeki artış ve yoksulluktaki azalmayla dikkat çekmekteydi. Yüksek ekonomik büyümenin sebepleri, maaşlarda yaşanan istikrarlı artışlar, sosyal fayda sisteminin kurulması ve en önemlisi petrol ve gaz gelirlerindeki artışı. Ancak, son yıllarda petrol ve gaz fiyatlarının düşmesi, ekonomide seyri de önemli bir ölçüde değiştirmiştir.

**Tablo 3: Makroekonomik Göstergeler**

<b>GSYİH (Milyar \$) (2014)</b>	75	<b>GSYİH (Milyar \$) (2020)</b>	39
<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)</b>	8.055	<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)</b>	4.075
<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)</b>	2,8	<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)</b>	2,4
<b>Enflasyon (%) (2014)</b>	1,3	<b>Enflasyon (%) (2020)</b>	4,0
<b>Nüfus (Milyon) (2014)</b>	9,5	<b>Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)</b>	9,9

Kaynak: IMF World Economic Outlook 2016

Kısa ve orta vadede düşük değerlerde büyümesi beklenen Azerbaycan ekonomisinde, uzun vadede nominal GSYİH'nin düşeceği öngörülmektedir. Bu beklentinin en önemli sebebi ise, doğal kaynakların fiyatlarında yaşanabilecek dalgalanmalar ve Azerbaycan Manat'ının bu durumdan etkilenerek yüksek oranda değer kaybetme olasılığıdır. Bu durumun, uzun vadede nüfusun da yüksek oranda artmasıyla kişi başına düşen geliri azaltması beklenmektedir.

<sup>48</sup> TC Ekonomi Bakanlığı Ülke Masaları, Azerbaycan, 2016

**Şekil 48: Risk Göstergeleri**



Çok İyi İyi Orta Kötü Çok Kötü

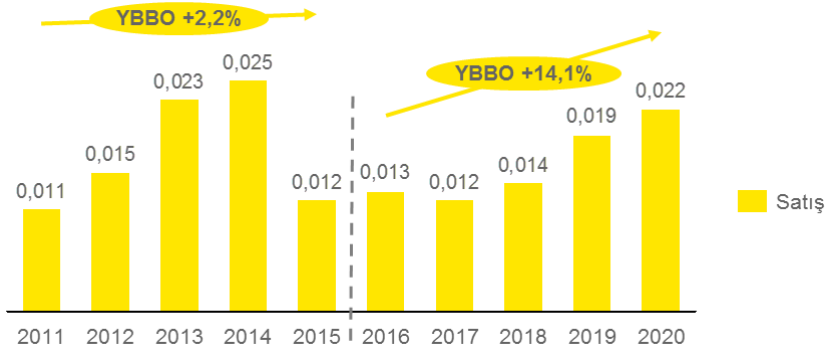
Kaynak: EY Growing Beyond Borders

Azərbaycan gümrük süreç yükü ve genel risk skoru endekslerine göre orta seviyede risk barındırmaktadır. İş yapma kolaylığı endeksinin iyi seviyesinde olan ülke ihracat yapmak isteyen firmalar için Suudi Arabistan ve Kenya'ya kıyasla daha iyi bir iş ortamı sunmaktadır. Öte yandan yolsuzluk algısının riskli seviyesinde yer alması ithalat yapacak kişiler ve firmalar için dikkat edilmesi gereken konular arasındadır.

### İlgili Göstergeler:

2011 yılı itibariyle otomotiv satışlarında önemli artışlar görülen Azerbaycan'da, satışlar 2011-2014 yılları arasında toplamda %100'ün üzerinde artarak 2014 yılındaki 25 Bin adet seviyesine ulaşmıştır. Ancak 2015 yılı itibariyle ekonomik büyüme hızının düşmesi ve ithal edilen araçlarla ilgili çevre standartlarının katılaşması, otomotiv üretiminin çok düşük seviyede olduğu ülkede otomotiv satışlarını azaltmıştır.<sup>49</sup> 2015 yılı sonrasında otomotiv satışlarının tekrar yukarı yönlü eğilim göstermesi beklenen Azerbaycan'da, satışların 2016-2020 yılları arasında yılda ortalama %14,1 artarak 2020 yılında 22 Bin adet seviyesine ulaşması beklenmektedir.

**Şekil 49: Azerbaycan Otomotiv Satışı (Gerçekleşen & Tahmini) (Milyon Adet)**



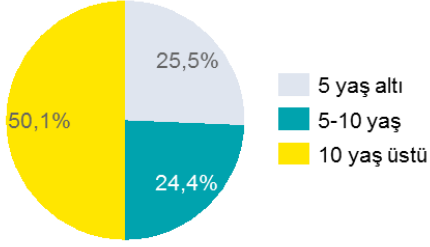
Kaynak: OICA, EY Analizi, 2016

Ülkedeki araç park sayısı ise bir önceki yıla göre %8,5 artarak 2014 yılında 1,35 Milyon adet seviyesine yükselmiştir. Bu değer Orta Asya bölgesindeki Kazakistan, Özbekistan gibi ülkelerin değerlerinden düşüktür.<sup>50</sup> Otomotiv satışı ve *aftermarket* potansiyelini göstermesi açısından önemli olan araç yaşları incelendiğinde, Azerbaycan'daki araçların dörtte üçünün beş yaş üstü, yarısının ise 10 yaş üstü olduğu görülmektedir.

<sup>49</sup> World Bank, Azerbaijan Partnership Program Snapshot, 2015

<sup>50</sup> OICA, 2016

**Şekil 50: Araçların Yaşlarına Göre Dağılımı**



Kaynak: Real Corp, 2012

Araç yaşı ortalamasının yüksek olması ve araç satışlarında orta ve uzun vadede artış beklentisinin olması, Azerbaycan'ın otomotiv yan sanayisi için potansiyelini yükselten etkenlerdir. Diğer yandan, Orta Asya bölgesindeki diğer ülkelere kıyasla araç sayısının düşük olması Azerbaycan pazarı için olumsuz olarak değerlendirilebilir.

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

Azerbaycan'ın motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, tamponlar & aksam ve parçaları, fren ve servo frenler ve şanzıman ve diferansiyel aksamlar ürünlerinde toplam ithalatı, Türkiye'den ithalatı ve ithalat değerlerinin büyüme oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 4: Azerbaycan'ın İthalat Değerleri ve İthalat Büyümesi**

<b>Dış Ticaret Verileri</b>	<b>8409</b>	<b>8483</b>	<b>870810</b>	<b>870830</b>	<b>870850</b>
<b>İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	16,5	13,4	1,9	5,6	4,2
<b>İthalat Büyüme Oranı (%) (2011- 2015)</b>	%-7,3	%-10,3	%-4,9	%-14,9	%-61,8
<b>Türkiye'den İthalat (Bin \$) (2015)</b>	0,8	1,2	0,03	0,5	0,2
<b>Türkiye'den İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	%-7,4	%81,5	%-80,7	%-33,1	%-42,9

Kaynak: Trademap

Ekonomik büyümenin daha düşük rakamlara gerilemesiyle özellikle 2015 yılındaki ithalat değerleri düşen Azerbaycan'ın, 2011-2015 yılları arasında analiz edilen tüm ürünlerde toplam ithalatı azalmıştır. Azerbaycan'ın, en fazla ithal ettiği ürün motor aksam ve parçaları, toplam ithalatı en yüksek oranda azalan ürün ise %61,8 ile şanzıman ve diferansiyel aksamlarıdır.

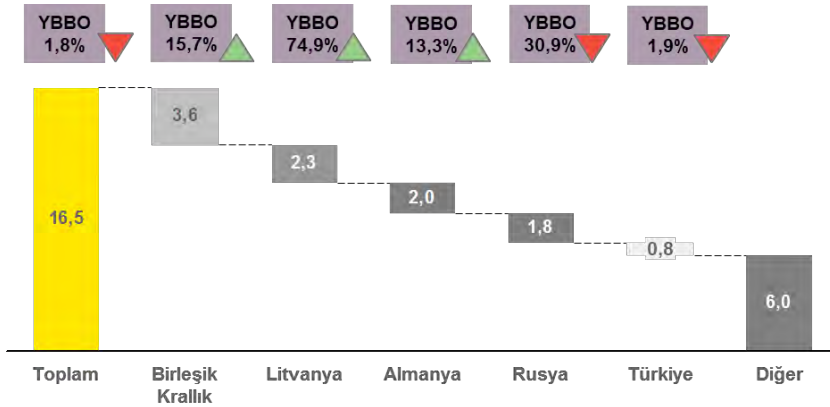
Ülkenin Türkiye'den 2011-2015 yılları arasında yaptığı ithalat transmisyon milleri ve kranklar haricinde azalmıştır. Ülkenin büyüme rakamlarındaki düşüşün en önemli nedeni ülkedeki otomotiv ana ve yan sanayiye yönelik yasal düzenlemelerin katılaştırılmasıdır. Azerbaycan'ın Türkiye'den en fazla ithal ettiği ürün ithalat rakamının büyüdüğü transmisyon milleri ve kranklardır (1,2 Milyon \$).

### **Motor Aksam ve Parçaları:**

2015 yılında 16,5 Milyon \$ değerinde motor aksam ve parçaları ithal eden Azerbaycan, bu değer yaklaşık yarısını Birleşik Krallık, Litvanya ve Almanya'dan tedarik etmektedir. Bu ülkelerin yanı sıra Rusya da pazarda etkin konumdadır. Türkiye'nin ise Azerbaycan'a gerçekleştirdiği ihracat 800 Bin \$

seviyelerindedir. Yüksek fiyatlı ürün talebini Batı Avrupa ülkelerinden karşılayan Azerbaycan, düşük fiyatlı ürün talebini ise Rusya'dan karşılamaktadır. Rusya'nın fiyatlarının düşük olmasında, gümrük vergisi muafiyetinin olmasının rolü büyüktür.

**Şekil 51: Azerbaycan'ın 2015 Yılı Motor Aksam ve Parçaları (GTIP: 8409) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



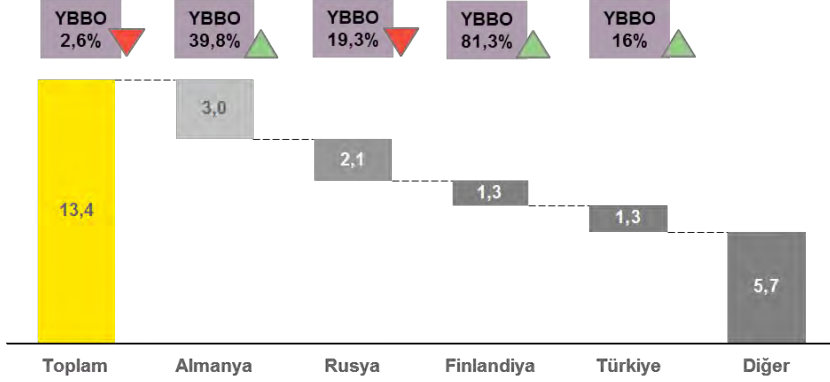
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında motor aksam ve parçaları ithalatı yılda ortalama %1,8 azalan Azerbaycan'ın, Birleşik Krallık, Litvanya ve Almanya'dan yaptığı ithalat ise aynı dönemde artmıştır. Azerbaycan pazarında paylarını artıran bu ülkeler, Azerbaycan'ın motor aksam ve parçaları ürünündeki talebinin yüksek fiyatlı ürünlere kaydığını göstermektedir. Rusya'nın pazar payında düşüş görülürken, Türkiye'nin pazar payı incelenen dönemde aynı seviyelerde kalmıştır.

#### **Transmisyon Milleri ve Kranklar:**

Azerbaycan 2015 yılında 13,4 Milyon \$ değerinde transmisyon mili ve krank ithal etmiştir. Bu değer yaklaşık %40'lık kısmını Almanya ve Rusya karşılar, Finlandiya ve Türkiye pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Ülkedeki yüksek fiyatlı ürün talebini Almanya, orta seviyede fiyatı olan ürün talebini Finlandiya ve Türkiye, düşük fiyatlı ürün talebini ise Rusya karşılamaktadır.

**Şekil 52: Azerbaycan'ın 2015 Yılı Transmisyon Milleri ve Kranklar (GTIP: 8483) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



Kaynak: Trademap

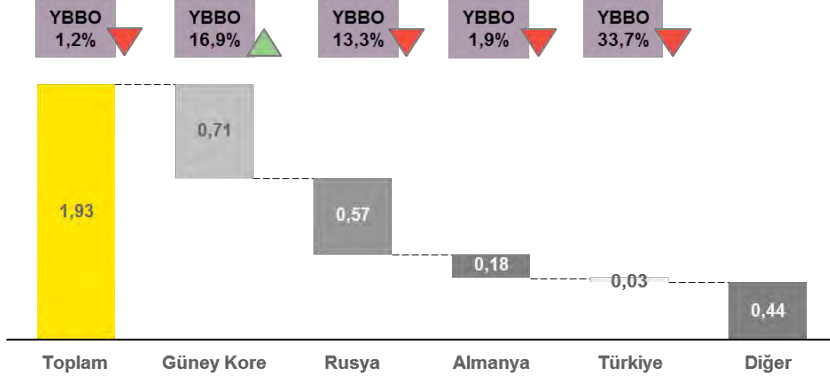
Toplam ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2,6 azalan Azerbaycan'ın, Almanya, Finlandiya ve Türkiye'den yaptığı ithalat aynı dönemde yüksek oranda artmıştır. Bu durum, üç ülkenin de pazardaki paylarının arttığını göstermektedir. Rusya'nın pazar payının düşmesi ve Azerbaycan'ın orta ve yüksek fiyat segmentindeki ürünlere talebinin artması, üç ülkenin pazardaki paylarının artmasının en önemli nedenidir.

#### **Tamponlar & Aksam ve Parçaları:**

2015 yılında 1,9 Milyon \$'lık tamponlar & aksam ve parçaları ithal eden Azerbaycan, en fazla ithalatı Güney Kore ve Rusya'dan gerçekleştirmiştir. Bu iki ülke Azerbaycan ithalatının üçte ikisini karşılamaktadır. Türkiye'den yapılan ithalat ise 100 Bin \$ seviyesinin altındadır. Azerbaycan, orta seviyede fiyatlı olan ürün talebini Güney Kore'den karşılarken, düşük fiyatlı ürün talebini Rusya'dan karşılamaktadır.



**Şekil 53: Azerbaycan'ın 2015 Yılı Tamponlar & Aksam ve Parçaları (GTIP: 870810) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



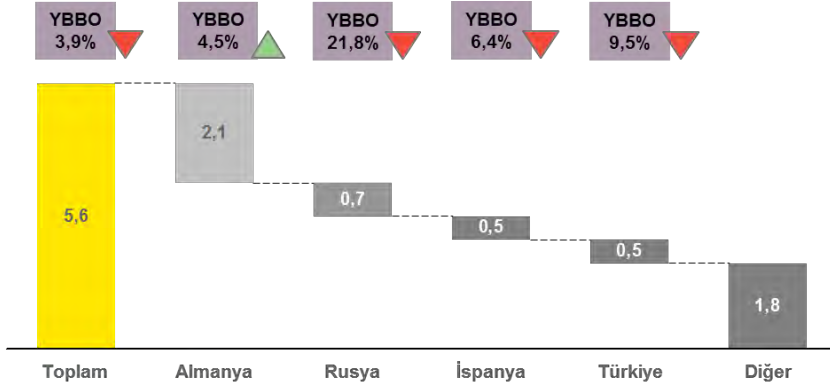
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında toplam ithalatı yılda ortalama %1,2 azalan Azerbaycan pazarında, Güney Kore'den yapılan ithalat artmış ve Güney Kore'nin Azerbaycan pazarındaki payı yükselmiştir. Pazarda etkin olan diğer ülkelerin ise pazar paylarında düşüş görülmektedir. Pazar paylarındaki düşüş, pazarda orta seviyede fiyatı olan ürünlerin talebinin arttığını göstermektedir.

#### **Fren ve Servo Frenler:**

5,6 Milyon \$ değerinde fren ve servo fren ithal eden Azerbaycan, ithalatının yarısını Almanya ve Rusya'dan karşılamaktadır. Pazarda etkin olan diğer ülkeler ise İspanya ve Türkiye'dir. İki ülkeden de gerçekleştirilen ithalat 500 Bin \$ seviyelerindedir. Ağırlıklı olarak yüksek fiyatlı ürün talep eden Azerbaycan, bu talebin önemli bir bölümünü Almanya ve İspanya'dan tedarik etmektedir. Türkiye ise, pazarda orta seviyede fiyatı olan ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 54: Azerbaycan'ın 2015 Yılı Fren ve Servo Frenler (GTIP: 870830) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



Kaynak: Trademap

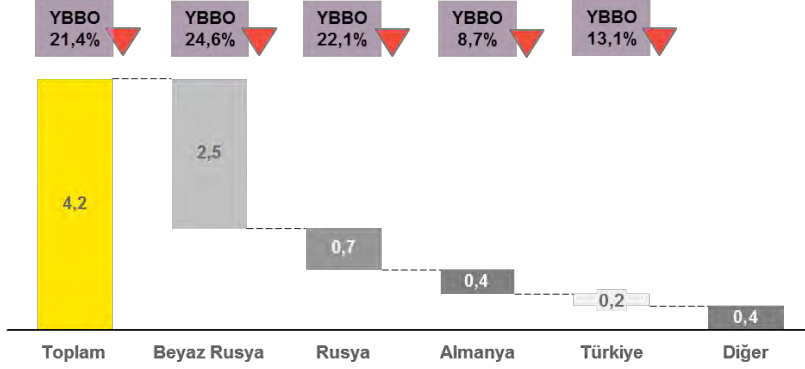
Fren ve servo frenler ürününde 2011-2015 yılları arasında toplam ithalatı yılda ortalama %3,9 azalan Azerbaycan'ın, aynı dönemde Almanya'dan yaptığı ithalat ise artmış ve Almanya pazarındaki payını arttırmıştır. Almanya menşeli firmaların son yıllarda Azerbaycan'da yaklaşık 500 Milyon \$'lık yatırım yapmaları ve bu yatırımların 400 Milyon \$'lık kısmının petrol dışı sektörlerde olması, Almanya'nın pazardaki etkinliğini artırmasındaki en önemli nedendir.<sup>51</sup> Pazarda Rusya, İspanya ve Türkiye'nin paylarında ise düşüş gerçekleşmiştir.

#### **Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları:**

2015 yılında 4,2 Milyon \$ değerinde şanzıman ve diferansiyel aksamları ithal eden Azerbaycan, bu ithalatının yaklaşık %60'ını Beyaz Rusya'dan karşılamaktadır. Rusya ve Almanya da pazarda etkin olan ülkelerdendir. Türkiye'den yapılan ithalat ise 200 Bin \$ seviyelerindedir. Azerbaycan düşük fiyatlı ürün talebini Beyaz Rusya ve Rusya'dan, orta seviye fiyatlı ürünleri Türkiye'den, yüksek fiyatlı ürünleri ise Almanya'dan tedarik etmektedir.

<sup>51</sup> Fineko Informational & Analytic Agency, ABC.AZ, 2015

**Şekil 55: Azerbaycan'ın 2015 Yılı Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları (GTIP: 870850) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



Kaynak: Trademap



Şanzıman ve diferansiyel aksamaları ürününde toplam ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %21,4 azalan Azerbaycan pazarında, öne çıkan tüm ülkelerden yapılan ithalat değeri de azalmıştır. Beyaz Rusya ve Rusya'nın pazardaki paylarında gümrük vergisi muafiyetine rağmen düşüş olması dikkat çekmektedir.

### **Satış ve Dağıtım Kanalları:**

Azerbaycan otomotiv yan sanayi satış ve dağıtım kanalı yapılanması yedi segmentten oluşmaktadır. Bunlar; OEM firmaları, toptancı, distribütör, bayi, franchising, teknik servis ve araç filo kiralama şirketleridir<sup>52</sup>. Azerbaycan pazarının fiyata duyarlı bir yapısı olduğu için firmaların yerli bir dağıtımçı ile çalışması önerilmektedir. Satış ve dağıtım kanalı yapısını güçlendirmek için ülkeyi ziyaret ederek birebir ilişkilerin geliştirilmesi önerilmektedir.

<sup>52</sup> Araç filo kiralama şirketleri, araçları satmak yerine uygun koşullarla uzun süreli kiralama hizmeti sağlayan firmalardır.

## Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Ülkenin konumu itibariyle lojistik avantaja sahip olması (özellikle <i>OEM</i> firmalar için <i>tier one</i> firma konumunda tedarik sağlanması gerektiğinde hızlı nakliyat sağlanabilmesi)</li><li>▶ Ülke nüfusunun hızlı artış eğilimine sahip olması</li><li>▶ 2016-2020 yılları arasında araba satışlarında yılda ortalama %14,1'lik büyüme beklentisi</li><li>▶ Otomotiv üretiminin düşük olmasına rağmen <i>aftermarket</i> firmalarının pazarda yer alması</li><li>▶ Ortalama araç yaşının yüksek olması sebebiyle servis ihtiyacı olabilecek otomotiv sayısının fazlalığı ve bu nedenle <i>aftermarket</i> potansiyelinin yüksek olması</li><li>▶ Transmisyon milleri ve kranklar ürününde Türkiye'den gerçekleştirilen ithalatın 2011- 2015 yılları arasında toplamda %81 artış göstermesi</li></ul>	
Tehditler	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ İş yapma kolaylığı haricinde incelenen risk göstergelerinde orta ve üzeri seviyede risk barındırması</li><li>▶ Ülkenin en önemli gelir kaynaklarından olan doğal kaynakların fiyatlarındaki dalgalanmalar ve nüfus artışı ile birlikte uzun vadede kişi başına düşen gelirden düşüş beklentisi</li><li>▶ <i>Aftermarket</i> ve otomotiv yan sanayi potansiyelini gösteren araç parkı sayısının Orta Asya'daki ülkelere kıyasla düşük olması</li><li>▶ Analiz edilen tüm ürünlerde toplam ithalatının azalması</li><li>▶ Pazara genel olarak Rusya, AB ülkeleri ve Asya Pasifik ülkelerinin hakimiyeti</li><li>▶ Son dönemde Almanya menşeli firmaların Azerbaycan'da 500 Milyon \$'lık yatırım yapmaları ve Almanya'nın pazardaki etkinliğini artırması</li></ul>	

### 4.2.3. İtalya

#### **Hedef Pazarların Genel Ekonomik ve Sosyo Politik Durumu:**

Avrupa Birliği'nin kurucu üyelerinden olan İtalya, Avrupa'nın dördüncü büyük ekonomisine sahiptir. Fransa, İsviçre ve Avusturya'nın yanı sıra Akdeniz ülkelerine de coğrafi konum olarak yakın olan ülkenin, ticari ağları oldukça geniştir. Roma, Milano ve Napoli, İtalya'daki en büyük şehirlerdir. 60 milyonun üzerinde nüfusa sahip olan ülkenin, 2020 yılında 62 milyonu geçmesi beklenmektedir.

Yaklaşık dörtte üçlük kısmını hizmet sektörünün oluşturduğu İtalyan ekonomisinde, sanayinin payı ise %23 seviyesindedir. Otomotiv sektörünün sanayi içinde en fazla paya sahip sektör olması, İtalya'yı otomotiv yan sanayi firmaları için cazip hale getirmektedir. Ancak, diğer sanayileşmiş ülkelere kıyasla İtalya'da küçük ve orta ölçekli firma sayısı yüksektir. Bu durum, rekabetin üst seviyeye çıkmasına neden olmaktadır.<sup>53</sup>

**Tablo 5: Makroekonomik Göstergeler**

<b>GSYİH (Milyar \$) (2014)</b>	2.142	<b>GSYİH (Milyar \$) (2020)</b>	2.051
<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)</b>	35.239	<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)</b>	33.098
<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)</b>	-0,3	<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)</b>	0,9
<b>Enflasyon (%) (2014)</b>	0,2	<b>Enflasyon (%) (2020)</b>	1,2
<b>Nüfus (Milyon) (2014)</b>	60,8	<b>Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)</b>	62,2

Kaynak: IMF World Economic Outlook, 2016

2014 yılında 2,1 Trilyon \$'ın üzerinde olan GSYİH'in, gelecek dönemde nominal bazda düşmesi beklenmektedir. Reel ekonomik büyüme beklentisine rağmen GSYİH değerindeki düşüşün nedeni Euro/ABD Doları paritesindeki düşüştür. Bu durum, kişi başına düşen gelirdeki değişimde de görülmektedir. Uzun vadede %1 seviyesinde büyümesi beklenen ekonomide, iç talebin artması ve otomotiv satışlarının üç yıllık periyotta toplamda %25 oranında

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

artırması beklenmektedir. <sup>54</sup> Otomotiv satışlarındaki artış, otomotiv üretim potansiyelinin yanında *aftermarket* potansiyelini de artıracaktır.

### Şekil 56: Risk Göstergeleri



■ Çok İyi ■ İyi ■ Orta ■ Kötü ■ Çok Kötü

Kaynak: EY Growing Beyond Borders

Yolsuzluk algı endeksi ve gümrük süreç yükü göstergelerinde orta seviyede risk barındıran İtalya, bu alanda birçok Batı Avrupa ülkesinin gerisinde kalmaktadır. Öte yandan, ülke genel risk skoru ve iş yapma kolaylığı endekslerine göre iyi seviyesinde yer almaktadır. Bu durum, İtalya'da ticari hakların korunduğunu, yasal düzenlemelerin iş yapma süreçlerini kolaylaştırdığını göstermektedir.

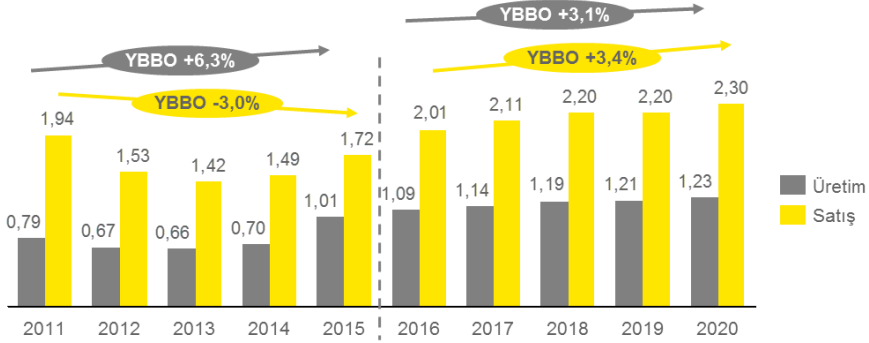
### İlgili Göstergeler:

İtalya'da otomotiv üretimi 2011-2015 yılları arasında dalgalı bir seyir izlemesine rağmen, aynı dönemde yılda ortalama %6,3 artarak 2015 yılında 1 Milyon adedi geçmiştir. Gelecek dönemde de artması beklenen üretim miktarının 2020 yılında 1,2 Milyon adedi geçeceği öngörülmektedir. Üretimde 2015 yılındaki artışın ve gelecek dönemdeki artış beklentisinin en önemli sebebi, **Fiat Chrysler Automobiles** firmasının yaptığı yatırımlardır. Otomotiv satışlarında ise 2015 yılında 200 Bin adedin üzerindeki artışa rağmen, 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3 düşüş yaşanmıştır. Ancak, faiz oranları ve borçlanma maliyetlerinin düşmesi ve buna bağlı olarak iç talebin artması sebebiyle, İtalya otomotiv satışlarının 2016-2020 yılları arasında yılda

<sup>54</sup> BMI Database, 2016

ortalama %3,4 artması ve 2,3 Milyon adet seviyelerine ulaşması beklenmektedir.<sup>55</sup>

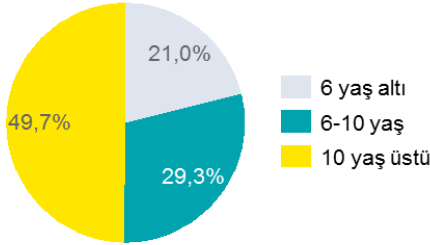
**Şekil 57: İtalya Otomotiv Üretimi ve Satışı (Gerçekleşen & Tahmini) (Milyon Adet)**



Kaynak: OICA, ACEA, BMI, 2016

İtalya araç parkı sayısı 2014 yılında yaklaşık 42 Milyon adettir. Bu değer bir önceki yıla kıyasla kayda değer bir artış göstermemiştir. İtalya AB üyesi ülkeler içinde Almanya'nın ardından en fazla araca sahip ülke konumundadır.<sup>56</sup> Ülkedeki araçların yaşı incelendiğinde ise, araçların yaklaşık %80'inin 6 yaşın üzerinde, yaklaşık yarısının ise 10 yaş üzerinde olduğu analiz edilmiştir.

**Şekil 58: Araçların Yaşlarına Göre Dağılımı**



Kaynak: ACEA, 2014

İtalya, gerek otomotiv üretimi gerekse otomotiv satışlarında yüksek değerlere sahip olması ve bu değerlerin artış eğiliminde olması sebebiyle otomotiv yan sanayi firmaları için cazip pazarlardan biridir. Buna ek olarak, ülkedeki araç

<sup>55</sup> BMI, Italy Autos Report, 2016

<sup>56</sup> OICA, 2016

parkı sayısının ve ortalama araç yaşının yüksek olması, pazarın özellikle *aftermarket* potansiyelini artırmaktadır.

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

İtalya'nın motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, tamponlar & aksam ve parçaları, fren ve servo frenler ve şanzıman ve diferansiyel aksamlar ürünlerinde toplam ithalatı, Türkiye'den ithalatı ve ithalat değerlerinin büyüme oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 6: İtalya'nın İthalat Değerleri ve İthalat Büyümesi**

<b>Dış Ticaret Verileri</b>	<b>8409</b>	<b>8483</b>	<b>870810</b>	<b>870830</b>	<b>870850</b>
<b>İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	1.991	1.436	140	857	241
<b>İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	%-13,7	%-13,2	%-13,8	%2,9	%-4,4
<b>Türkiye'den İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	67,9	25,3	5	18,1	6,2
<b>Türkiye'den İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	%23,4	%28,5	%55,7	%35,4	%35,3

Kaynak: Trademap

Fren ve servo frenler haricinde tüm ürünlerdeki ithalatı 2011-2015 yılları arasında düşen İtalya, en fazla ithalatı motor aksam ve parçaları ürününde gerçekleştirmiştir. Aynı üründe ithalatı toplam %13,7 azalan ülkenin tamponlar & aksam ve parçaları ürünündeki ithalatı da %13,8 oranında azalmıştır.

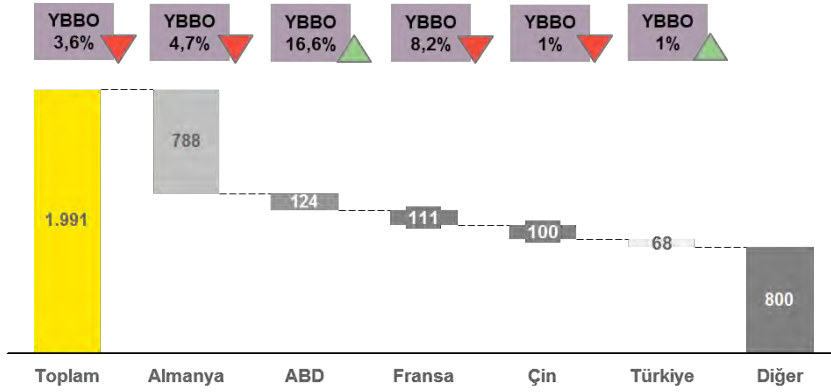
İncelenen ürünlerde İtalya'nın Türkiye'den yaptığı ithalatta ise küresel ithalata kıyasla farklı bir eğilim görülmektedir. 2011-2015 yılları arasında İtalya'nın Türkiye'den yaptığı ithalat incelenen tüm ürünler için artmıştır. Ülkenin Türkiye'den en fazla ithal ettiği ürün ise küreselde olduğu gibi motor aksam ve parçalarıdır (67,9 Milyon \$).



### **Motor Aksam ve Parçaları:**

2015 yılında yaklaşık 2 Milyar \$ değerinde motor aksam ve parçaları ithal eden İtalya, bu ithalatın yaklaşık %40'lık kısmını Almanya'dan gerçekleştirmiştir. ABD, Fransa, Çin ve Türkiye de pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Genellikle orta seviyede fiyatlı olan ürünleri ithal eden İtalya'da, bu ürünler ağırlıklı olarak Almanya, ABD ve Fransa'dan tedarik edilmektedir. Çin ise, ülkenin düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 59: İtalya'nın 2015 Yılı Motor Aksam ve Parçaları (GTIP: 8409) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



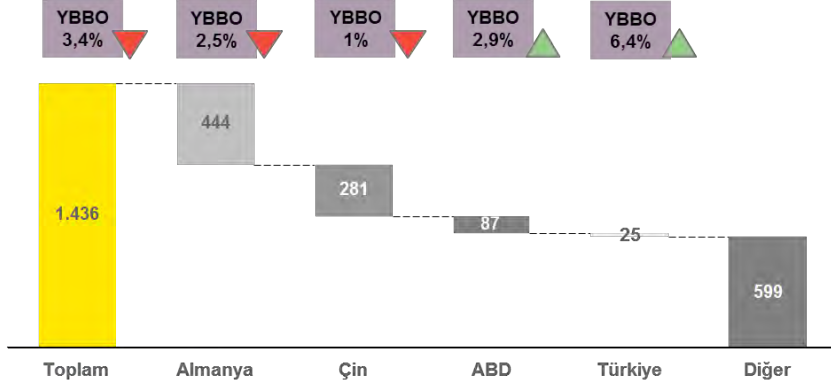
Kaynak: Trademap

İtalya'nın motor aksam ve parçaları toplam ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3,6 oranında azalmıştır. Pazarda lider konumda olan Almanya'dan yapılan ithalat ise daha yüksek oranda azalmıştır. Bu sebeple, Almanya'nın pazar payı incelenen dönemde düşmüştür. ABD'nin fiyatlarını düşürerek rekabet gücünü ve pazardaki payını artırması, bu durumun en önemli nedenidir. Yine pazarda etkin olan ülkelerden Fransa'nın payında düşüş görülürken, Türkiye'nin İtalya pazarındaki payı artmıştır.

### **Transmisyon Milleri ve Kranklar:**

Transmisyon milleri ve kranklar ürününde İtalya'nın 2015 yılı ithalatı 1,4 Milyar \$'ın üzerindedir. Pazarda %30'un üzerindeki payı ile lider olan Almanya, yaklaşık %20 oranında payı olan Çin ile beraber pazardaki talebin yarısını karşılamaktadır. ABD'den 87 Milyon \$, Türkiye'den 25 Milyon \$ ithalatın yapıldığı pazarda, ağırlıklı olarak orta ve düşük fiyat segmentindeki ürünler tercih edilmektedir.

**Şekil 60: İtalya'nın 2015 Yılı Transmisyon Milleri ve Kranklar (GTIP: 8483) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



Kaynak: Trademap

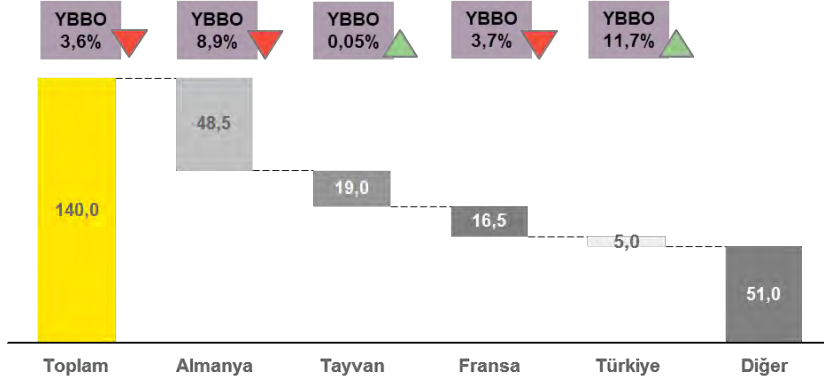
2011-2015 yılları arasında transmisyon milleri ve kranklar ürünündeki ithalatı yılda ortalama %3,4 azalan İtalya, aynı dönemde Almanya'dan yaptığı ithalatı yılda ortalama %2,5, Çin'den yaptığı ithalatı ise yılda ortalama %1 oranında azaltmıştır. ABD ve Türkiye'nin kendi fiyat segmentlerinde daha rekabetçi olmaları ve İtalya'ya ihracatlarını artırarak pazardaki paylarını yükseltmeleri, Almanya ve Çin'den yapılan ithalatın azalmasının en önemli nedenleridir.

#### **Tamponlar & Aksam ve Parçaları:**

2015 yılında 140 Milyon \$ değerinde tamponlar & aksam ve parçaları ithal eden İtalya, ithalatının yaklaşık %35'lik kısmını Almanya'dan gerçekleştirmektedir. Pazarda Tayvan ve Fransa da etkin konumda yer alırken, Türkiye'den yapılan ithalatın değeri 5 Milyon \$'dır. Yüksek fiyatlı ürün talebini Almanya'dan karşılayan İtalya, orta seviyede fiyatı olan ürünleri

Fransa'dan, düşük fiyatlı ürünleri ise Tayvan'dan ithal etmektedir. Türkiye de pazarın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 61: İtalya'nın 2015 Yılı Tamponlar & Aksam ve Parçaları (GTIP: 870810) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



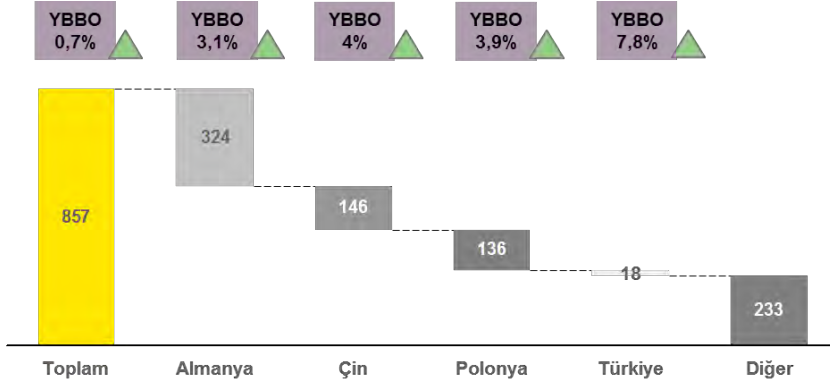
Kaynak: Trademap

İtalya'nın tamponlar & aksam ve parçaları ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %3,6 oranında azalmıştır. Aynı dönemde Almanya'dan yaptığı ithalat yılda ortalama %8,9 oranında azalan pazarda, Almanya'nın payı düşmüştür. Pazarda yüksek fiyatlı ürün talebinin düşük fiyatlı ürünlere kayması ve Tayvan ve Türkiye gibi İtalya'ya düşük fiyattan ihracat gerçekleştiren ülkelerin pazardaki paylarının artması, Almanya'nın pazardaki payının düşmesinin en önemli sebebidir. İtalya pazarında Fransa'nın payı ise aynı seviyelerde kalmıştır.

**Fren ve Servo Frenler:**

2015 yılında 857 Milyon \$ değerinde fren ve servo frenler ithal eden İtalya'da, bu ithalatın yarısından fazlası Almanya ve Çin'den gerçekleştirilmiştir. Polonya da pazarda etkin olan bir diğer ülkedir. Türkiye'den 18 Milyon \$ değerinde fren ve servo fren ithal eden pazarda, ağırlıklı olarak yüksek veya düşük fiyat segmentindeki ürünler talep edilmektedir. Almanya pazardaki yüksek fiyatlı ürün talebini karşılarlarken, Çin, Polonya ve Türkiye, İtalya'nın düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 62: İtalya'nın 2015 Yılı Fren ve Servo Frenler (GTIP: 870830) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



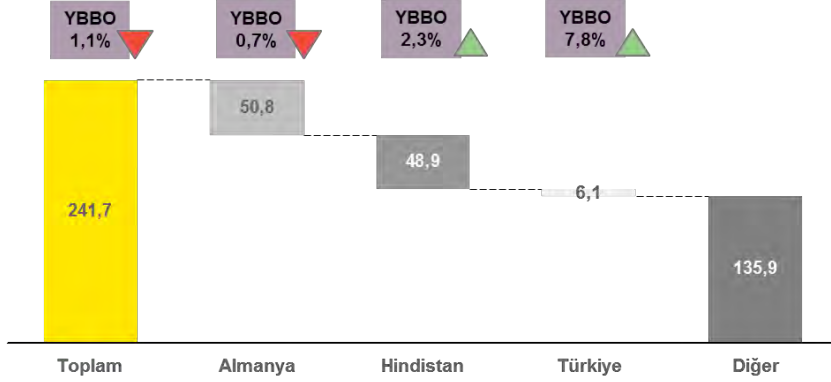
Kaynak: Trademap

Fren ve servo frenler ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %0,7 oranında artıran İtalya, pazarda etkin olan ülkelerden Almanya, Çin, Polonya ve Türkiye'den yaptığı ithalatı daha yüksek oranda artırmıştır. Bu sebeple, dört ülkenin de İtalya pazarındaki payı incelenen dönemde artmıştır. İtalya'nın orta seviyede fiyatlı olan ürün talebinin azalması ve bu üründe İtalya'nın talebini karşılayan ülkelerin pazardaki paylarının azalması, Almanya, Çin, Polonya ve Türkiye'nin pazardaki paylarının artmasının en önemli nedenidir.

#### **Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları:**

2015 yılında 240 Milyon \$'ın üzerinde şanzıman ve diferansiyel aksamları ithal eden İtalya, bu değer %40'ından fazlasını Almanya ve Hindistan'dan gerçekleştirilmiştir. Türkiye'den yapılan ithalatın 6,1 Milyon \$ olduğu pazarda, ağırlıklı olarak orta ve düşük fiyat segmentindeki ürünler talep edilmektedir. Almanya, İtalya'nın orta seviyede fiyatlı olan ürün talebini karşılarken, Hindistan düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 63: İtalya'nın 2015 Yılı Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları (GTIP: 870850) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**





Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında şanzıman ve diferansiyel aksamları toplam ithalatı yılda ortalama %1,1 oranında azalan İtalya, aynı dönemde Almanya'dan yaptığı ithalatı yılda ortalama %0,7 oranında azaltmıştır. Hindistan ve Türkiye'den yapılan ithalatın arttığı pazarda, bu iki ülkenin de payları artmaktadır. Hindistan ve Türkiye'nin, İtalya'nın düşük fiyatlı ürün talebini karşılama, pazarda düşük fiyatlı ürünlere olan talebin arttığını göstermekte ve Almanya'dan yapılan ithalatın azalmasını açıklamaktadır.

### **Satış ve Dağıtım Kanalları:**

İtalya'daki otomotiv yan sanayi sektörüne ait satış ve dağıtım kanalı yapılanması OEM firmalar, distribütör, teknik servis, araç filo kiralama, toptancı, acente ve kontratlı bayi olmak üzere yedi segmentten oluşmaktadır. Ülke, birçok büyük markaya ait otomotiv üretimi gerçekleştirdiği için OEM firmalar yoğun olarak pazarda yer almaktadır. Öte yandan distribütör ve acenteler yedek parça sektöründe önemli birer kanal olduklarından dolayı, fuarlar aracılığı ile bu kanalla olan ilişkilerin kuvvetlendirilmesi önerilmektedir. Ayrıca ülkede komisyoncu/broker ile çalışmak da yaygın bir yöntemdir. İtalya'da otomotiv firmalarının yoğunlaştığı bölgeler sırası ile Grugliasco, Mirafiori, Modena, Cassino, Fabbrica, Val di Sangro, Melfi ve Pomigliano'dur. Bölgede yer alan büyük OEM firmaları ise; Continental Brake İtalia Spa, Delphi, Denso, Federal- Mogul, Isringhausen, Johnson Controls, Lear Corporation, Magna Group, Reiter Automotive Spa, Robert Bosch Spa, TWR İtalia'dır.

## Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Avrupa'nın en büyük dördüncü ekonomisine sahip olması</li><li>▶ Ticaret ağlarının ileri seviye gelişmişlik seviyesi</li><li>▶ Nüfusunun 2020 yılında 62 Milyon olmasının beklenmesi</li><li>▶ Otomotiv üretiminin yüksek olmasının otomotiv yan sanayi firmaları için büyük bir potansiyel oluşturması</li><li>▶ Otomotiv satışlarının üç yıllık periyotta %25 oranında artacağına öngörülmesi ve dolayısıyla <i>OEM</i> ve <i>aftermarket</i> firmaları için olumlu bir ortam sunacak olması</li><li>▶ Fiat Chrysler Automobiles'ın gerçekleştirdiği yatırımlar ile otomotiv üretimindeki artış beklentisi</li><li>▶ Faiz oranları ve borçlanma maliyetlerinin düşmesi ile iç talepte artış beklenmesi</li><li>▶ Araç parkı sayısının (Avrupa'da ikinci) ve araç ortalama yaşının 10 yılın üzerinde olması sebebiyle <i>aftermarket</i> ve otomotiv satış potansiyelinin yüksek olması</li><li>▶ Türkiye'den gerçekleştirilen ithalatın ilgili tüm ürünlerde artış göstermesi ve Türkiye'nin pazar payını arttırarak pazar bilinirliğini geliştirmesi</li><li>▶ Gümrük Birliği'nde yer alan ülkelerin vergi muafiyetinin olması</li><li>▶ Pazarda Türkiye'nin de ihraç ettiği düşük fiyat segmentindeki ürün talebinin artması</li></ul>	
Tehditler	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Sektörde küçük ve orta ölçekli birçok firma bulunması sebebiyle rekabetin oldukça yüksek olması</li><li>▶ Fren ve servo frenler haricinde analiz edilen ürünlerin tümünde küresel ithalat değerinin düşmesi</li><li>▶ Otomotiv yan sanayiinde en önemli rakiplerden olan ve pazarda lider olan Almanya'nın lojistik avantaja sahip olması</li><li>▶ Motor aksam ve parçaları ve transmisyon milleri ve krankları gibi daha yüksek fiyatlı ürünlerde ABD'nin pazardaki etkinliğini artırması ve yakın zamanda yürürlüğe girmesi beklenen Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı ile ABD'nin İtalya'da gümrük vergisi muafiyeti ile daha rekabetçi fiyat politikası izleme olasılığı</li></ul>	

#### 4.2.4. Kenya

### **Hedef Pazarların Genel Ekonomik ve Sosyo Politik Durumu:**

Afrika'nın doğusunda yer alan en büyük ülkelerinden olan Kenya'da, bölgedeki diğer ülkelere kıyasla daha istikrarlı bir siyasi yapının olması, ülkenin ekonomik ve ticari yapısını geliştirmiştir. Ülkenin, Çin, Hindistan ve Güney Afrika ile güçlü ticari ilişkilere sahip olması dikkat çekmektedir. Kenya'daki en büyük şehirler, başkent Nairobi ve Doğu Afrika'nın en büyük liman şehirlerinden olan Mombasa'dır. 2013 yılı verilerine göre 41,8 milyon olan nüfusun, 2020 yılı itibariyle 50 milyonu geçmesi beklenmektedir. Bu durumun, ülkedeki tüketim ve harcama miktarını pozitif anlamda etkilemesi yüksek olasıdır.

Kenya'nın ekonomik yapısı incelendiğinde, tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin ön plana çıktıkları görülmektedir. Ülkenin ekonomi politikaları, sanayinin gelişimi üzerine kurulmasına rağmen, önemli gelişme kaydedilememiş ve ağırlıklı olarak düşük katma değerli ürünler üretilmiştir. Bu sebeple, ülkenin otomotiv ana ve yan sanayide dışa bağımlılığı yüksek seviyededir.<sup>57</sup>

**Tablo 7: Makroekonomik Göstergeler**

<b>GSYİH (Milyar \$) (2014)</b>	61	<b>GSYİH (Milyar \$) (2020)</b>	88
<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)</b>	1.417	<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)</b>	1.734
<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)</b>	5,3	<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)</b>	6,5
<b>Enflasyon (%) (2014)</b>	6,8	<b>Enflasyon (%) (2020)</b>	5
<b>Nüfus (Milyon) (2013)</b>	41,8	<b>Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)</b>	50,7

Kaynak: IMF World Economic Outlook, 2016

Büyüyen Kenya ekonomisinin gelişimini makroekonomik veriler de desteklemektedir. 2014 yılında 61 Milyar \$ olan GSYİH'nin, her yıl %5,5-%6,5 bandında büyüyerek 2020 yılında 88 Milyar \$ olması beklenmektedir. Buna ek olarak, kişi başına düşen gelirin de yüksek oranlı nüfus artışına rağmen 1.400 \$ seviyelerinden 1.700 \$ seviyelerine yükseleceği öngörülmektedir. Bu durumun, nüfusun da artmasıyla, iç talebi artırması beklenmektedir. İç talepteki artışın otomotiv satışlarını da pozitif yönde etkileyeceği ve otomotiv

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

satışlarının üç yıllık periyotta toplamda %32 artacağı öngörülmektedir.<sup>58</sup> Otomotiv satışlarındaki artış, üretim değerlerinin çok düşük olduğu ülkede *aftermarket* potansiyelini artıracaktır.

#### Şekil 64: Risk Göstergeleri



■ Çok İyi ■ İyi ■ Orta ■ Kötü ■ Çok Kötü

Kaynak: EY Growing Beyond Borders

Kenya'nın risk göstergeleri analiz edildiğinde, en dikkat çekici değer yolsuzluk algı endeksinde görülmektedir. Yolsuzluk algı endeksinde kötü seviyesinde yer alan Kenya'ya ihracat gerçekleştirecek firmalar, ticari işlem vb. konularda sorunla karşılaşabilirler. Gümrük işlemleri, ticari haklar gibi konularda gösterge olan gümrük süreç yükü ve genel risk skorunda ise, ülkenin barındırdığı risk orta seviyededir. Ek olarak, yasal düzenlemelerin iş yapma süreçlerini ne derecede kolaylaştırdığının ölçüldüğü iş yapma kolaylığı endeksinde Kenya orta seviyede risk barındırıp, 189 ülke arasında 108'inci sırada yer almaktadır.

#### İlgili Göstergeler:

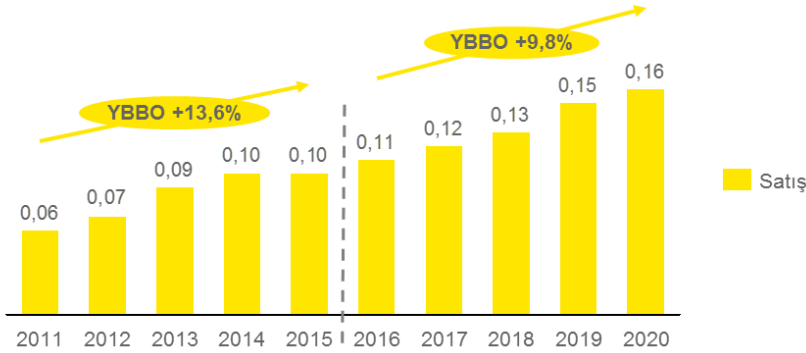
Büyüyen ekonomi, artan gelirler ve iç talep, Kenya otomotiv satışlarına doğrudan etki etmektedir. 2011-2015 yılları arasında otomotiv satışlarının yılda ortalama %13,6 arttığı Kenya'da, satış miktarı 2015 yılında 100 Bin adet seviyesine ulaşmıştır. Satışlardaki artışların gelecek dönemde de devam etmesi beklenmektedir. 2016-2020 yılları arasında yılda ortalama %9,8 artması beklenen satışların, 2020 yılında 160 Bin adet seviyesine ulaşması

<sup>58</sup> BMI Database, 2016



beklenmektedir. Artacak satışlarda binek araçlarının yanında ticari araçların da payının olması beklenmektedir. Bu durumun sebebi, Kenya turizm ve inşaat sektörlerindeki yüksek oranlı büyüme beklentisidir. Geçmiş dönemde otomotiv üretiminin ise yapılmadığı Kenya'da, özellikle ticari araçların üretimi için **Isuzu** ve **Toyota** firmaları yatırımlar yapmaktadır. Bunun yanında, **MAN Trucks** firması da ülkede satış sonrası servis ağı kurmuştur. Firmaların öncelikli amaçlarının, gelişen Doğu Afrika pazarında Kenya'yı üretim ve servis üssü olarak kullanmak olduğu belirtilmektedir.<sup>59</sup>

**Şekil 65: Kenya Otomotiv Satışı (Gerçekleşen & Tahmini) (Milyon Adet)**



Kaynak: BMI, 2016

Kenya araç parkı sayısı 2014 yılında yaklaşık 1,3 Milyon adettir. Bu değer, bir önceki yıla göre yaklaşık %8 oranında artış göstermiştir. Kenya araç parkı sayısının 2020 yılına dek 2 Milyon adede ulaşması beklenmektedir. Ayrıca, Doğu Afrika bölgesinde en fazla araca sahip olan ülke Kenya'dır.<sup>60</sup> Ortalama araç yaşının ise 15 olduğu Kenya'da, bu değerün dünya ortalamasının yaklaşık iki katı olması dikkat çekmektedir.<sup>61</sup>

Kenya, otomotiv satışlarındaki büyüme ve üretim alanında yapılan yatırımlar sebebiyle, otomotiv yan sanayi firmaları için yüksek potansiyelli pazarlardan biridir. Buna ek olarak, Kenya'nın Doğu Afrika bölgesinde en fazla araca sahip olan ülke olması ve araç yaşı ortalamasının yüksek olması, ülkedeki *aftermarket* potansiyelinin de yüksek olduğunu göstermektedir.

<sup>59</sup> BMI, Kenya Autos Report, 2016

<sup>60</sup> OICA, BMI, 2016

<sup>61</sup> Kenya Motor Industry Association, 2016

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

Kenya'nın motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, tamponlar & aksam ve parçaları, fren ve servo frenler ve şanzıman ve diferansiyel aksamlar ürünlerinde toplam ithalatı, Türkiye'den ithalatı ve ithalat değerlerinin büyüme oranları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 8: Kenya'nın İthalat Değerleri ve İthalat Büyümesi**

<b>Dış Ticaret Verileri</b>	<b>8409</b>	<b>8483</b>	<b>870810</b>	<b>870830</b>	<b>870850</b>
<b>İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	27,8	18,9	4,7	14,2	4
<b>İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	%22	%51,3	%5,4	%79,9	%12
<b>Türkiye'den İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	0,3	0,2	0,01	0,2	0,07
<b>Türkiye'den İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	%24,4	%175	%87,5	%315,5	%315

Kaynak: Trademap

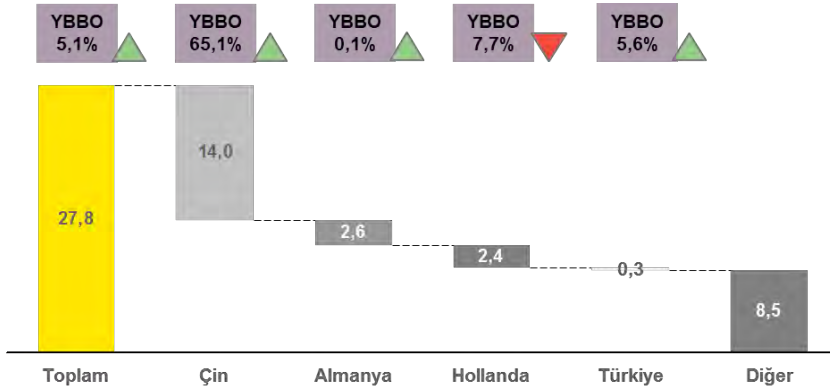
İncelenen tüm ürünlerde küresel ithalatını artıran Kenya'nın en fazla ithal ettiği ürün motor aksam ve parçalarıdır (27,8 Milyon \$). Ülkenin küresel ithalatını 2011-2015 yılları arasında en yüksek oranda artırdığı ürün ise, fren ve servo frenlerdir (%79,9).

Genel olarak Türkiye'den düşük değerlerde ithalat gerçekleştiren Kenya, Türkiye'den en fazla motor aksam ve parçaları ürününü ithal etmiştir. Türkiye'den ithalatın en fazla arttığı ürün ise küresel ithalatta olduğu gibi fren ve servo frenlerdir.

### **Motor Aksam ve Parçaları:**

Kenya 2015 yılında 27,8 Milyon \$ değerinde motor aksam ve parçaları ithal etmiştir. İthalatının yarısından fazlasını Çin'den gerçekleştiren ülkede, Almanya ve Hollanda da etkin konumdadır. Türkiye'den yapılan ithalat ise 300 Bin \$ seviyelerindedir. Çin'den düşük fiyatta ürün ithal eden Kenya, Almanya ve Hollanda'dan ise yüksek fiyatlı ürünleri ithal etmektedir.

**Şekil 66: Kenya'nın 2015 Yılı Motor Aksam ve Parçaları (GTIP: 8409) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



Kaynak: Trademap

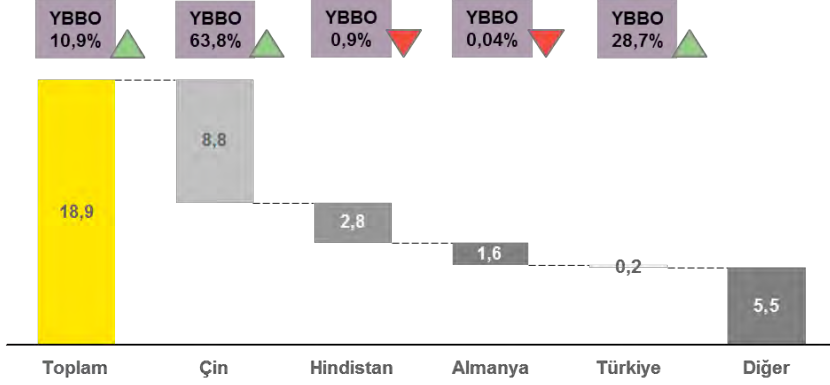
Kenya'nın motor aksam ve parçaları toplam ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %5,1 oranında artmıştır. Aynı dönemde Çin'den gerçekleştirdiği ithalatı yılda ortalama %65,1 oranında artıran Kenya'nın, Almanya'dan gerçekleştirdiği ithalat aynı seviyelerde kalmış, Hollanda'dan gerçekleştirdiği ithalat ise yılda ortalama %7,7 oranında azalmıştır. Çin'den yapılan ithalatın yüksek oranda artması ve Çin'in pazardaki payını yükseltmesinin başlıca nedenleri, Çin'in Kenya'da ve diğer Sahra-altı Afrika ülkelerindeki yatırımlarını ve ticari faaliyetlerini artırması ve rekabetçi fiyat politikası izlemesidir.<sup>62</sup> Bu durum, analiz edilen diğer ürünlerin ithalatını da etkilemektedir. Ayrıca, Çin'in Kenya'ya ihracatını artırması, pazardaki düşük fiyatlı ürün talebinin arttığını da göstermektedir. Türkiye'den yapılan ithalat da yılda ortalama %5,6 oranında artmış ancak Türkiye'nin Kenya pazarındaki payı aynı seviyelerde kalmıştır.

### **Transmisyon Milleri ve Kranklar:**

2015 yılında yaklaşık 19 Milyon \$ değerinde transmisyon milleri ve kranklar ürünü ithal eden Kenya, bu ithalatın %45'inden fazlasını Çin'den gerçekleştirmektedir. Hindistan ve Almanya, pazarda etkin olan diğer ülkelerken, Türkiye'den yapılan ithalat 200 Bin \$ seviyelerindedir. Çin'den düşük, Hindistan'dan orta seviyede fiyatlı ürün ithal eden Kenya, Almanya'dan ise yüksek fiyatlı ürün ithal etmektedir.

<sup>62</sup> World Bank, China and Africa, 2015

**Şekil 67: Kenya'nın 2015 Yılı Transmisyon Milleri ve Kranklar (GTIP: 8483) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



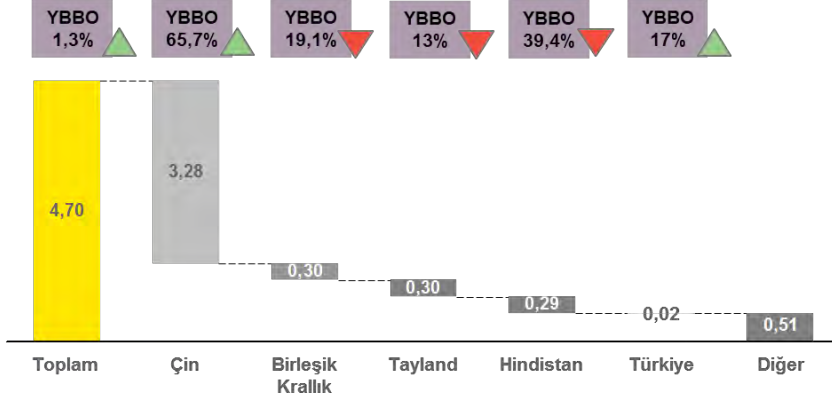
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında toplam transmisyon milleri ve kranklar ithalatını yılda ortalama %10,9 oranında artıran Kenya, aynı dönemde Çin'den yaptığı ithalatı ise yılda ortalama %63,8 artırmış ve Çin'in pazardaki payı yükselmiştir. Pazarın yüksek fiyatlı ürün talebini karşılayan ABD ve Japonya'nın pazar paylarındaki düşüş, bu durumun en önemli nedenidir. Aynı dönemde Hindistan ve Almanya'nın pazar payları düşmüştür. Bu durum, Kenya'daki düşük fiyatlı ürün talebinin arttığını göstermektedir. Kenya'ya ihracatını incelenen dönemde yılda ortalama %28,7 artıran Türkiye de, pazara düşük fiyatlı ürün tedarik etmektedir.

#### **Tamponlar & Aksam ve Parçaları:**

Kenya 2015 yılında 4,7 Milyon \$ değerinde tamponlar & aksam ve parçaları ürünü ithal etmiştir. Bu ithalatın yaklaşık %70'lik kısmını karşılayan Çin, pazarda baskın konumdadır. İngiltere, Tayland ve Hindistan'ın pazar payları toplamı %20 seviyelerinde iken, Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat düşük seviyelerdedir.

**Şekil 68: Kenya'nın 2015 Yılı Tamponlar & Aksam ve Parçaları (GTIP: 870810) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



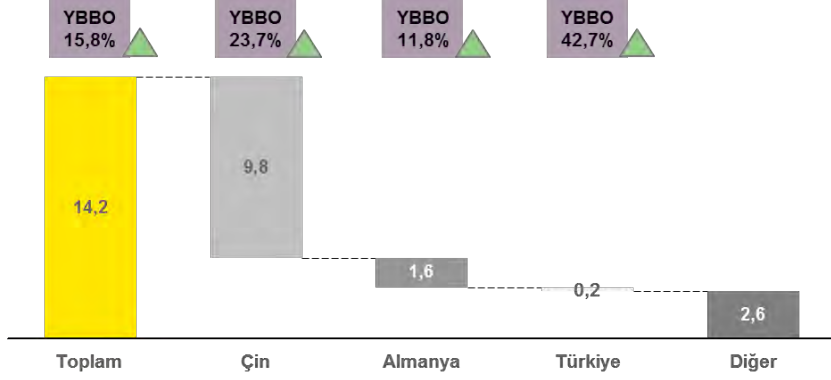
Kaynak: Trademap

Kenya tamponlar & aksam ve parçaları ürünündeki ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %1,3 artırmıştır. Aynı dönemde Çin'den yapılan ithalat yılda ortalama %65,7 artmıştır. Bu durum, Çin'in pazardaki payının yüksek oranda arttığını göstermektedir. Pazarda etkin olan İngiltere, Tayland ve Hindistan'dan yapılan ithalat değerleri ise azalmış ve bu ülkelerin Kenya pazarındaki payları düşmüştür. Bu ülkelerin pazarda Çin karşısında fiyat rekabeti açısından geride kalmaları, bu üç ülkenin pazar payındaki düşüşün ve Çin'in pazar payındaki artışın başlıca nedenidir. Son dönemlerde pazardan pay almaya çalışan Türkiye ise, Kenya'ya gerçekleştirdiği ihracatı artırmaktadır.

### **Fren ve Servo Frenler:**

2015 yılında 14,2 Milyon \$ değerinde fren ve servo frenler ithal eden Kenya'da, Çin'in pazar payı yaklaşık %70'tir. Pazarda %10'un üzerinde payı olan Almanya da etkin ülkelerdendir. Türkiye'den yapılan ithalat değeri ise 200 Bin \$ seviyelerindedir. Çin, pazardaki düşük fiyatlı ürün talebini karşılarken, Almanya Kenya'nın yüksek fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.

**Şekil 69: Kenya'nın 2015 Yılı Fren ve Servo Frenler (GTIP: 870830) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



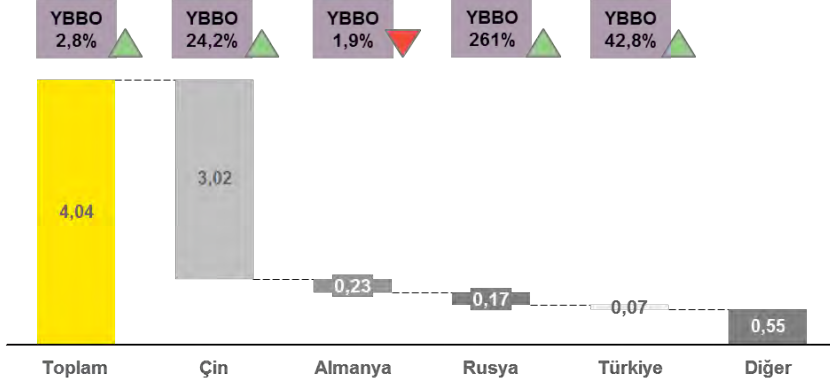
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında fren ve servo frenler toplam ithalatını yılda ortalama %15,8 artıran Kenya, aynı dönemde Çin'den yaptığı ithalatı ise %23,7 oranında artırmıştır. Bu durum, Çin'in pazardaki payının arttığını ve Kenya'da düşük fiyatlı ürün talebinin arttığını göstermektedir. Almanya'dan gerçekleştirilen ithalat değeri de 2011-2015 yılları arasında artmasına rağmen, pazarın büyüme hızının altında kalmış ve Almanya'nın Kenya pazarındaki payı düşmüştür. Pazara düşük fiyatlı ihraç eden Türkiye'nin de pazardaki payı incelenen dönemde artmıştır.

#### **Sanzıman ve Diferansiyel Aksamları:**

Kenya 2015 yılında 4 Milyon \$'ın üzerinde şanzıman ve diferansiyel aksamı ithal etmiştir. Ülkenin gerçekleştirdiği ithalatın %75'lik kısmını Çin karşılamaktadır. Almanya ve Rusya'nın pazardaki payları ise %5 seviyelerindedir. 2015 yılında Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat tamponlar & aksam ve parçalarında olduğu gibi 100 Bin \$ seviyesinin altındadır. Pazarda Çin düşük fiyatlı, Almanya yüksek fiyatlı, Rusya ise orta seviyede fiyatı olan ürünleri tedarik etmektedir.

**Şekil 70: Kenya'nın 2015 Yılı Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları (GTIP: 870850) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**





Kaynak: Trademap

Kenya'nın şanzıman ve diferansiyel aksamaları ithalatı 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %2,8 artmıştır. Aynı dönemde pazarda lider konumda olan Çin'den yapılan ithalat yılda ortalama %24,2 artmış ve Çin'in pazardaki payı yükselmiştir. Çin'in pazar payındaki artış, Kenya'nın düşük fiyatlı ürünlere olan talebinin arttığını göstermektedir. Çin ile beraber Rusya ve Türkiye'nin de pazardaki payları artarken, Almanya'nın pazar payı incelenen dönemde düşmüştür.

### **Satış ve Dağıtım Kanalları:**

Kenya otomotiv yan sanayi sektöründe öne çıkan satış ve dağıtım kanalları arasında toptancı, bayi, franchising, araç filo kiralama şirketleri ve OEM firmalar yer almaktadır. Franchise aracılığı ile satış ve dağıtım oldukça yoğun kullanılmaktadır. Mal taşımacılığı genel olarak deniz yolu ile gerçekleştirilmektedir. Mombasa limanı ve uluslararası havaalanı, Kenya ithalatının %98'ini karşılamaktadır.

## Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler

Fırsatlar	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Afrika bölgesinin en büyük ülkelerinden biri olması ve istikrarlı ekonomik büyüme ile birlikte ticaretin gelişmişlik seviyesinin bölge ülkelerine göre yüksek olması</li><li>▶ 2020 yılı itibariyle nüfusunun 50 Milyonu geçeceğini öngörülmesi ve tüketimdeki artış beklentisi</li><li>▶ Ülkedeki sanayileşmenin düşük seviyede olması sebebiyle otomotiv ana ve yan sanayide dışa bağımlı olması</li><li>▶ Otomotiv satışlarının, kişi başına düşen gelirdeki artış beklentisi ile 2016- 2020 yılları arasında %9,8 oranında artacağını öngörülmesi</li><li>▶ Satışların artması ile <i>aftermarket</i> firmalarının olumlu yönlü etkileneceği beklentisi</li><li>▶ Ülkedeki turizm ve inşaat sektöründe beklenen büyümeler ile ticari ve binek araç satışında artış olacağını öngörülmesi</li><li>▶ Isuzu, Toyota ve MAN gibi firmaların ülkedeki yatırımlarını artırması, satış sonrası servis ağı kurması ve böylelikle Doğu Afrika pazarı için Kenya'nın potansiyel bir üs olarak görülmesi</li><li>▶ Araç parkı sayısının 2020 yılına kadarki dönemde 2 Milyon adede ulaşacağını öngörülmesi ve ortalama araç yaşının 15 olması sebebiyle ülkedeki <i>aftermarket</i> potansiyelinin artması</li><li>▶ Doğu Afrika bölgesinde en fazla araca sahip ülke olması sebebiyle otomotiv yan sanayi firmaları için bölgede önemli bir pazar olması</li><li>▶ Kenya'nın analiz edilen tüm ürünler için küresel ithalatını ve Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını artırması</li></ul>	
Tehditler	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Yolsuzluk algısının yüksek olması ve gümrük, genel risk ve iş yapma kolaylığının orta seviyede risk barındırması sebebiyle firmaların azami dikkati göstermelerinin gerekliliği</li><li>▶ Çin'in Kenya'da ve diğer Sahra-altı Afrika ülkelerindeki yatırımlarını ve ticari faaliyetlerini artırması</li><li>▶ Kenya otomotiv yan sanayi ithalat pazarında Çin'in lider olması</li></ul>	



#### 4.2.5. Meksika

### **Hedef Pazarların Genel Ekonomik ve Sosyo Politik Durumu:**

Kuzey Amerika ve Güney Amerika'yı birbirine bağlaması sebebiyle önemli ticari noktalardan biri olan Meksika, nüfus açısından dünyanın en büyük ülkeleri arasında yer almaktadır. 2015 yılı verilerine göre nüfusu 127 milyon olan ülkenin, 2020 yılında 135 milyon nüfusa sahip olması beklenmektedir. Kentsel nüfusun %80 seviyelerinde olduğu ülkede, en büyük şehir dünyanın da en büyük metropollerinden olan Meksiko'dur. Nüfusun 20 milyonun üzerinde olduğu Meksiko, aynı zamanda otomotiv gibi ağır sanayinin yoğunlaştığı bölgedir. Meksiko gibi sanayi ve nüfus yoğunluğunun fazla olduğu bölgelerde, hava ve su kirliliği ciddi bir sorun haline gelmiştir. Bunu önlemek adına, Meksika Hükümeti tarafından temiz yakıt ve eski otomotivlerin trafiğe çıkışlarının kısıtlanması gibi önlemler alınmıştır. Başlıca gelir kalemleri doğal kaynaklar ve madenler olan Meksika ekonomisi, iş gücü maliyetlerinin düşük olması ve eğitilmiş iş gücünün artması sebebiyle yabancı yatırım çekmektedir. Yabancı yatırımların ekonomide önemli sorunlara çözüm olduğu düşünülmüşle, Meksika Hükümeti tarafından yabancı yatırımları teşvik edici politikalar izlenmiştir. Bunun yanında, 45 ülkeyi kapsayan 12 STA'nın yapılması, ülkenin ticaret hacmini yüksek oranda artırmıştır. Örneğin, 1994 yılında yürürlüğe giren NAFTA ile birlikte ülkenin ABD ve Kanada ile ticareti yaklaşık üç kat artmıştır.<sup>63</sup>

**Tablo 9: Makroekonomik Göstergeler**

<b>GSYİH (Milyar \$) (2014)</b>	1.298	<b>GSYİH (Milyar \$) (2020)</b>	1.381
<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2014)</b>	10.351	<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (\$) (2020)</b>	10.240
<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2014)</b>	2,2	<b>GSYİH Büyüme Oranı (%) (2020)</b>	3,1
<b>Enflasyon (%) (2014)</b>	4	<b>Enflasyon (%) (2020)</b>	3
<b>Nüfus (Milyon) (2014)</b>	127	<b>Nüfus (Milyon) (2020 - Tahmini)</b>	134,9

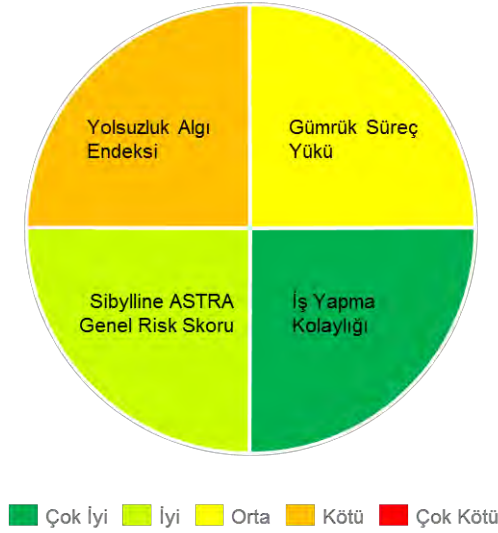
Kaynak: IMF World Economic Outlook, 2016

Gelecek dönemde %2-%3 bandında büyümesi beklenen Meksika ekonomisinin, 2020 yılında 1,4 Trilyon \$'lık GSYİH'a yaklaşması beklenmektedir. Yabancı yatırımların, üretimdeki verimliliğin, nüfusun artması ve orta gelir sınıfının genişlemesinin, iç talebi orta vadede artırması beklenmektedir. Bu durumun, otomotiv satışlarını da üç yıllık periyotta

<sup>63</sup> TC Ekonomi Bakanlığı Ülke Masaları, Meksika, 2016

toplamda %35 oranında artırması beklenmektedir.<sup>64</sup> Bunun yanında, giderek artan yabancı yatırımlar ve dış talep sebebiyle otomotiv üretiminin de artması beklenmektedir. Otomotiv üretim ve satışlarının artacak olması, Meksika'yı otomotiv yan sanayi firmaları için cazip hale getirmektedir.

### Şekil 71: Risk Göstergeleri



Kaynak: EY Growing Beyond Borders

Yolsuzluk algı endeksinin kötü seviyesinde yer aldığı Meksika'ya ihracat gerçekleştirecek firmalar, ticari işlemler vb. konularda sorunlarla karşılaşabilirler. Buna karşın, Meksika, 189 ülkenin yer aldığı iş yapma kolaylığı sıralamasında 38'inci sırada yer almaktadır. Genel risk skorunun iyi seviyesinde yer aldığı ülkede, gümrük işlemlerinin baz alındığı gümrük süreç yükünde orta seviyede risk barındırmaktadır.

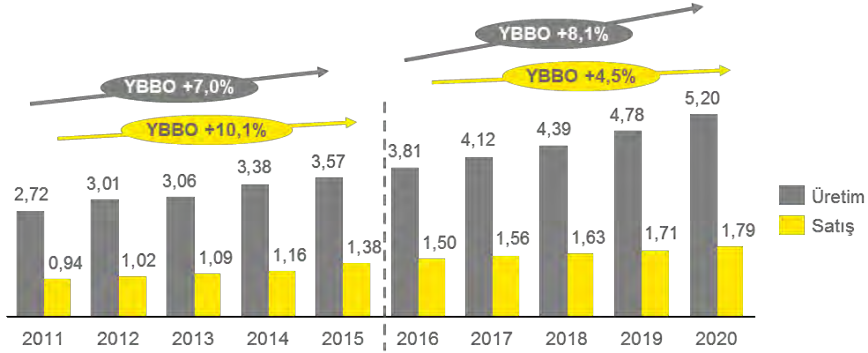
### İlgili Göstergeler:

Dünya'nın en büyük yedinci otomotiv üreticisi olan Meksika, 2011-2015 yılları arasında üretim miktarını yaklaşık 1 Milyon adet artırarak 3,6 Milyon adet seviyesine çıkarmıştır. Ülkedeki otomotiv üretim artışının gelecek dönemde de devam etmesi ve 2016-2020 yılları arasında yılda ortalama %8,1 artarak 5,2 Milyon adet olması beklenmektedir. Üretimdeki artışın en önemli sebepleri, orijinal parça üretimi yatırımlarının, iç piyasa talebinin ve Kuzey Amerika ve Güney Amerika'dan gelen talebin artmasıdır. Meksika'daki

<sup>64</sup> BMI Database, 2016

otomotiv satışlarında da üretime benzer bir trend görülmektedir. 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %10,1 artan satışlar 2015 yılında 1,4 Milyon adet seviyesine ulaşmıştır. Satışların 2016-2020 yılları arasında da toplamda 400 Bin adet artması beklenmektedir. İç talebin artması, faiz oranlarında ve borçlanma maliyetlerindeki düşüş, ülkedeki otomotiv satışlarının artmasının en önemli sebepleridir.<sup>65</sup>

**Şekil 72: Meksika Otomotiv Üretimi ve Satışı (Gerçekleşen & Tahmini) (Milyon Adet)**



Kaynak: OICA, AMDA, AMPACT, BMI, 2016

Meksika'da araç parkı sayısı analiz edildiğinde, bir önceki yıla göre %4'lük artış gerçekleşmiş ve sayı 2015 yılında 37 Milyon adet seviyesine yükselmiştir. Kuzey ve Güney Amerika'daki ülkelerin araç sayısı incelendiğinde, Meksika'nın ABD ve Brezilya'dan sonra en fazla araca sahip ülke olduğu görülmektedir.<sup>66</sup> Meksika Otomotiv Sanayi Derneği'nin (AMIA) 2014 yılındaki raporuna göre, ülkedeki araçların ortalama yaşı 16'dır. Bu değer, dünya ortalamasının iki katının üzerindedir.

Meksika'nın otomotiv üretim ve satış miktarlarının yüksek hacimli ve artış trendinde olması, otomotiv yan sanayi firmaları için pazarı cazip kılmaktadır. Orijinal parça üreticilerinin de pazardaki yatırımlarını artırması, bu analizi desteklemektedir. Buna ek olarak, ülkedeki araç parkı sayısının ve ortalama araç yaşının yüksek olması, pazarın *aftermarket* potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir.

<sup>65</sup> BMI, Mexico Autos Report, 2016

<sup>66</sup> OICA, BMI, 2016

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

Meksika'nın motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, tamponlar & aksam ve parçaları, fren ve servo frenler ve şanzıman ve diferansiyel aksam ürünlerinde toplam ithalatı, Türkiye'den ithalatı ve ithalat değerlerinin büyüme oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 10: Meksika'nın İthalat Değerleri ve İthalat Büyümesi**

<b>Dış Ticaret Verileri</b>	<b>8409</b>	<b>8483</b>	<b>870810</b>	<b>870830</b>	<b>870850</b>
<b>İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	3.666	2.987	221	1.852	2.353
<b>İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	%20,8	%42,1	%6,2	%36,6	%20,9
<b>Türkiye'den İthalat (Milyon \$) (2015)</b>	16,2	2,7	-	0,1	11,7
<b>Türkiye'den İthalat Büyüme Oranı (%) (2011-2015)</b>	%225,6	%-60,3	-	%79,9	-

Kaynak: Trademap

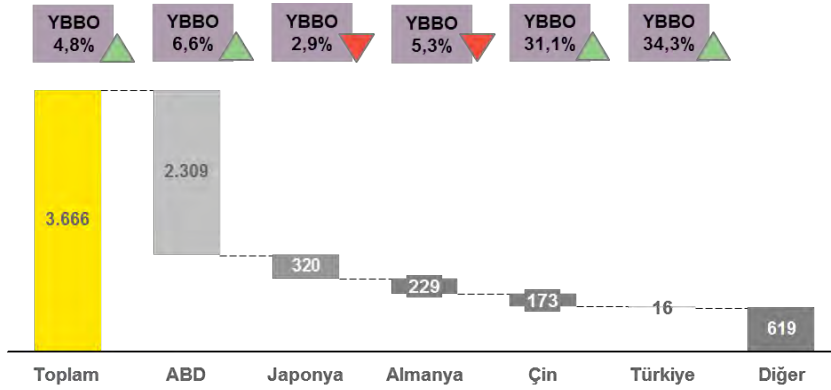
İncelenen tüm ürünlerde 2011-2015 yılları arasındaki ithalatını artıran Meksika, diğer hedef pazarlarda olduğu gibi en fazla motor aksam ve parçaları ithal etmiştir (3,67 Milyar \$). İncelenen ürünlerde en fazla ithalat artışı ise %42,1 ile transmisyon milleri ve kranklar ürününde gerçekleşmiştir.

Ülkenin Türkiye'den yaptığı ithalat analiz edildiğinde, motor aksam ve parçaları ve şanzıman ve diferansiyel aksamlarındaki değerler ve büyüme oranları dikkat çekmektedir. Şanzıman ve diferansiyel aksamları ürünündeki yüksek büyümenin sebebi Türkiye'nin pazara yeni girmesi ve 2011 yılında 100 Bin \$ seviyelerinde olan ihracatının 12 Milyon \$'a yükselmesidir. Transmisyon milleri ve kranklarda Türkiye'den yapılan ithalat yüksek oranda azalırken, fren ve servo frenlerde ise 100 Bin \$ seviyelerinde ithalat gerçekleşmektedir. Tamponlar & aksam ve parçaları ürününde Türkiye'den ithalat gerçekleştirilmemekle birlikte Meksika'nın bu pazardaki ithalat hacminin oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan küresel ithalatında %6,2'lik büyüme gözlemlenen tamponlar & aksam ve parçaları ürününün uzun vadede yüksek potansiyele sahip olduğu görülmektedir.

### **Motor Aksam ve Parçaları:**

2015 yılında 3,67 Milyar \$'lık motor aksam ve parçaları ithalatı yapan Meksika, bu ithalatın %63'lük kısmını ABD'den gerçekleştirmiştir. Japonya, Almanya ve Çin de pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Meksika'nın Türkiye'den yaptığı ithalat ise 16 Milyon \$'dır. Ağırlıklı olarak orta seviyede fiyatı olan ürünleri ithal eden Meksika, bu segmentteki ürün talebinin önemli bir kısmını ABD'den karşılamaktadır.

**Şekil 73: Meksika'nın 2015 Yılı Motor Aksam ve Parçaları (GTIP: 8409) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



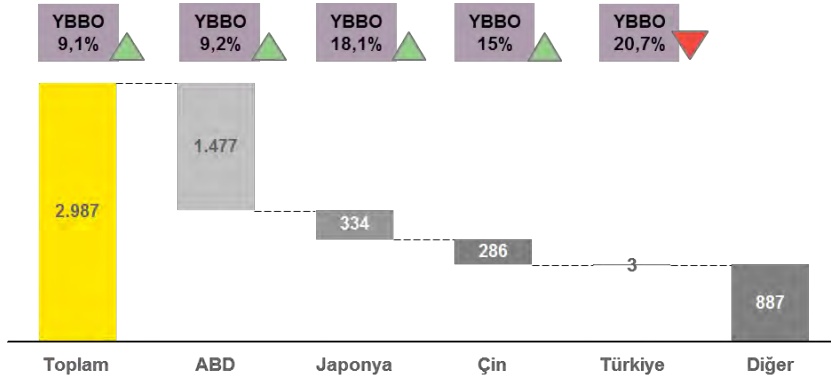
Kaynak: Trademap

Meksika 2011-2015 yılları arasında motor aksam ve parçalarındaki toplam ithalatını yılda ortalama %4,8 artırmıştır. Aynı dönemde ülkenin ABD'den yaptığı ithalat %6,6 artmış olup, ABD'nin pazardaki payı yükselmiştir. ABD'nin Meksika'daki yatırımların sayısının fazlalığı, iki ülke arasında gümrük vergilerini sıfırlayan ve tarife dışı engelleri kaldıran STA'nın bulunması ve coğrafi konum sebebiyle sahip olduğu lojistik avantaj, ABD'nin Meksika'ya gerçekleştirdiği ihracatın artmasının en önemli nedenleridir. ABD ile beraber Çin'in de pazardaki payı artarken, Japonya ve Almanya'nın payları düşmüştür. Çin'in rekabetçi fiyat politikası, pazar payındaki artışın başlıca sebebidir. Bu analizler, Meksika pazarında orta ve düşük seviyedeki ürün talebinin arttığını göstermektedir. Türkiye ise, Meksika'ya otomotiv ihracatını artırması ve ülkedeki pazarlama faaliyetlerinde daha aktif olması sebebiyle, pazara gerçekleştirdiği motor aksam ve parçaları ihracatını yüksek oranda artırmış ve pazar payını yükseltmiştir.

### **Transmisyon Milleri ve Kranklar:**

Meksika 2015 yılında yaklaşık 3 Milyar \$ değerinde transmisyon milleri ve kranklar ithal etmiştir. Bu değer yaklaşık yarısı ABD'den ithal edilirken, Japonya ve Çin pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Meksika'nın transmisyon milleri ve kranklar ürününde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat ise 3 Milyon \$ seviyelerindedir. Genellikle orta seviyede fiyatı olan ürünleri talep eden Meksika, bu talebin önemli bir kısmını ABD'den karşılamaktadır.

**Şekil 74: Meksika'nın 2015 Yılı Transmisyon Milleri ve Kranklar (GTIP: 8483) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



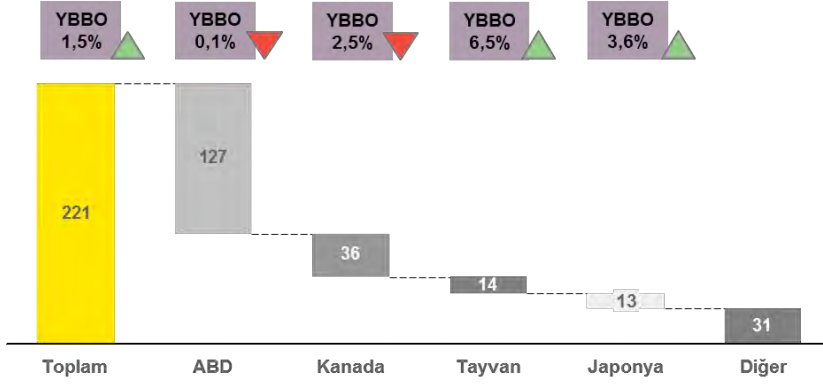
Kaynak: Trademap

Transmisyon milleri ve kranklar ürününde toplam ithalatını 2011-2015 yılları arasında yılda ortalama %9,1 artıran Meksika, aynı dönemde ABD'den yaptığı ithalatı da aynı oranda artırmıştır. ABD'den yapılan ithalatın artmasında analiz edilen diğer ürünlerde olduğu gibi, lojistik avantaj, yapılan yatırımlar ve iki ülke arasındaki STA'nın payı büyüktür. Japonya ve Çin'den yapılan ithalatların Meksika'nın küresel ithalatına kıyasla daha hızlı büyümesi ise, iki ülkenin Meksika pazarındaki paylarının artmasına neden olmuştur. Bunun başlıca sebebi ise, ABD'ye kıyasla fiyatta daha rekabetçi konumda olmalarıdır.

### **Tamponlar & Aksam ve Parçaları:**

Meksika 2015 yılında 221 Milyon \$ değerinde tamponlar & aksam ve parçaları ürünü ithal etmiştir. ABD ve Kanada, Meksika'nın ithalatının yaklaşık dörtte üçünü karşılamaktadır. Bu iki ülkenin ön plana çıkmasındaki ana nedenler, yatırımlar, STA, lojistik avantaj ve dolayısıyla fiyatta yakalanan rekabet avantajıdır. Pazarda Tayvan ve Japonya'nın da %5 seviyelerinde payı bulunurken, Türkiye'nin bu üründe Meksika'ya ihracatı bulunmamaktadır. Meksika ağırlıklı olarak orta seviyede fiyatı olan ürünleri talep etmekte ve bu talebin büyük bir kısmını ABD ve Kanada'dan karşılamaktadır. Düşük fiyatlı ürün talebini ise Asya ülkeleri karşılamaktadır.

**Şekil 75: Meksika'nın 2015 Yılı Tamponlar & Aksam ve Parçaları (GTIP: 870810) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



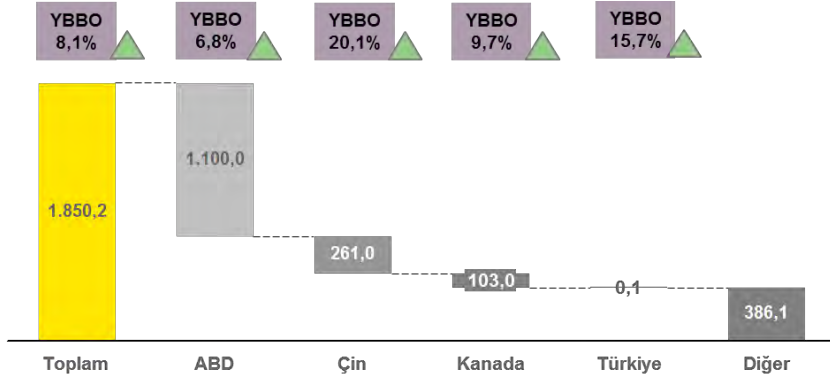
Kaynak: Trademap

2011-2015 yılları arasında tamponlar & aksam ve parçaları toplam ithalatını yılda ortalama %1,5 artıran Meksika'nın, ABD ve Kanada'dan gerçekleştirdiği ithalatı azalmıştır. Ülkenin Tayvan ve Japonya'dan yaptığı ithalatın artması ise, pazarda düşük fiyatlı tamponlar & aksam ve parçaları talebinin arttığını göstermekte ve ABD ve Kanada'nın pazara gerçekleştirdiği ihracatın azalmasının sebebini ortaya koymaktadır.

### **Fren ve Servo Frenler:**

1,85 Milyar \$ değerinde fren ve servo frenler ithal eden Meksika, ithalatının yaklaşık %60'lık kısmını ABD'den gerçekleştirmiştir. Çin ve Kanada da pazarda etkin olan diğer ülkelerdir. Pazarda Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat ise 100 Bin \$ seviyelerindedir. Meksika fren ve servo frenler ürününde ağırlıklı olarak orta ve düşük fiyat seviyesindeki ürünleri ithal etmektedir. Orta seviyede fiyatı olan ürünlerin önemli bir bölümünü ABD ve Kanada'dan tedarik eden Meksika, düşük fiyatlı ürünleri Çin'den tedarik etmektedir.

**Şekil 76: Meksika'nın 2015 Yılı Fren ve Servo Frenler (GTIP: 870830) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**



Kaynak: Trademap

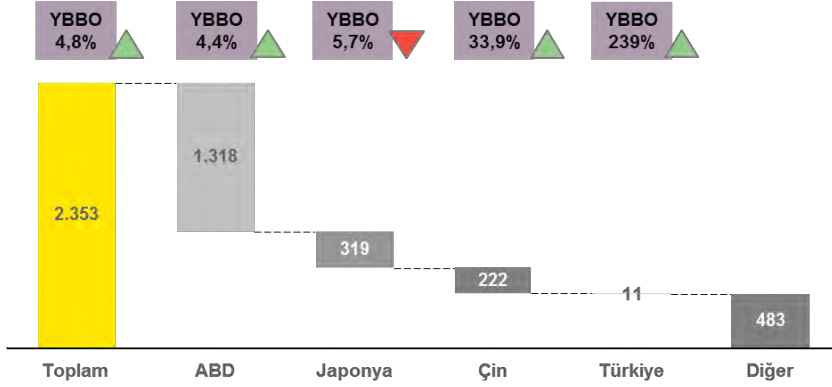
2011-2015 yılları arasında fren ve servo fren ithalatını yılda ortalama %8,1 artıran Meksika, pazarda öne çıkan tüm ülkelerden gerçekleştirdiği ithalatını da incelenen dönemde artırmıştır. Otomotiv sanayiinde yapılan yatırımlar ve artan otomotiv ithalatı, ürünün ithalat pazarındaki büyümenin başlıca sebepleridir. Özellikle Çin'den yapılan ithalattaki artış dikkat çekmektedir (YBBO %20,1). Çin'in pazardaki rekabetçi fiyat politikası ithalat artışının başlıca sebebi olup, pazardaki payının yüksek oranda artmasını sağlamıştır. Bu durum, ayrıca, pazarda düşük fiyatlı ürün talebinin de arttığını göstermektedir. Pazara coğrafi açıdan yakınlıkları ile lojistik avantaj yaratan, Meksika ile STA'sı ve yatırımları bulunan ABD ve Kanada'nın da Meksika'ya gerçekleştirdikleri ihracat incelenen dönemde artmıştır. Türkiye'nin ise hâlihazırda artmakta olan fren ve servo frenler ihracatını, pazarlama faaliyetleri ile beraber daha yüksek değere çıkarması beklenmektedir.

#### **Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları:**

2015 yılında 2,35 Milyar \$ değerinde şanzıman ve diferansiyel aksamları ithal eden Meksika, ithalatının yarısından fazlasını ABD'den gerçekleştirmektedir. Japonya ve Çin de pazarda etkin konumdadır. Türkiye'nin 11 Milyon \$'lık ihracatının olduğu ülkede, ağırlıklı olarak orta seviyede fiyatı olan ürünler talep görmektedir. ABD ve Japonya bu talebin önemli bir bölümünü karşılarken, Çin düşük fiyatlı ürün talebini karşılamaktadır.



**Şekil 77: Meksika'nın 2015 Yılı Şanzıman ve Diferansiyel Aksamı (GTIP: 870850) İthalatı (Milyon \$) ve 2011-2015 Arası Bileşik Büyüme Oranı (%)**





Kaynak: Trademap

Meksika 2011-2015 yılları arasında şanzıman ve diferansiyel aksamı ithalatını yılda ortalama %4,8 artırmıştır. Ülkenin aynı dönemde ABD, Çin ve Türkiye'den yaptığı ithalatta da artış görülmektedir. ABD'nin pazara olan yakınlığı ve yatırımları, Meksika'ya ihracatının artmasının en önemli nedeni olurken, Çin'in fiyattaki rekabetçiliği pazar payındaki artışın en önemli sebebidir. Özellikle Çin'in pazardaki payını yüksek oranda artırması, pazardaki düşük fiyatlı ürün talebinin arttığını göstermektedir. Türkiye'nin ise Meksika'ya otomotiv ihracatının artması ve Türk otomotiv sanayi firmalarının Meksika'daki pazarlama faaliyetlerinde (fuar vb.) etkin olmaları, Türkiye'nin pazardaki etkinliğinin artmasının başlıca sebebidir.

### **Satış ve Dağıtım Kanalları:**

Meksika pazarında öne çıkan satış ve dağıtım kanalları dört segmentten oluşmaktadır. Bunlar, temsilcilik, bölgesel distribütör, araç filo kiralama şirketleri ve OEM firmalardır. Ağırlıklı olarak temsilcilik ya da bölgesel distribütörlük ile çalışılması önerilmektedir. Bölgesel distribütörler, yetkili distribütörlere göre daha küçük hacimlidir. Ek olarak, Meksika'ya ihracat gerçekleştirmeyi planlayan firmalar için danışmanlık firmaları ile irtibata geçilmesi alternatifler arasında yer almaktadır. Meksikalı potansiyel müşteriler ile irtibat kurularak zaman ve maliyet avantajı sağlanabilmektedir. Ayrıca ürünlerin stokta ve hazır olması gerektiği durumlarda bu gibi ilişkilerin önemi daha da artmaktadır. Bölgede öne çıkan ticari noktalar, Mexico City, Gualajara, Monterrey'dir. Ayrıca, körfez kıyısındaki Altamira, Tampico, Veracruz ve Progreso limanları ile Pasifik kıyısındaki Ensenada, Lazaro Cardenas, Manzanillo ve Puerto Madero limanları oldukça donanımlıdır.

## Türkiye için Pazardaki Fırsat ve Tehditler:

Fırsatlar	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Ülkenin Kuzey ile Güney Amerika'nın ortasında yer alması sebebiyle önemli ticari noktalardan biri olması ve dolayısıyla uzun dönemde bölgedeki yeni pazarlara giriş için önem arz etmesi</li><li>▶ Nüfusunun 2020 yılı itibariyle 135 Milyona ulaşacağını beklenmesi</li><li>▶ Ekonomik büyüme beklentisi</li><li>▶ İş yapma kolaylığı endeksinde hedef pazarlar arasında en yüksek sıralamada yer alması</li><li>▶ Üretimdeki verimlilik, iç ve dış talep ve orta gelir sınıfındaki genişlemeler ile 2016-2020 arasında otomotiv satışlarında 400 Bin adetlik artış beklentisi</li><li>▶ Dünyanın yedinci büyük otomotiv üreticisi olması sebebiyle otomotiv yan sanayi sektörü için büyük potansiyel barındırması</li><li>▶ Otomotiv üretiminde 2016-2020 yılları arasında %8,1'lik artış beklentisi</li><li>▶ Ortalama araç yaşının 16 olması sebebiyle ülkenin hem <i>aftermarket</i> hem de <i>OEM</i> pazarı hem de otomotiv satışı için yüksek potansiyel arz etmesi</li><li>▶ <i>OEM</i> firmalarının yatırımlarını artırmaları sebebiyle tedarik zincirinin farklı seviyelerindeki firmalar için önemli potansiyele sahip olması</li><li>▶ İlgili tüm ürünlerde Meksika'nın küresel ithalatının artış göstermesi</li><li>▶ Meksika'nın motor aksam ve parçaları, fren ve servo frenler ile şanzıman ve diferansiyel aksamaları ürünlerinde Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalatını arttırması</li></ul>	
Tehditler	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Gümrük süreç yükünde orta seviyede, yolsuzluk algı endeksinde ise yüksek seviyede risk barındırması</li><li>▶ Küresel seviyede önemli otomotiv üreticileri arasında yer alması sebebiyle pazardaki rekabetin yüksek olması</li><li>▶ Pazarda ABD başta olmak üzere Asya Pasifik ve Avrupa ülkelerinin hakimiyetinin yoğun olması</li><li>▶ Küresel pazarda Türkiye'nin en önemli rakipleri ile STA'sının bulunması</li></ul>	

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

#### Gümrük Vergileri:

Hedef ülkelerin motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, tamponlar & aksam ve parçaları, fren ve servo frenler ve şanzıman ve diferansiyel aksamı ürünlerinde ihracatçı ülkelere uyguladıkları gümrük vergi oranları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

**Suudi Arabistan** incelenen ürünlerin hepsinde, Türkiye ve pazarda etkin olan diğer ülkelere %5 oranında gümrük vergisi uygulamaktadır. Bu yüzden, gümrük vergisi sebebiyle pazarda rekabet avantajı elde eden ülke bulunmamaktadır.

**Tablo 11: Suudi Arabistan Gümrük Vergi Oranları**

GTIP Numaraları	8409	8483	870810	870830	870850
Türkiye	%5	%5	%5	%5	%5
AB Ülkeleri	%5	%5	%5	%5	%5
ABD	%5	%5	%5	%5	%5
Çin	%5	%5	%5	%5	%5
Japonya	%5	%5	%5	%5	%5
Tayland	%5	%5	%5	%5	%5

Kaynak: Trademap

**İtalya** Gümrük Birliği nedeniyle diğer AB ülkeleri ve Türkiye'ye, incelenen ürünlerde gümrük vergisi uygulamamaktadır. Pazarda etkin olan ABD, Çin ve Hindistan ise, aynı oranda gümrük vergisi ödemektedir. Bu yüzden, Türkiye ve AB üyesi ülkelerin İtalya pazarında rakiplerine kıyasla avantaja sahip oldukları söylenebilir. Ancak, yakın zamanda yürürlüğe girmesi beklenen Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı ile ABD ve AB arasındaki gümrük vergisi kalkacaktır.

**Tablo 12: İtalya Gümrük Vergi Oranları**

GTIP Numaraları	8409	8483	870810	870830	870850
Türkiye	%0	%0	%0	%0	%0
AB Ülkeleri	%0	%0	%0	%0	%0
ABD	%2,7	%2	%3,8	%4,1	%4
Çin	%2,7	%2	%3,8	%4,1	%4
Hindistan	%2,7	%2	%3,8	%4,1	%4

Kaynak: Trademap

**Azerbaycan** BDT üyesi olan Rusya ve Beyaz Rusya'dan gümrük vergisi almamaktadır. Motor aksam ve parçaları ve transmisyon milleri ve kranklar ürünlerinde Türkiye ve pazarda etkin olan diğer ülkelerden %0,5 oranında gümrük vergisi tahsil eden Azerbaycan, incelenen diğer ürünlerde ülkelere %5 oranında gümrük vergisi uygulamaktadır.

**Tablo 13: Azerbaycan Gümrük Vergi Oranları**

GTIP Numaraları	8409	8483	870810	870830	870850
Türkiye	%0,5	%0,5	%5	%5	%5
AB Ülkeleri	%0,5	%0,5	%5	%5	%5
ABD	%0,5	%0,5	%5	%5	%5
Rusya	%0	%0	%0	%0	%0
Beyaz Rusya	%0	%0	%0	%0	%0
İsrail	%0,5	%0,5	%5	%5	%5
Güney Kore	%0,5	%0,5	%5	%5	%5

Kaynak: Trademap

**Meksika** AB ülkeleri, ABD, Kanada gibi ülkeler ile yaptığı STA'lardan dolayı, bu ülkelerden gümrük vergisi almamaktadır. Japonya'dan ise sadece tamponlar & aksam ve parçaları ürününde %1,2 oranında gümrük vergisi tahsil etmektedir. Türkiye, Çin ve Güney Kore ise, aynı oranda gümrük vergisi ödemektedir. Bu sebeple AB üyesi ülkeler, ABD, Kanada'nın, Meksika pazarında rakiplerine karşı avantajlı bulunmaktadır. Japonya ise tamponlar & aksam ve parçaları ürünü haricinde tüm ürünlerde rakiplerine karşı avantajlı konumdadır.

**Tablo 14: Meksika Gümrük Vergi Oranları**

GTIP Numaraları	8409	8483	870810	870830	870850
Türkiye	%0,4	%0,5	%2,5	%1,3	%1,6
AB Ülkeleri	%0	%0	%0	%0	%0
ABD	%0	%0	%0	%0	%0
Çin	%0,4	%0,5	%2,5	%1,3	%1,6
Japonya	%0	%0	%1,2	%0	%0
Kanada	%0	%0	%0	%0	%0
Güney Kore	%0,4	%0,5	%2,5	%1,3	%1,6

Kaynak: Trademap

**Kenya** incelenen ürünlerin tümünde Türkiye ve pazarda etkin olan ülkelerden %10 oranında gümrük vergisi tahsil etmektedir. Bu durum, Türkiye ve pazarda

etkin olan diğer ülkeler için birbirlerine karşı herhangi bir rekabet avantajı sağlamamaktadır.

**Tablo 15: Kenya Gümrük Vergi Oranları**

GTIP Numaraları	8409	8483	870810	870830	870850
Türkiye	%10	%10	%10	%10	%10
AB Ülkeleri	%10	%10	%10	%10	%10
ABD	%10	%10	%10	%10	%10
Çin	%10	%10	%10	%10	%10
Hindistan	%10	%10	%10	%10	%10
Japonya	%10	%10	%10	%10	%10
Güney Afrika	%10	%10	%10	%10	%10

Kaynak: Trademap

Hedef pazarlardaki gümrük vergi oranları incelendiğinde,

- ▶ Suudi Arabistan ve Kenya pazarlarında incelenen tüm ürünlerde Türkiye'ye ve rakiplerine sırasıyla %5 ve %10 oranında gümrük vergisi uygulandığı,
- ▶ İtalya'da Türkiye'nin Gümrük Birliği sebebiyle gümrük vergisinden muaf olması ve AB üyesi olmayan rakiplerine karşı avantaj sağladığı,
- ▶ Meksika pazarında Türkiye'nin Çin ve Güney Kore haricindeki rakiplerine karşı gümrük vergisi sebebiyle dezavantaja sahip olduğu,
- ▶ Azerbaycan'da Rusya ve Beyaz Rusya'nın, Türkiye ve pazarda etkin olan diğer ülkelere karşı gümrük vergisi avantajına sahip olduğu tespit edilmiştir.

### **Ticari Anlaşmalar:<sup>67</sup>**

Türkiye'nin AB ile yaptığı Gümrük Birliği anlaşması sebebiyle AB üyesi olan İtalya ve Türkiye, otomotiv yan sanayi ürünlerini de kapsayan sanayi ürünlerinde birbirlerine gerçekleştirecekleri ihracatlarda gümrük vergisinden muaftırlar. Gümrük Birliği'nin dışında

Çifte Vergilendirmeyi Önleme, Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması ve Ticari ve Ekonomik İşbirliği Anlaşmaları<sup>68</sup> ile iki ülke arasındaki yatırımların büyütülmesi, ticari ilişkilerin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

<sup>67</sup> TC Ekonomi Bakanlığı, Dış İlişkiler, 2016

<sup>68</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

**Suudi Arabistan** ile Türkiye arasında herhangi bir STA bulunmazken, Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması ve Ticari ve Ekonomik İşbirliği Anlaşmaları iki ülke arasındaki ticari ilişkileri geliştirmektedir. Suudi Arabistan ile yapılan bu anlaşmalar gümrük vergisi açısından herhangi bir avantaj sağlamamaktadır.

**Azerbaycan** ile Türkiye arasında herhangi bir STA bulunmamaktadır. Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması ve Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşmaları iki ülke arasında ön plana çıkan ticari anlaşmalardır. Ancak bu anlaşmalar gümrük vergisi açısından iki tarafa da herhangi bir avantaj sağlamamaktadır.

Türkiye'nin, **Meksika** ve **Kenya** ile herhangi bir ticari anlaşması bulunmamaktadır. Ancak Meksika ile Türkiye arasında yapılacak bir STA'nın müzakereleri devam etmektedir.

### **Standartlar ve Regülasyonlar:**

İtalya'ya otomotiv yan sanayi ürünü ihraç etmek isteyen firmalar Avrupa Birliği tarafından belirlenen AVSQ, BS 7799, The European CE directives, EAQF, EN 4600, TickIT ve VDA 6.1 standartlarına sahip olmak zorundadır.<sup>69</sup>

Suudi Arabistan'a otomotiv yan sanayi ürünü ihraç etmek isteyen üreticiler; Suudi Arabistan Standartlar Teşkilatı'nın (SASO) uyguladığı zorunlu standartlara sahip olmalıdır. Örneğin, söz konusu ürünün Suudi Arabistan'a girişinden önce mutlaka uygunluk belgesine sahip olması gerekmektedir. Söz konusu belgelerin tam metni ücret dâhilinde SASO'dan temin edilebilmektedir.<sup>70</sup>

Azerbaycan'a otomotiv yan sanayi ürünü ihracatı yapmak isteyen firmalar; Azerbaycan Hükümeti'nin uyguladığı AB direktifleri gereği 2001/95/EC 'ye uymak zorundadır. Azerbaycan Cumhuriyeti'nin "Tüketici Haklarının Korunması Hakkında Kanunu" gereğince uygunluk sertifikası (Standart Belgesi) olmayan ürünlerin satışı ve kullanılması yasaktır. Öte yandan, ithal edilen mallarda BDT ülkelerinin standart kurumları ile TSE tarafından verilen standart belgeleri geçerli kabul edilmektedir.<sup>71</sup>

Kenya Hükümeti otomotiv ve otomotiv yan sanayi ürünleri için kendi standartlarını kullanmaktadır. Kenya'da ticaret yapabilmek için Kenya Standartlar Bürosu kurumunun belirlediği standartlara sahip olunması gerekmektedir. Örneğin, ihracatçılar, başta fren ve aksamları ve süspansiyon

---

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

<sup>69</sup> CBI, European Commission, 2016

<sup>70</sup> Saudi Standards, Metrology and Quality Organization

<sup>71</sup> European Commission, 2016

olmak üzere çoğu araba parçası için geçerli olan KS 1515 standardına sahip olmak zorundadır. Ayrıca, ihraç edilen motor aksam ve parçaları, standart emisyon ve ses seviyesi testi de olan KS 1515'ten geçmek zorundadır.<sup>72</sup>

Meksika Hükümeti, Avrupa, Asya, Kuzey ve Güney Amerika ülkeleriyle Serbest Ticaret Antlaşması imzalamış, trans-pasifik ortaklığına üye olmuştur. Yapılan anlaşma ve ortaklıklar sebebiyle Meksika'nın bu ülkelerle tarife dışı ticari engelleri kalkmıştır. Ülke, otomotiv yan sanayi ürünlerinde AB üyesi ülkelerin sahip olduğu standartları kabul etmektedir.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Kenya Bureau of Standards, 2016

<sup>73</sup> International Trade Administration, 2016

## 5. Sektöre Yönelik Tavsiyeler

### 5.1. Eğitim ve Gelişim Önerileri

Konya Ticaret Odası bünyesinde yer alan ve otomotiv yan sanayiinde faaliyet gösteren firmaların mevcut durumları ve hedeflenen pazarları göz önünde bulundurularak, ihracat faaliyetlerini belirli bir strateji üzerinden yönetmelerini sağlamak ve gerekli alanlarda yetkinliklerinin gelişimini desteklemek için aşağıda yer alan eğitimler önerilmektedir:

#### **İhracat Yetkinlikleri:**

- ▶ Pazar Araştırması Yöntemleri
- ▶ Uluslararası Pazarlama ve Dağıtım Kanalları
- ▶ Dış Ticarete Kalite, Çevre ve Güvenlik
- ▶ Ürün Kalite Standartları ve Sertifikasyonlar
- ▶ İhracata Yönelik Devlet Yardımları
- ▶ Dış Ticarete Kullanılan Belgeler
- ▶ Dış Ticarete Standartlar
- ▶ Ticari İletişim İngilizcesi



#### **Pazarlama Stratejileri ve Hedefler:**

- ▶ İhracatta Pazarlama
- ▶ İş Geliştirme
- ▶ Müşteri Segmentasyon Stratejisi
- ▶ Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi
- ▶ Marka ve Markalaşma Stratejisi
- ▶ Aile Şirketi Yönetimi ve Kurumsallaşma
- ▶ Stratejik Planlama
- ▶ Rekabet Analizi
- ▶ Kilit Müşteri Yönetimi
- ▶ Pazarlama Planının Oluşturulması



#### **Organizasyonel Yapı ve Personel:**

- ▶ Eğitim ve Gelişim Yönetimi
- ▶ İş Analizi ve İnsan Gücü Planlama
- ▶ Zaman Yönetimi
- ▶ Süreçler ve Görev Tanımları





### **Üretim Süreçleri ve BT Yetkinlikleri:**

- ▶ Ürün Geliştirme
- ▶ Girişim ve İnovasyon
- ▶ Ar-Ge ve Teknolojik İnovasyon
- ▶ İş Ekipmanlarının Güvenli Kullanımı
- ▶ Süreç Yönetimi
- ▶ Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi
- ▶ B2B Odaklı Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM)
- ▶ Toplam Kalite Yönetimi
- ▶ Bilgisayar Destekli Reklam ve Tasarım



### **Finans Yetkinlikleri:**

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



## 5.2. Pazarlarda Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Bu bölümde Suudi Arabistan, Azerbaycan, İtalya, Kenya ve Meksika'nın yer aldığı hedef pazarlara otomotiv yan sanayi ürünleri ihraç etmek isteyen firmaların yararlanmaları için pazara yönelik tavsiyeler, eğilimler ve önemli noktalara yer verilmektedir.<sup>74</sup>

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

- ▶ Bazı özel sektör firmaları dinlenme saatleri sona erdikten sonra 17:00-21:00 arasında çalışmaya devam etmektedir.
- ▶ Özel sektörde faaliyet gösteren firmalar genellikle Perşembe günleri de çalışmaktadır.

### **Gümrük Prosedürleri:**

- ▶ Suudi Arabistan'a ihracat gerçekleştirecek firmaların ticari faturalarını ve menşe şahadetnamelerini elektronik ortamda iletebilecekleri [www.exportal.com](http://www.exportal.com) sitesi, Suudi Arabistan gümrük makamları tarafından talep edilen ve kağıt üzerinde doldurulan formların yerini almıştır. Bu internet sitesinden ulaşılabilecek sistemde işlem yapmayan firmaların evraklarının hiçbir işleme tabi tutulmayacağı 25.12.2014 tarihinde TC Ekonomi Bakanlığı tarafından bildirilmiştir.
- ▶ SASO<sup>75</sup> standartları doğrultusunda otomotiv yedek parçası ihracatı gerçekleştirecek firmalar uygunluk belgelerini ibraz etmek durumundadır. Ayrıca ülke menşei mutlaka belirtilmelidir.
- ▶ Beş yılı aşkın otomotiv parçası ve araç ihracatı yasaktır. Özellikle *aftermarket* pazarı için taklit ürünlerin satışı hususunda bir takım yasal yaptırımlar getirilmiştir.

### **Müşteri Profili ve Müşteri Alışkanlıkları:**

- ▶ Düşen petrol fiyatları karşısında otomotiv tüketimi az da olsa olumsuz yönlü etkilenmiştir. Fakat böylelikle uzun süreli kullanılmaya başlanan araçlar *aftermarket* sektöründe olumlu yönlü etki yaratmıştır.

<sup>74</sup> Bu bölümün oluşturulmasında ülke bazlı otomotiv yan sanayi sektör raporlarından; International Trade Administration 2016 Top Markets Report Automotive Parts, 2016, Automotive Resource Guide ve TC. Ekonomi Bakanlığı'nın ülke masalarında yer alan bilgilerden faydalanılmıştır.

<sup>75</sup> Saudi Arabian Standard Organisation

- ▶ Suudi Arabistan, GCC<sup>76</sup> bölgesinde yeni ve ikinci el otomotivde en büyük pazar olmakla birlikte otomotiv yan sanayi sektöründe de lider konumdadır. Dolayısıyla, müşterilerin ikinci el araç kullanımıyla birlikte otomotiv yan sanayi ürünlerine olan ihtiyacı da artmaktadır.
- ▶ 2015 yılı itibariyle 900 Bin araç (araba, ticari araç ve kamyon) satıldığı tahmin edilmektedir. Sonraki yıllarda bu satışların 1 Milyon adede ulaşacağı öngörülmektedir. Toplam kullanılan araç sayısının ise 8 Milyona yükseldiği tahmin edilmektedir.
- ▶ Her evde ortalama 1 adet araç bulunmaktadır. En çok tercih edilen markalar, Toyota, Hyundai ve Chevrolet'dir.
- ▶ Suudi Arabistan'ın iklimi sebebiyle lastik ve batarya başta olmak üzere bazı araç parçalarının düzenli değişimi gerekmektedir.
- ▶ Ticari araç satışlarının 2020 yılı itibariyle 1,2 Milyon adede çıkması ve Suudi Arabistan *aftermarket* sektörünün yine aynı dönemde 5,5 Milyar \$ hacme ulaşması beklenmektedir. Bu durum, ülkede yer alan 200'ün üzerinde otomotiv parça satıcısı<sup>77</sup> için büyük bir potansiyel oluşturacaktır.
- ▶ Ülke genelinde yakıt kullanımını kontrol altına almak için CAFE<sup>78</sup> standartları getirilmiştir. Fakat yaygın olan arazi araç kullanımı ve ailelerin kalabalık nüfuslu olmasından dolayı uygulama beklenen seviyede gerçekleşmemiştir. Öte yandan motor boyutlarında küçülmeye ve yakıt randımanlı araçlara yönelim başlamıştır. Örneğin, Toyota Prius modelini Suudi Arabistan'da lansmanını gerçekleştirmiştir.
- ▶ Sedan, 4x4 ve arazi araçları, off-road ve çölde araç kullanımının yaygın olması sebebiyle çokça tercih edilmektedir. Bu durum *aftermarket* tedarikçileri için büyük potansiyel vaat etmektedir.
- ▶ Kalite Suudi Arabistanlı tüketiciler için oldukça önemli bir unsur olup, birçok standart ile ürünler ithalat esnasında segmente edilmektedir. Fiyat hususu kaliteden sonra gelmektedir.
- ▶ Ortalama araç yaşı 3,8'dir. Büyük ev haneleri ABD menşeli markaları tercih ederken, daha küçük hanelerde Avrupa menşeli markalar tercih edilmektedir. Gelir seviyesi düşük olan hanelerde ise Kore menşeli markaların araçların olduğu gözlemlenmiştir.

### **Ödeme Şekilleri:**

- ▶ Nihai müşterilerde peşin ödeme şekli daha yaygındır.

---

<sup>76</sup> Gulf Cooperation Council

<sup>77</sup> BMI

<sup>78</sup> Corporate average fuel economy

### **Ana Oyuncular ve Rekabet Seviyesi:**

- ▶ Re-export sisteminin yaygın olması sebebiyle ülkedeki otomotiv ithalatı seviyesi oldukça yüksektir.
- ▶ Küresel seviyedeki önemli otomotiv üreticilerinin pazarda yer almaları sebebiyle rekabet oldukça yüksektir, dolayısıyla otomotiv yan sanayi tedarikçileri de yaygın modelleri baz alarak pazarda rekabet avantajı sağlayabilmektedir.
- ▶ Japon ve Koreli firmalara tedarik sağlayan firmalar, Suudi Arabistan pazarının yaklaşık %70'ini meydana getirmektedir.
- ▶ Ülke genelinde yerel otomotiv parça üreticisi ve kamyon üretimi oldukça az miktarda gerçekleşmektedir. Hafif araç üretimi ise bulunmamaktadır. Otomotiv sanayi genel olarak dışa bağımlı bir yapıya sahiptir. En çok tercih edilen araba markaları arasında Toyota Hilux, Corolla, Yaris, Land Cruiser ve Camry; Hyundai Elantra ve Accent; General Motor Yukon, Tahoe, Suburban ve Impala; ve Ford Expedition, Ranger, Taurus ve Explorer yer almaktadır.
- ▶ Petrole olan bağımlılığı azaltmak için sektörel çeşitlilik planlamasında otomotiv sektörü de yer almaktadır. Suudi Arabistan hükümeti, küresel araç üreticilerini, ülkede üretim tesisi açmaları için teşvik etmektedir. Böylelikle, *OEM* ve *tier one*, *tier two* ve diğer firmalar için pazarda büyük potansiyeller oluşacağı öngörülmektedir.
- ▶ Mevcutta yerel firmalar tarafından filtre, radyatör, batarya, hidrolik yağlar, yağlayıcılar, egzoz sistemleri ve dönüştürücü üretimi gerçekleştirilmektedir.

	Mesai Saatleri	Tatil Günleri	Resmi Tatiller
<b>Azerbaycan</b>	09.00-18.00	Cumartesi & Pazar	1-2 Ocak, 20 Ocak, 8 Mart, 20-24 Mart, 9 Mayıs, 28 Mayıs, 15 Haziran, 26 Haziran, 18 Ekim, 31 Aralık

- ▶ Resmi dil Azerice olmakla birlikte, Rus dili de oldukça yaygındır.
- ▶ İş adamları maksimum 1 ay olmak üzere 40 \$ ile 250 \$ arası ücret karşılığında vize almak zorundadır.

### **Gümrük Prosedürleri:**

- ▶ Barter yoluyla yapılan dış ticaret işlemlerinde, eşdeğer malların gönderilmesi ve teslim süresi en fazla 90 gündür. Mallar gönderilmediği takdirde mal bedeli mukavelede belirtilen döviz cinsi ile 10 iş günü içinde alacaklının banka hesabına yatırılmalıdır. Ayrıca, barter işlemleri İktisadi İnkişaf Bakanlığı'nın iznine tabidir.
- ▶ Azerbaycan Cumhuriyeti'nin "Tüketici Haklarının Korunması Hakkında" Kanunu gereğince uygunluk sertifikası (Standart Belgesi) olmayan ürünlerin ithalatı yasaktır. Azerbaycan'a yabancı ülkelerden malların ithalatının yapılabilmesi için milli sertifika belgelerine uygun olarak, malların standart belgesi ve deneme protokollerinin Azerdevletstandard'a takdim edilmesi ve bu malların milli sertifikalaştırma sisteminde testlerinin yapılması gerekmektedir. Ancak, ithal edilen mallarda BDT Ülkeleri'nin standart kurumları ile TSE tarafından verilen standart belgeleri geçerli olarak kabul edilmektedir.
- ▶ Yakın zamana kadar ithal edilen ürünlerin üzerindeki etiketlerin İngilizce, Rusça, Türkçe olması yeterli görülürken, Mart 2010 tarihinden itibaren Azerbaycan Türkçesi ile olması uygulamasına geçilmiştir.

### **Müşteri Profili ve Müşteri Alışkanlıkları:**

- ▶ Ülkedeki petrol ve gaz üretiminin yüksek seviyede olması sebebiyle tüketicinin alım gücü de aynı paralellikte ilerlemektedir.
- ▶ Ek olarak, artan refah düzeyi ile müşteri beklentileri de artmaktadır. Tüketilen ürünlerde kalite ve hizmete daha da fazla önem verilmektedir. Dolayısıyla otomotiv yan sanayi sektörü de dahil olmak üzere kalite belgelerinin kapsamı genişlemektedir.
- ▶ 2016 yılı içerisinde Formula 1 yarışları Azerbaycan'da düzenlenmiştir ve bu tarz etkinlikler yedek parça üreticileri için büyük potansiyel arz etmektedir.

- ▶ Standart ve regülasyonların çok sıkı bir denetime tabi olması sebebiyle araba ithalatında düşüş yaşanmıştır.
- ▶ Bir aracın ortalama yaşı 10 yaş üstüdür.
- ▶ Araç satın alımında artış meydana gelmiştir ve dolayısıyla yedek parçaya olan ihtiyaç da giderek artmaktadır. Bununla birlikte, Azerbaycan yedek parça hususunda dışa bağımlı bir yapıya sahiptir.

### **Ödeme Şekilleri:**

- ▶ Ticarete büyük ölçüde nakit ödeme tercih edilmektedir. Dış ticaret işlemlerinde tercih edilen diğer ödeme şekli ise akreditifli ödemedir.

### **Ana Oyuncular ve Rekabet Seviyesi:**

- ▶ 2016 yılı içerisinde Azeurocar (Azerbaycan) ve Iran Khadro (İran), binek araç üretimi için anlaşma yapmıştır. Azerbaycan Neftchala Endüstri Merkezinde gerçekleştirilmesi planlanmaktadır. *OEM* ve *tier one*, *tier two* ve diğer firmalar için pazarda büyük potansiyel oluşacağı öngörülmektedir.
- ▶ Ülkede özellikle Rusya'nın gümrük muafiyeti ile Japon ve Güney Kore araçlarının yoğunlukta olduğu gözlemlenmiştir.
- ▶ Rus Ulyanosk ve Kamaz marka araçların montajı Azerbaycan'da gerçekleştirilmektedir.

İtalya	Mesai Saatleri	Tatil Günleri	Resmi Tatiller
	09.00-18.00	Cumartesi yarım gün & Pazar	1 Ocak, 6 Ocak, 4-5 Nisan, 25 Nisan, 1 Mayıs, 2 Haziran, 15 Ağustos, 1 Kasım, 8 Aralık, 25 Aralık, 26 Aralık

- ▶ Resmi dil İtalyanca olup, İngilizce çok yaygın olarak kullanılmamaktadır. Bu sebeple, iş ziyaretlerinin tercüman ile birlikte yapılması önerilmektedir.
- ▶ Vize başvuruları, konsolosluk tarafından yetkilendirilmiş olan IDATA adlı özel bir şirket aracılığı ile yapılmaktadır.
- ▶ Birçok firma Ağustos ayında bayram sebebiyle tatildir.

### **Gümrük Prosedürleri:**

- ▶ İtalya'nın AB üyesi olması sebebiyle ihracatçı firmalar için AB teknik mevzuatı uygulanmaktadır.
- ▶ İthalatı gerçekleştirilmesi planlanan ürünlerin üzerinde CE işareti bulunmak zorundadır. Bu sertifikasyon ile ithalatı gerçekleştirilen ürünlerin AB standartlarını sağladığı ibraz edilmelidir.
- ▶ İkinci el yedek parça ticareti, İtalyan Yol Standartlarını karşıladığı sürece yapılmasına izin verilmektedir. Bunun sebebi fren, direksiyon süspansiyon ve şanzıman gibi parçaların arabanın güvenliğini doğrudan etkilemesidir.

### **Müşteri Profili ve Müşteri Alışkanlıkları:**

- ▶ Binek araba üretimi 2014 yılı itibariyle %58,8 oranında artış göstermiştir. Avrupa bölgesinde potansiyeli yüksek görülen önemli pazarlardan biridir.
- ▶ Fiat Grup genellikle küçük motorlu araçlar üretmektedir. AB standartları doğrultusunda karbondioksit emilimi olan CNG<sup>79</sup> ve LPG türü araç üretimine ağırlık vermiştir. Bununla birlikte, İtalya CNG türü araç kullanımı konusunda Avrupa'da lider konumda yer almaktadır.

### **Ödeme Şekilleri:**

- ▶ Genellikle kredi kartı ile ödeme gerçekleştirilmektedir.
- ▶ Ülke düzensiz ödeme ve rüşvet hususunda ortalamanın üzerinde iyi bir tablo çizmektedir.<sup>80</sup>

<sup>79</sup> Compressed Natural Gas: Sıkıştırılmış doğal gaz

<sup>80</sup> Growing Beyond Borders, EY Araçları

### **Ana Oyuncular ve Rekabet Seviyesi:**

- ▶ İtalya'daki fuarlara katılım göstermek müşteri, ajans ve distribütörler ile iletişime geçmek için en etkili yöntemlerden biri olarak gösterilmektedir.
- ▶ Pazarda Asyalı ve Avrupalı üreticilerin varlığı büyük ölçüde hissedilmektedir. Yerel, büyük çaplı ve aynı zamanda *OEM* olan firmalar arasında FIAT, Piaggio, Micro- Vett ve Ducati Energia yer almaktadır.
- ▶ Fiat ve Chrysler 2014 yılı itibariyle 4,4 milyon adet araç satmıştır.
- ▶ Fiat, Alfa Romeo, Maserati, Lancia ve Lamborghini yerel üretimin %90'ını gerçekleştirmektedir.
- ▶ Hybrid ve elektrikli araç pazarı göreceli olarak daha yavaş büyüye de pazardaki oyuncular arasında; Cadillac Escalade, Chevrolet Volt, Ford Focus Electric, Tesla Model S ve Tesla Roadster yer almaktadır. Bu araçlara yönelik talebin otomotiv yan sanayi ürünlerini de dönüştürebileceği öngörülmektedir.
- ▶ Yeniden yapılandırılan/ üretilen yedek parçaların ithalatı gerçekleştirilebilmektedir. Fakat bu ürünlerde yine AB standartları ve CE belgesi aranmaktadır. Ayrıca yeniden yapılandırma hususunda garanti süresi tüketiciler için büyük önem arz etmektedir.
- ▶ İtalya'da yeniden üretimi gerçekleştiren 200'ün üzerinde firma bulunmaktadır. Bu firmalar aynı zamanda hem yeni parçalar üretip hem de eski parçaları yenilemektedir. Yenileme işlemi yapan firmalar daha mağaza tipi çalışmaktadırlar.
- ▶ Yerli üretim ile Avrupa'daki diğer firmaların oluşturduğu rekabet bölgede oldukça güçlüdür. Bu firmalar teknoloji ve inovasyon ile pazarda öne çıkmaktadır.
- ▶ Teknoloji, ARGE kapasitesi, inovasyon, büyük markalar ile taşeronluk anlaşmaları İtalya pazarı için hedefler arasında yer almaktadır.



Kenya	Mesai Saatleri	Tatil Günleri	Resmi Tatiller
	08.00- 17.00	Cumartesi & Pazar	1 Ocak, Uğurlu Cuma Nisan (günü değişir), Paskalya Pazartesi Nisan (günü değişir), 1 Mayıs, 1 Haziran 10 Ekim, 20 Ekim, 12 Aralık 25 Aralık & 26 Aralık

- ▶ Umuma mahsus pasaport sahipleri vizeye tabi tutulmakta olup vizelerini Kenya sınır kapılarından tedarik edebilmektedir.

### **Gümrük Prosedürleri:**

- ▶ Kenya'ya ithal edilen ürünlerin kalite denetimleri doğrultusunda Kenya standartlarına veya Kenya Standartlar Bürosu standartlarına uyum zorunluluğu bulunmaktadır.
- ▶ Gümrük tarifeleri DTÖ standartları ve ithal edilen mal özelinde belirlenmiştir. Ticareti gerçekleştirilen malın uygunluk belgesi alınması zorunludur.
- ▶ Kenya'ya otomotiv yedek parça ihracatı gerçekleştirmek isteyen firmanın, Kenya'da iş yapma yetkisine sahip firmalar tarafından ticaretini garanti altına alınması gerekmektedir.

### **Müşteri Profili ve Müşteri Alışkanlıkları:**

- ▶ Kenya'daki araç satın alımında son 10 yıllık dönemde bir düşüş görülmekle beraber bu durum *aftermarket* firmalarını olumlu yönde etkilemiştir.
- ▶ Ülkedeki tarım, üretim ve sektör çeşitliliğinin artması ile birlikte, *pick-up* kamyonlara olan eğilim artmıştır. Bu nedenle hem *OEM* hem de *aftermarket* firmaları için pazarda eğilimin yükselişe geçmesi beklenmektedir.

### **Ödeme Şekilleri:**

- ▶ Kenya pazarının büyümesi ile birlikte bankacılık sistemleri de son dönemde oldukça gelişim göstermiştir. Kredi referans ofisleri ile krediler daha geniş bir alana yayılmıştır.

### **Ana Oyuncular ve Rekabet Seviyesi:**

- ▶ Kenya otomotiv endüstrisi perakende satışlar ve dağıtım hususlarında öne çıkmaktadır. Kenya, Doğu Afrika'nın en önemli aktarma bölgesidir.

- ▶ Araç satışı 2015 yılı itibarıyla 20 Bin adede ulaşmıştır. Genel olarak ticari araçların yoğun olarak kullanıldığı pazarda **Isuzu** ve **Toyota**'nın hakimiyeti dikkat çekmektedir. Ek olarak, **Cooper Motor Corporation (CMC)**, **General Motors (GM)**, **Simba Colt** ve **Honda Motors DT Dobie** pazarda yer alan başlıca oyunculardır.
- ▶ Pazarda Avrupa'dan ithal edilen araçlar ve Uzak Doğu ülkelerinden ithal edilen ikinci el araçların rekabeti oldukça yüksektir. İkinci el araç ithalatı genellikle Japonya ve BAE'den gerçekleştirilmektedir ve ithalat, pazarın %70'ini oluşturmaktadır.
- ▶ Kenya Motor Endüstrisi Birliği (KMI), ikinci el araba satışı ve ekonomik durgunluk sebebiyle düşüş yaşayan yeni otomotiv alımını arttırmak için lobi faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Mevcutta ikinci el araba satışı *aftermarket* firmaları için olumlu bir tablo çizerken, artması beklenen yeni araba satışı da *OEM* firmalar için potansiyel teşkil etmektedir.

Meksika	Mesai Saatleri	Tatil Günleri	Resmi Tatiller
	09.00-18.00	Cumartesi & Pazar	-

- ▶ İş görüşmelerinde ana dil olan İspanyolca'nın tercih edilmesi sebebiyle bir tercüman eşliğinde ziyaretlerin gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

### **Gümrük Prosedürleri:**

- ▶ İkinci el araba ithalatı yerel düzenlemeler sebebiyle yasaktır.
- ▶ Otomotiv yan sanayi ürünü ithalatında NAFTA kapsamında yer alan standartlar dışında büyük bir engel bulunmamaktadır. Dolayısıyla, bu şartı sağlayan ürünlerde NAFTA Orjinallik Belgesi ibraz edilmelidir.

### **Müşteri Profili ve Müşteri Alışkanlıkları:**

- ▶ Ortalama araç yaşının yüksek olması, yedek parçaya olan talebi arttırdığından dolayı *aftermarket*ın gelişim eğilimi sergilemektedir.
- ▶ *Aftermarket* satışı planlayan firmalar için yedek parça skalasında; benzinli ve dizel motorlar, şanzıman ve parçaları, çarpışma onarım parçaları, elektrikli parçalar, bakım ve tamir ekipmanları gibi ürünler potansiyel teşkil etmektedir.
- ▶ Araba üretiminde daha küçük boyutlu ve yakıt performansı yüksek araçlar yönünde eğilim artmıştır.
- ▶ Meksika pazarı henüz elektrik ve hybrid araçlar için yeterli seviyeye ulaşmamıştır.
- ▶ OEM firmaları, mühendis yapımı parçalara, daha hafif materyallere, çevreye duyarlı ürünlere önem vermeye başlamıştır.

### **Ana Oyuncular ve Rekabet Seviyesi:**

- ▶ Meksika 2015 yılı itibariyle 3,4 milyon araç ile dünyada yedinci büyük üretici konumundadır. Aynı zamanda 85 Milyar \$ ile dünyada altıncı büyük otomotiv parçası üreticisidir. Son dönemlerdeki yatırımlar ile *OEM* firmaları için fırsatlar daha da artış göstermiştir.
- ▶ 230 Milyon \$ hacmi bulması beklenen yatırımlarla Pueblo, Estado de Mexico, Aguascalientes, Guanajuato, Sonora, Coahuila, Chihuahua, Morelos ve San Luis Potosi gibi şehirlerde otomotiv ana ve yan sanayi sektöründe yoğunlaşma olması öngörülmektedir. General Motors, Ford, Chrysler, Volkswagen, Nissan ve Honda gibi yerel üreticiler için büyüme beklentisi önem arz etmektedir.
- ▶ Pazardaki yeni oyuncular ise Mazda, BMW ve Audi markalarıdır.
- ▶ Ülke genelinde otomotiv parçası satışı gerçekleştiren yaklaşık 1.500 adet firma bulunmaktadır. Bunların %70'ini yabancı firmalar

oluşturmaktadır. Yabancı firmaların arasında ise %31'lik kısmı Japon, %26 ABD ve %23'ünü Alman firmalar yer almaktadır.

- ▶ OEM firmaları için temsilcilik ya da bölgesel distribütörlük ile pazara girilmesi önerilmektedir.
- ▶ Montaj tesisleri (OEM firmaları), *tier one* ve *tier two* gibi tedarikçi firmalarına mümkün olduğu kadar lojistik açıdan yakın olmayı tercih etmektedir. Böylelikle, envanter hacmini düşürmek ve just-in-time teslimat hedeflenmektedir.

## 6. Değerlendirme ve Sonuç

Küresel Sektör Eğilimleri ve Öncelik Hedef Pazarlar Analizi Raporu'nda hedef pazarların analizi bölümü altında beş hedef pazarın analizi gerçekleştirilmiş ve bu beş hedef pazarın Türkiye için avantaj oluşturduğu durumlar tespit edilmiştir. Analize dahil edilen bu pazarlar sırasıyla Suudi Arabistan, Azerbaycan, İtalya, Kenya ve Meksika'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, özellikle Meksika ve İtalya'da otomotiv yan sanayi sektörünün büyük hacimlere sahip olduğu görülmektedir. Aynı zamanda bu ülkeler, otomotiv yan sanayi sektörü gelişiminin en önemli tetikleyicisi olan otomotiv üretiminin de yoğun olarak gerçekleştirildiği bölgelerdir.

Suudi Arabistan ve İtalya lojistik bakımdan erişilebilirlikleri en yüksek ülkeler olarak yer almaktadır. Hedef ülkeler arasında, Meksika iş yapma kolaylığı açısından en iyi, Azerbaycan ise ortalamanın üzerinde skora sahip ülkeler konumundadır. Bununla birlikte, Suudi Arabistan gümrük süreci, İtalya ve Meksika genel risk seviyesi ile ortalamanın üzerinde bir tablo çizmektedir.

Ek olarak, Suudi Arabistan ve Azerbaycan pazarları, petrole dayalı ekonomileri sebebiyle gelir seviyeleri yüksektir ve aynı zamanda ekonomileri dalgalı bir yapıya sahiptir. Her iki ülkede de otomotiv yan sanayinin de içinde yer aldığı alternatif sektör geliştirmeleri yapılmaktadır. Kenya, ekonomideki gelişmeler ile tüketimini arttırmaktadır ve otomotiv ana ve yan sanayide dışa bağımlıdır.

Otomotiv yan sanayi sektöründe faaliyet gösteren firmalar için belirlenen beş hedef pazarın dış ticaret eğilimleri ve Türkiye'nin ihracat tecrübesi incelendiğinde, Kenya'nın oldukça yeni bir pazar olduğu göze çarpmaktadır. Genel olarak, 2009 yılından itibaren bu pazara gerçekleştirilen ihracat ivme kazanmıştır. 2011 yılından sonra ise pazardaki hacim iki katına çıkmıştır. Kenya'ya oranla Türkiye pazarda daha aktif olmakla birlikte, Azerbaycan'daki ivme ise 2007- 2008 yılları arasında kazanılmıştır. 2014 yılına kadar iyi bir performansta ilerlenen pazarda, ülkedeki yasal düzenlemeler sebebiyle yakın zamanda hacimsel olarak düşüş yaşanmıştır. Suudi Arabistan pazarında 2001 yılından itibaren faal olan Türkiye, 2006-2008 yılları arasında Türkiye'nin ihracatındaki artış dikkat çekmektedir. Pazarda herhangi bir vergi avantajına sahip olunmamasına rağmen ticaret hacmi artırılmıştır. Öte yandan 2014 yılına kadar ki dönemde pazardaki oyuncuların artması ile birlikte hacimsel düşüş yaşanmıştır. Meksika, lojistik açıdan zorlu bir pazar olmasına rağmen otomotiv sektörü bakımından oldukça önemli bir pazardır ve 2010 yılından

sonra dikkat çeken bir artış yakalanmıştır. İtalya, hem yakın coğrafyada yer alması, hem de otomotiv üretiminin ana noktalarından biri olması sebebiyle 2001-2015 yılları arasında ihracat hacmi iki katına çıkartılarak ticari ilişkiler geliştirilmiştir. Bu pazarda önemli oyuncuların yer alması ve teknolojik beklentilerin yüksek olmasına rağmen pazardaki faaliyetler devam etmektedir.<sup>81</sup> Genel olarak Türkiye'nin otomotiv yan sanayindeki ihracat tecrübesi değerlendirildiğinde, Türkiye'nin özellikle 2008-2009 ekonomik krizini fırsata çevirerek ihracatının ivme kazandığı görülmektedir. Böylelikle hem mevcutta var olunan pazarlardaki hacim arttırılmış, aynı zamanda da yeni pazarlarda da hızlı büyüme kaydedilmiştir.

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

- ▶ Suudi Arabistan pazarında; motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri & kranklar, fren ve servo frenler
- ▶ İtalya pazarında; motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, fren ve servo frenler
- ▶ Azerbaycan pazarında; motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, fren ve servo frenler
- ▶ Kenya pazarında; motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, fren ve servo frenler
- ▶ Meksika pazarında; motor aksam ve parçaları, transmisyon milleri ve kranklar, şanzıman ve diferansiyel aksamaları

**Suudi Arabistan**, sahip olduğu yüksek gelir seviyesi ve otomotiv üretiminin düşük seviyelerde gerçekleşmesi sebebiyle önümüzdeki dönemde de ithalata bağımlılığın büyük ölçüde devam edeceği öngörülmektedir. Bölgedeki *re-export* sisteminin yaygınlığı ve araç satışlarında yaşanması beklenen artışlar ile birlikte Türkiye'nin pazardaki bilinirliğinin daha da güçleneceği öngörülmektedir. Mevcutta herhangi bir rekabet avantajı sağlamayan gümrük vergisi oranlarında 2017-2018 yılları arasında genel bir düşüş yaşaması beklenmektedir. **Azerbaycan**'ın, araç ortalama yaşı oldukça yüksektir ve *aftermarket* firmaları için büyük bir potansiyel vaat etmektedir. Otomotiv yan sanayinde sektör spesifik olarak kalite ve standartların genişletilmesi ile birlikte ithalat daha zorlu bir hale gelmiştir ve dolayısıyla rakamlarda düşüş meydana gelmiştir. Fakat lojistik avantaj ile *OEM* firmalara (tier one & two dahil) daha hızlı teslimat yapılabilecektir. **İtalya**, otomotiv sektöründeki büyük oyuncuların gerçekleştirdiği yatırımlar ile üretimin, iç talebin artması ile de satışların daha da artış göstereceği öngörülmektedir. Avrupa'daki ikinci en yüksek araç rakamına sahip olan İtalya, otomotiv üretimi ile *OEM* firmalara (tier one & two dahil) büyük potansiyel arz etmektedir. Bununla birlikte, araç

---

<sup>81</sup> Trademap

ortalama yaşının yüksek olması ile de *aftermarket* firmalarının büyük fırsatlara sahip olduğu gözlemlenmektedir. Vergi muafiyeti ve lojistik konuma bağlı olarak, başta motor aksam ve parçaları ürünü olmak üzere Türkiye'nin pazardaki marka bilinirliğinin daha da gelişeceği tahmin edilmektedir. **Kenya**, otomotiv ana ve yan sanayiinde dışa bağımlı bir yapıya sahiptir. Küresel seviyedeki büyük oyuncuların ülkede gerçekleştirmeyi planladıkları yatırımlar ile üretimde artış meydana geleceği, dolayısıyla *OEM* firmalar (tier one & two dahil) için fırsatların artacağı tahmin edilmektedir. Kenya, Afrika bölgesindeki hem en fazla araç sayısına sahip olması hem de araç ortalama yaşının yüksek olması ile birlikte *aftermarket* firmaları için mevcuttaki konumunu korumaya devam etmektedir. **Meksika**, otomotiv ana ve yan sanayinin yoğun olarak gerçekleştirildiği bölgede çevresel faktörler sebebiyle birçok düzenleme getirilmiştir. Ülkedeki yabancı yatırımlar, nüfus artışı ve ekonomik gelişmeler ile hali hazırda yoğun olan otomotiv ana ve yan sanayinin hem otomotiv üretimiyle hem de satışlarıyla daha da gelişeceği öngörülmektedir. Ülkedeki üretim değerlerinin ve araç ortalama yaşının yüksek olması ile pazar, hem *aftermarket* hem de *OEM* firmaları için ilgili beş üründe de büyük potansiyel vaat etmektedir.

İlgili beş hedef ülkenin satış ve dağıtım kanalı yapılanması benzer bir yapıda ilerlemekle birlikte bölgesel farklılıklara da rastlanmıştır. Genel olarak, *OEM* firmaları, toptancı, perakendeci, teknik servis ve bayileri hedef ülkelerde yoğun olarak hizmet vermekte olup, Suudi Arabistan'da kontratsız sözlü yetkili temsilci ve yetkili satıcılar ve lojistik firmalar öne çıkmaktadır. Ayrıca bölgede lokal partnerler önemli bir yere sahiptir. Azerbaycan ise; genel dağıtım kanallarına ek olarak franchise, distribütör ve araç filo kiralama kanalları ile de hizmet vermektedir. İtalya; acente, distribütör, araç filo kiralama ve kontratlı bayi kanal yapılanmalarına sahiptir. Kenya'da ise franchise ve araç filo kiralama diğer yaygın kullanılan kanallar arasında yer almaktadır. Meksika yalnızca *OEM* firmalar ile temsilcilik, bölgesel distribütörlük ve araç filo kiralama kanallarına sahiptir.

Farklı coğrafi yapılanmalara sahip olan hedef ülkeler, alt sektörler için geniş yelpazede birçok fırsat barındırmaktadır. Azerbaycan başta olmak üzere, Suudi Arabistan ve İtalya lojistik açıdan büyük avantaj teşkil etmektedir. Bununla birlikte İtalya vergi muafiyeti ile öne çıkarken, diğer ülkelerde ise göreceli olarak düşük vergi oranları ile ihracatçı firmalar için ılımlı bir tablo çizmektedir.

Türkiye'nin ilgili beş hedef pazarı; ihracat fiyat skalası, gümrük vergisi avantajı, pazar bilinirliği ve lojistik konumu gibi hususlar üzerinden değerlendirilmiştir. İhracat fiyat skalası analizi kapsamında Trademap verileri baz alınarak, ilgili hedef ülkelere Türkiye'nin ve pazarda yer alan büyük oyuncuların ürün birim değerleri üzerinden değerlendirmeler gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda ilgili

beş alt sektör için pazara girişte baz alınan miktar/ birim başına ortalama değerler ile eğilimlere yer verilmiştir. Konya Ticaret Odası bünyesinde faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi firmaları için bu veriler ışığında saptanan fiyat eğilimleri aşağıda yer almaktadır:

- ▶ **Suudi Arabistan**'da faaliyet gösteren büyük oyuncuların, ülkede farklı gelir kesimlerinin yer alması ve *re-export* sisteminin yaygın olması sebebiyle düşük, orta ve yüksek fiyat stratejisi ile pazarda faaliyet gösterdikleri tespit edilmiştir. Türkiye'nin bu pazardaki stratejisinin ise düşük fiyatlı olduğu gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda Motor aksam ve parçaları için düşük ve yüksek, transmisyon milleri ve kranklar, tamponlar & aksam ve parçaları ve kranklar için düşük, fren ve servo frenler ile şanzıman ve diferansiyel aksamaları için ise düşük ve orta fiyat stratejisi izlenmesi önerilmektedir. Suudi Arabistan, bölgedeki diğer pazarlara giriş yapmak için de önemlidir.
- ▶ **Azerbaycan** pazarında faaliyet gösteren büyük oyuncuların, ülkenin dalgalı ekonomisi sebebiyle düşük, orta ve yüksek segmentte ürünler ile her gelir kesimine ulaşmayı hedefledikleri tespit edilmiştir. Türkiye'nin düşük fiyat stratejisinin bulunduğu pazarda *aftermarket* için gerekli kalite standartlarına da sahip olunması gerekmektedir. Dolayısıyla, motor aksam ve parçaları ile transmisyon milleri ve kranklar için düşük, orta ve yüksek fiyat segmenti, tamponlar & aksam ve parçaları için düşük ve orta fiyat segmenti ve son olarak fren ve servo frenler ile şanzıman ve diferansiyel aksamaları için düşük fiyat stratejisi tavsiye edilmektedir.
- ▶ **İtalya**'nın otomotiv ana ve yan sanayinin gelişmişlik seviyesi sebebiyle pazardaki rekabetin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Ülkede faaliyet gösteren büyük oyuncuların düşük fiyat segmenti ile pazarda yer aldıkları gözlemlenmiştir. Bu sebeple pazara düşük fiyat segmenti ile girilmesi önerilmektedir. Türkiye'nin de bu pazarda düşük fiyat ile yer aldığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu stratejinin teknik anlamda gelişim ile desteklenerek pazardaki konumun güçlendirilmesi tavsiye edilmektedir.
- ▶ **Kenya**'nın otomotiv sektörüne yapılacak yatırımlar ve mevcuttaki araç sayısı/ ortalama yaşı göz önünde bulundurularak düşük, orta ve yüksek fiyat segmentleri ile Türkiye'nin pazarda yer alması önemlidir. Motor aksam ve parçaları, düşük, orta ve yüksek fiyat, transmisyon milleri ve kranklar düşük ve orta, diğer ürünlerde ise düşük fiyat segmenti ile pazarda yer alınması önerilmektedir.
- ▶ **Meksika**'da faaliyet gösteren büyük oyuncuların, düşük fiyat segmenti ile pazarda konumlandıkları tespit edilmiştir. Ülkede otomotiv sanayinin yoğun olması, pazardaki rekabetin oldukça yüksek olmasına sebebiyet vermektedir. Bu doğrultuda, lojistik açıdan



maliyet avantajının bulunmadığı Meksika pazarı için yine düşük fiyat skalasındaki konumlanma, diğer oyuncularla rekabette avantaj yaratabilecektir.

Otomotiv yan sanayi sektörü kapsamında incelenen beş alt sektördeki ihracatın hedef ülkelerde arttırılması için bu pazarlara, rakiplerin de pazardaki pozisyonları göz önüne alınarak, farklı stratejiler ile girilmesi önerilmektedir. Bu kapsamda, otomotiv sektörüne yönelik düzenlemelerin yoğun olmadığı fakat araç sayısının yoğun olduğu Suudi Arabistan'a kısa vadede girilmesi önerilmektedir. Bu pazar ile firmaların ihracat yetkinliklerini güçlendirmeleri ve gerekli kalite belgeleri ile standartlarını tamamlamaları hedeflenmektedir. Orta vadede ise lojistik konumu itibariyle uzak olan fakat yasal düzenlemelerin ihracatçı firmaları zorlamayacağı Kenya'ya ihracat yapılması önerilmektedir. Aynı zamanda orta vadede, lojistik açıdan avantajlı olunan fakat standart ve yasal düzenlemelerin bulunduğu Azerbaycan pazarına girmeleri tavsiye edilmektedir. Lojistik bakımdan büyük avantaja sahip olunan İtalya ve hem lojistik maliyetlerin hem de kalite standartlarının yüksek olduğu Meksika pazarlarına ise uzun vadede giriş yapılması önerilmektedir. Özellikle bu pazarlardaki yasal düzenlemeler, teknoloji ve inovasyon beklentilerinin karşılanabilmesi için ihracatçı firmaların gerekli altyapıyı tamamlamaları gerekecektir. Ayrıca AB ülkeleri ile Meksika tarafından beklenen standartların aynı olması firmaların hazırlanma süreci için faydalı olacaktır.

## 7. Ekler

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

### **Potansiyel alıcı bilgileri:**

Suudi Arabistan, Azerbaycan, İtalya, Kenya ve Meksika'da otomotiv yan sanayi sektöründe faaliyet gösteren **262** 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 **44'ü Suudi Arabistan, 61'i İtalya, 45'i Azerbaycan, 68'i Meksika ve 44'ü Kenya'da** konumlanmıştır.

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

Otomotiv yan 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:**

Suudi Arabistan, Azerbaycan, İtalya, Kenya ve Meksika'da düzenlenen otomotiv yan sanayi fuarları bu bölümde yer almaktadır. İlgili hedef ülkeye ait fuar takvimi, adres ve iletişim bilgilerine yer verilmektedir. Fuarlarla Konya otomotiv yan sanayi sektöründe faaliyet gösteren firmaların hedef pazarlarda ürünlerini tanıtarak ticari ilişkilerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

## 7.1. Potansiyel Alıcı Bilgileri

### 7.1.1. Suudi Arabistan

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Otomotiv Yedek Parça	Al- Attas, Abdul Rahman Ali Est.	Cidde		(+966) 632 37 67
Otomotiv Yedek Parça	Balubaid, Ahmed Bin Saeed Trading Est.	Cidde		(+966) 631 73 64
Otomotiv Yedek Parça	Bawader Al- Theqah Int'l. Co. Ltd. (BTI)	Cidde	www.bti.com.sa	(+966) 630 09 78
Otomotiv Yedek Parça	Dj Auto Parts Company Limited	Cidde	www.dj-auto.com	(+966) 262 85 55
Otomotiv Yedek Parça	Al- Lawazim Auto Parts & Accessories	Cidde	www.al-lawazim.com	(+966) 632 27 07
Otomotiv Yedek Parça	Al- Sakkaf, Alawi Hussain Mohd. Est.	Cidde		(+966) 687 27 35
Otomotiv Yedek Parça	Al- Shuqeih Est. For Ind. & Trading	Cidde		(+966) 620 58 53
Otomotiv Yedek Parça	Al-Kadi Commerce&Industry	Dammam	www.al-kadi.com	(+966) 3 859 14 44
Otomotiv Yedek Parça	Zahid, İbrahim Est.	Cidde		(+966) 642 25 42
Otomotiv Yedek Parça	Juffali	Cidde	www.juffali.com.sa	(+966) 12 667 2222
Otomotiv Yedek Parça	Nahda Contracting	Dammam	www.nahda-group.com	(+966) 13 847 1472
Otomotiv Yedek Parça	Al Attas, Mohammed Ali Est.	Cidde		(+966) 631 42 18
Otomotiv Yedek Parça	Al Nada Trading	Cidde	www.attas.com	(+966) 689 85 63
Otomotiv Yedek Parça	Al Rajhi Autoparts	Cidde		(+966) 617 33 72
Otomotiv Yedek Parça	Al- Akbary, Salim ABD- Alkarim Sons Co.	Cidde		(+966) 631 39 37
Otomotiv Yedek Parça	Al- Sobei For Autoparts (Badahdah, Omar Ahmed Al- Sobei)	Cidde		(+966) 672 50 62
Otomotiv Yedek Parça	Al-Wajih For Trading Est.	Cidde	www.alwajih.chinaexporter.com	(+966) 687 00 38
Otomotiv Yedek Parça	Al- Zaher Trading Corp.	Cidde		(+966) 644 09 08
Otomotiv Yedek Parça	Ashour, A. Economy Trading Corp.	Cidde		(+966) 691 02 92
Otomotiv Yedek Parça	Auto Spare Parts Marketing	Cidde		(+966) 632 35 87
Otomotiv Yedek Parça	Babalghoum, Salim Ahmed	Cidde		(+966) 631 80 50
Otomotiv Yedek Parça	Babtain, Omer Hussein	Cidde		(+966) 631 88 70
Otomotiv Yedek Parça	Bafaraj, Ahmed Mohammed Est.	Cidde		(+966) 644 37 15
Otomotiv Yedek Parça	Balaraj Trading Est.	Cidde		(+966) 631 15 90
Otomotiv Yedek Parça	Balubaid, Abdullah Ahmed Abdullah	Cidde	www.abco.sa.com	(+966) 632 36 19
Otomotiv Yedek Parça	Balubaid, Ahmed Bin Saeed Trading Est.	Cidde		(+966) 631 73 64

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Otomotiv Yedek Parça	Bamokrah, Abubakr Saeed	Cidde		(+966) 631 48 43
Otomotiv Yedek Parça	Bashmail, A.O. Trading Est.	Cidde	www.bashmail.com.sa	(+966) 632 28 21
Otomotiv Yedek Parça	Bawazir, Ahmed Mohammed For Trading	Cidde		(+966) 631 74 78
Otomotiv Yedek Parça	Bin Mahfooz, Awad Salim	Cidde		(+966) 631 40 24
Otomotiv Yedek Parça	Bin Talib, Abdullah Est.	Cidde		(+966) 669 31 26
Otomotiv Yedek Parça	Dar Al Fajer Trading Est	Riyad		(+966) 14 520 055
Otomotiv Yedek Parça	Abdullah Al Braidy Trading Est	Riyad		(+966) 14 950 061
Otomotiv Yedek Parça	Mahlat Al- Samah	Cidde		(+966) 643 62 68
Otomotiv Yedek Parça	United Spare Parts Co., Ltd.	Cidde	www.usp.com.sa	(+966) 638 06 66
Otomotiv Yedek Parça	Saudi Exhaust System Co.	Cidde		(+966) 637 92 81
Otomotiv Yedek Parça	Rezayat Automotive Div.	Cidde	www.rezayat.com	(+966) 814 03 63
Otomotiv Yedek Parça	Arabian Auto Agency	Cidde	www.aaa.com.sa	(+966) 669 55 95
Otomotiv Yedek Parça	Albina Al Arabi For Trading	Cidde	www.albinaalarabi.com	(+966) 680 02 60
Motor Aksam ve Parçaları	Yousif H. Al Faran Al Dossary Sons Co.	Dammam	www.yhfdossary.com	(+966) 3 809 93 67
Otomotiv Yedek Parça	Saudi Arabian Markets Ltd., Trading (Storage & Handling Div.)	Cidde	www.sam ltd.com	(+966) 687 58 11
Otomotiv Yedek Parça	AlHamrani	Cidde	www.intertrade.com.sa	(+966) 697 80 80
Otomotiv Yedek Parça	Abdel Hadi Abdullah Al-Qahtani & Sons Co.	Dammam		(+966) 826 14 77
Otomotiv Yedek Parça	EL Kadi	Dammam	www.al-kadi.com	(+966) 859 14 44

## 7.1.2. Azərbaycan

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Otomotiv Yedek Parça	Mantra Energy International FZE	Bakü	www.themantraenergy.com	(+994) 124 936 682
Şanzıman ve Fren Aksamları	Your Equipment Supplier	Bakü	www.eqs.az	(+994) 125 675 628
Motor Aksam ve Parçaları	Weir Engineering Solution SZI	Bakü	www.weiroilandgas.com	(+994) 124 466 511
Motor, Fren Aksam ve Parçaları	Osmanlı Makine	Bakü	www.osmanlimakine.az	(+994) 124 091 220
Motor, Fren Aksam ve Parçaları	General Filter MMC	Bakü	www.akyol.az	(+994) 124 964 530
Otomotiv Yedek Parça	Active Group Company	Bakü	www.activegroup.az	(+994) 123 493 035
Otomotiv Yedek Parça	Euro Style Company	Bakü	www.eurostyle.az	(+994) 123 710 029
Otomotiv Yedek Parça	Reen Ltd.	Bakü	www.reen.az	(+994) 124 415 251
Otomotiv Yedek Parça	Viking Company	Bakü		(+994) 125 111 719
Otomotiv Yedek Parça	Motortech Auto, OOO	Bakü		(+994) 125 943 535
Otomotiv Yedek Parça	Auto Spare Parts MMC	Bakü	www.asp.az	(+994) 124 644 032
Otomotiv Yedek Parça	Improtex Motors	Bakü	www.improtexmotors.com	(+994) 125 301 414
Otomotiv Yedek Parça	Auto Azerbaijan	Bakü	www.autoazerbaijan.az	(+994) 124 902 626
Otomotiv Yedek Parça	Azavtoservis MMC	Bakü	www.aral.az	(+994) 125 025 262
Şanzıman, Motor Aksam ve Parçaları	AutoProfi MMC	Bakü	www.autoprofi.az	(+994) 124 916 018
Şanzıman, Motor Aksam ve Parçaları	Intersin MMC	Bakü	www.intershin.az	(+994) 125 634 258
Motor Aksam ve Parçaları	Azben Supplies MMC	Bakü	www.azben.az	(+994) 124 644 167
Motor Aksam ve Parçaları	Ado- G Motors MMC	Bakü	www.ado-g.com	(+994) 125 652 215
Otomotiv Yedek Parça	Avto VIP	Bakü		(+994) 558 390 022
Motor Aksam ve Parçaları	Cahan Motors	Bakü	www.cahan.az	(+994) 124 906 820
Otomotiv Yedek Parça	Roland-Shop	Bakü		(+994) 503 888 118
Motor Aksam ve Parçaları	Capital Motors MMC	Bakü	www.capitalmotors.az	(+994) 124 244 443
Motor Aksam ve Parçaları	FleetStock LLC	Bakü	www.fleetstock.com	(+994) 125 675 873

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Motor Aksam ve Parçaları	Ridgid Professional Tools	Bakü	www.ridgid.az	(+994) 124 973 841
Motor Aksam ve Parçaları	"A&S" Ltd. Co.	Bakü	www.as-ltd.az	(+994) 125 813 253
Otomotiv Yedek Parça	Auto space parts, MMC	Bakü		(+994) 124 312 428
Motor Aksam ve Parçaları	Grand Motors	Bakü	www.grandmotors.az	(+994) 124 041 414
Motor Aksam ve Parçaları	Gens Elektrik MMC	Bakü	www.genselektrik.com	(+994) 012 564 9101
Otomotiv Yedek Parça	Auto eyes, OOO	Bakü		(+994) 124 654 148
Motor Aksam ve Parçaları	Atlaskorp MMC	Bakü	www.atlas.az	(+994) 124 973 061
Otomotiv Yedek Parça	Autoshop Milan	Bakü		(+994) 124 411 981
Şanziman ve Diferansiyel Aksamları	Agrointer MMC	Abşeron	www.agro-inter.com	(+994) 124 482 171
Otomotiv Yedek Parça	Autohouse Baku, OOO	Bakü		(+994) 124 622 848
Otomotiv Yedek Parça	Avto elektrik	Bakü		(+994) 555 450 880
Otomotiv Yedek Parça	Mishelin, OOO	Bakü		(+994) 124 936 006
Motor Aksam ve Parçaları	Compec, Kompaniya	Bakü		(+994) 124 908 973
Otomotiv Yedek Parça	Car-Tune	Bakü	www.car-tune.az	(+994) 517 641 513
Otomotiv Yedek Parça	AutoBaku	Bakü	www.autobaku.com	(+994) 124 414 545
Otomotiv Yedek Parça	Elegance Avto, OOO	Bakü		(+994) 125 645 424
Otomotiv Yedek Parça	Uygunlar Dis Ticaret	Bakü	http://www.uygunlar.az/	(+994) 124 480 555
Otomotiv Yedek Parça	Yedpa, OOO	Bakü		(+994) 124 087 670
Otomotiv Yedek Parça	Türker, Ltd.	Bakü		(+994) 124 474 437
Otomotiv Yedek Parça	Blotronic, OOO	Bakü		(+994) 502 147 545
Otomotiv Yedek Parça	Europarts (ChP QEHRAMANLI K.F.)	Bakü		(+994) 0125 551 814
Otomotiv Yedek Parça	Presspart, MMC	Bakü		(+994) 123 701 249
Otomotiv Yedek Parça	Avangard	Bakü	http://avangard-az.com/	(+994) 124 256 644

### 7.1.3. İtalya

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Motor Aksam ve Parçaları	Ranieri Tonissi, Spa	Cenova	www.tonissi.com	(+39) 010 711 5835
Motor Aksam ve Parçaları	Sanseverino, Srl	Bari	www.sanseverinosrl.it	(+39) 080 534 1977
Motor Aksam ve Parçaları	Emmeci, Srl	Monterotondo	www.ricambi.it	(+39) 069 060 441
Motor Aksam ve Parçaları	Orvip, Srl	Padova	www.orvip.com	(+39) 049 870 3800
Motor Aksam ve Parçaları	Mts, Spa	Mansue	www.mtsspa.net	(+39) 042 280 1011
Motor Aksam ve Parçaları	Sacer, Spa	Turin	www.frenocar.com	(+39) 011 950 4320
Motor Aksam ve Parçaları	Euroservice, Srl	Leini	www.euroservicecomponents.it	(+39) 011 996 8507
Motor Aksam ve Parçaları	Coran, Srl	Ancona	www.coransrl.it	(+39) 071 290 8950
Motor Aksam ve Parçaları	Safari Market International, Srl	Verona	www.safarimarket.com	(+39) 045 851 0711
Motor Aksam ve Parçaları	Omp, Srl	Bologna	www.omppumps.com	(+39) 051 869 411
Motor Aksam ve Parçaları	Cosso & C., Srl	Torino	www.cosso.it	(+39) 011 717 1911
Motor Aksam ve Parçaları	Ricambi Centro Sud, Srl	Katanya	www.ricambicentrosud.com	(+39) 095 419 0006
Motor Aksam ve Parçaları	Sarat, Srl	Cenova	www.sarat.it	(+39) 010 846 7020
Motor Aksam ve Parçaları	Rivolta, Spa	Pessano Con Borrago	www.rivoltagroup.com	(+39) 02 954 211
Motor Aksam ve Parçaları	Maina, Spa	Perugia	www.maina-spa.it	(+39) 055 897 4248
Motor Aksam ve Parçaları	Cora, Spa	Cotignola	www.coraitaly.com	(+39) 054 578 137
Motor Aksam ve Parçaları	E. Bergamaschi & Figlio, Spa	Bresso	www.bergamaschi.com	(+39) 266 502 665
Motor Aksam ve Parçaları	Filtrec, Spa	Cazzago San Martino	www.filtrec.com	(+39) 030 724 1039
Motor Aksam ve Parçaları	Dicra, Spa	Vicenza	www.dicra.com	(+39) 044 428 9321
Motor Aksam ve Parçaları	Ravasio Cuscinetti, Srl	Cumo	www.ravasiocuscinetti.it	(+39) 035 461 642
Motor Aksam ve Parçaları	Lara, Srl	Lumezzano	www.lara-autoparts.com	(+39) 030 897 0733
Motor Aksam ve Parçaları	Forniture Industrial Dubbini, Spa	Brescia	www.dubbini.it	(+39) 030 370 761
Motor Aksam ve Parçaları	Binetti, Spa	Bitonto	www.binettispa.com	(+39) 080 373 94
Motor Aksam ve Parçaları	Trelleborg Sealing Solutions Torino, Srl	Torino	www.stefa.it	(+39) 011 451 5811
Motor Aksam ve Parçaları	Precision Spring Europa, Spa	Trezzano Rosa	www.pse.it	(+39) 029 201 941
Motor Aksam ve Parçaları	Chiaperotti, Srl	Torino	www.chiaperotti.com	(+39) 011 957 6353
Motor Aksam ve Parçaları	Zephyr Trading, Srl	La Spezia	www.zephyrtrading.com	(+39) 018 750 2341

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Motor Aksam ve Parçaları	D.t.m. Ricambi, Srl	Bologna	www.stardiesel.com	(+39) 051 632 5404
Motor Aksam ve Parçaları	O.m.t., Spa	Rivoli	www.omt-torino.com	(+39) 011 950 5334
Motor Aksam ve Parçaları	Bosio Fratelli, Srl	Castiglione Torinese	www.bosio-estfb.it	(+39) 011 960 6222
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Wmh Latsch, Srl	Laces	www.wmh.it	(+39) 047 362 3151
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Wittenstein, Spa	Sesto San Giovanni	www.wittenstein.it	(+39) 022 413 571
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Trasmecam, Spa	Marcianise	www.trasmecam.it	(+39) 082 382 1155
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Tecnocommerciale, Srl	Granarolo Dell'Emilia	www.tecnocommerciale.com	(+39) 051 767 762
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Ercole Taraffo, Sas	Sant'olcese	www.taraffo.it	(+39) 010 713 076
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Somaschini, Spa	Trescore Balneario	www.somaschini.com	(+39) 354 256 811
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Metalrota, Srl	Modena	www.metalrota.it	(+39) 059 315 204
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Meccanica Baudano, Srl	Villarbasse	www.meccanicabaudano.com	(+39) 011 952 106
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Candusso, Srl	Caronno Pertusella	www.ingranaggiandusso.it	(+39) 029 689 696
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Euraccial, Srl	Milan	www.euracciai.it	(+39) 248 704 428
Tamponlar & aksam ve parçaları	Sa-ba Ricambi, Srl	Vignola	www.sa-ba.it	(+39) 059 763 291
Tamponlar & aksam ve parçaları	R.vi. Autoforniture, Srl	Napoli	www.rviautoforniture.it	(+39) 815 534 173
Tamponlar & aksam ve parçaları	Rdm Ricambi, Srl	Lanciano	www.rdmricambi.it	(+39) 872 700 372
Tamponlar & aksam ve parçaları	Elstar, Srl	Piobesi Torinese	www.elstarsrl.com	(+39) 0542 013 000
Tamponlar & aksam ve parçaları	Unirade, Srl	Rozzano	www.unirade.com	(+39) 025 751 1321
Tamponlar & aksam ve parçaları	Fai zane, Spa	Zane	www.faizane.com	(+39) 044 531 8318
Tamponlar & aksam ve parçaları	Euro Stamp, Srl	Pianezza	www.eurostampsrl.com	(+39) 011 967 8008
Fren ve Servo Frenleri	S.d.a., Sas	Casoria	www.unigom.it	(+39) 081 522 6769
Fren ve Servo Frenleri	T.i.c. Roulunds Italia, Spa	Villafranca Padovana	www.tic-roulunds.com	(+39) 049 909 8119
Fren ve Servo Frenleri	Sarfa, Srl	Milan	www.sarfa.it	(+39) 028 912 2037
Fren ve Servo Frenleri	Ib Italian Brakes, Srl	Palma Campania	www.italianbrakes.com	(+39) 081 827 7927
Fren ve Servo Frenleri	General Ricambi, Spa	Castiglione D'adda	www.generalricambi.it	(+39) 037 790 0570



Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Fren ve Servo Frenleri	Gama, Spa	Ancarano	www.gamamaster.com	(+39) 086 180 551
Fren ve Servo Frenleri	Ross, Srl	Casarano	www.ross.it	(+39) 083 351 2119
Fren ve Servo Frenleri	Bremse Car, Srl	Santarcangelo Di Romagna	www.bremsecar.it	(+39) 054 162 2810
Fren ve Servo Frenleri	Exo Automotive, Spa	Padova	www.exoautomotive.com	(+39) 049 739 6101
Fren ve Servo Frenleri	Daico Automotive Products, Spa	Caselle Torinese	www.daicospa.com	(+39) 011 920 4101
Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları	Oerlikon Graziano, Spa	Rivoli	www.oerlikon.com	(+39) 011 95701
Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları	Comex, Spa	Medicina	www.comexspa.com	(+39) 051 696 0911
Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları	Bifrangı, Spa	Mussolente	www.bifrangı.it	(+39) 424 8381
Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları	Lampa, Spa	Viadana	www.lampa.it	(+39) 037 582 0700

## 7.1.4. Kenya

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Motor Aksam ve Parçaları	Shamas Motor Spares Ltd.	Nairobi	-	(+254) 020 558 623
Motor Aksam ve Parçaları	Arman Trading Co.	Mombasa	-	(+254) 412 226 670
Motor Aksam ve Parçaları	Shavir	Mombasa	-	(+254) 412 490 400
Motor Aksam ve Parçaları	Benzar Auto Parts & Agriculture Supplies Ltd.	Mombasa	-	(+254) 412 221 006
Motor Aksam ve Parçaları	CMC Motors Group Ltd.	Nairobi	www.cmcmotors.com	(+254) 722 509 868
Otomotiv Yedek Parça	CICA Motors Kenya LTD	Nairobi	www.cfao-automotive.com	(+254) 202 325 825
Otomotiv Yedek Parça	DT Dobie Co. Kenya Ltd.	Nairobi	www.dtdobie.co.ke	(+254) 206 977 000
Motor Aksam ve Parçaları	Alvi Trading Co. Ltd.	Nairobi	-	(+254) 206 823 072
Motor Aksam ve Parçaları	Auto Ancillaries Ltd.	Nairobi	-	(+254) 206 823 072
Otomotiv Yedek Parça	Burooj Auto Spares Ltd.	Mombasa	-	(+254) 412 319 607
Otomotiv Yedek Parça	Aexcel Auto Spares Ltd.	Nairobi	www.aexcelautospar esltd.insideke.com	(+254) 720 768 895
Otomotiv Yedek Parça	All Parts Castings Ltd	Nairobi	www.allpartskenya.com	(+254) 202 242 122
Motor Aksam ve Parçaları	Alamdar Trading Company Limited	Nairobi	-	(+254) 202 610 115
Otomotiv Yedek Parça	Hexagon Agencies Ltd	Nairobi	-	(+254) 0733 609230
Otomotiv Yedek Parça	Simba Colt Motors	Nairobi	www.simbacolt.com	(+254) 703 046000
Otomotiv Yedek Parça	Associated Vehicle Assemblers Ltd.	Nairobi	-	(+254) 790 858 330
Otomotiv Yedek Parça	AutoXpress Ltd	Nairobi	www.auto-xpress.co.ke	(+254) 203 743 611
Otomotiv Yedek Parça	Model Merchants (K) Ltd	Nairobi	-	(+254) 020 536 345
Otomotiv Yedek Parça	Heavy Vehicle & Plant Suppliers Ltd.	Nairobi	www.hvpskenya.voltage.com	(+254) 733 530 530
Motor Aksam ve Parçaları	Autofine Filters And Seals Ltd	Nairobi	-	(+254) 053 206 257
Motor Aksam ve Parçaları	E Auto Spares Ltd.	Nairobi	-	(+254) 202 222 926
Motor Aksam ve Parçaları	Hydraulic Hose & Pipe Manufacturers Ltd.	Nairobi	www.pipeman.com	(+254) 702 655 368
Motor Aksam ve Parçaları	Nakuru Brake Industry Ltd.	Nakuru	-	(+254) 512 211 723
Motor Aksam ve Parçaları	Oriel Ltd.	Nairobi	www.orielkenya.com	(+254) 208 029 442
Motor Aksam ve Parçaları	Saroka Enterprises Ltd.	Nairobi	-	(+254) 202 224 453
Otomotiv Yedek Parça	Holden Auto Spares	Nairobi	www.holdenautospar es.com	(+254) 208 059 028
Otomotiv Yedek Parça	Mars Auto Spares and Hardware Ltd.	Nairobi	www.lubricants.co.ke	(+254) 020 558 379

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Motor Aksam ve Parçaları	Simco Autoparts Ltd.	Nairobi	www.simcospares.com	(+254) 202 043 495
Motor Aksam ve Parçaları	Spa Engineering and Equipment Ltd.	Nairobi	-	(+254) 206 530 242
Otomotiv Yedek Parça	Greetwell Motors Ltd.	Nairobi	-	(+254) 020 557 358
Otomotiv Yedek Parça	Auto Spring Manufactuers Ltd	Nairobi	www.autosprings.net	(+254) 020 542 735
Otomotiv Yedek Parça	Prabhu Enterprises	Nairobi	www.prabhuenterpisesltd.com	(+254) 733 531 819
Otomotiv Yedek Parça	Amity	Nairobi	www.amitykenya.com	(+254) 206 534 567
Otomotiv Yedek Parça	Spares Kenya	Nairobi	www.spareskenya.com	(+254) 701 128 868
Otomotiv Yedek Parça	Commercial Motor Spares Limited	Nairobi	www.cms.co.ke	(+254) 725 552 545
Otomotiv Yedek Parça	Primi Parts Marketplace	Nairobi	www.primiaparts.co.ke	-
Otomotiv Yedek Parça	Achelisk Limited	Nairobi	www.acheliskkenya.co.ke	(+254) 722 410 950
Otomotiv Yedek Parça	Afro Trade	Nairobi	www.auto.afrotrade.net	(+254) 722 886 376
Otomotiv Yedek Parça	Awan Autos Ltd.	Nairobi		(+254) 206 557 338
Otomotiv Yedek Parça	Trans Auto & Machinery (K) Ltd.	Nairobi		(+254) 728 977 777
Otomotiv Yedek Parça	BBC Auto Spares Ltd.	Nairobi		(+254) 020 537 747
Otomotiv Yedek Parça	Modkas Auto Garage	Nairobi		(+254) 722 785 494
Fren ve Servo Frenleri	Varsani Brakelinings Ltd (VBL)	Nairobi	www.varsanibrakelinings.com	(+254) 020 557 549
Otomotiv Yedek Parça	Auto Serve & H/W Supplies Ltd.	Nairobi		(+254) 020 353 3335

### 7.1.5. Meksika

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Motor Aksam ve Parçaları	Abastecedora Mexicana Automotriz, S.A. De C.V.	Meksiko	www.quezada.com.mx	(+52) 555 353 0690
Otomotiv Yedek Parça	SKF de Mexico, S.A. de C.V.	Meksiko	www.skf.com.mx	(+52) 222 229 4900
Motor Aksam ve Parçaları	Alvado Automotriz, S.A. C.V.	Guadalajara	www.alvadoautomotriz.com.mx	(+52) 333 942 8210
Otomotiv Yedek Parça	Faurecia Duroplast Mexico, S.A. DE C.V.	Meksiko	www.faurecia.com	(+52) 222 210 5567
Otomotiv Yedek Parça	Valeo Climate Control De Mexico, S.A. DE C.V.	Toluca	www.valeo.com	(+52) 722 279 4000
Motor Aksam ve Parçaları	Auto Todo Mexicana, S.A. C.V.	Puebla	www.autotodo.com	(+52) 222 223 5000
Otomotiv Yedek Parça	Auma Tec, S.A. DE C.V.	Querétaro	-	(+52) 442 211 9600
Otomotiv Yedek Parça	Suspension Y Direccion, S.A. DE C.V.	Meksiko	www.syd.com.mx	(+52) 555 134 0700
Otomotiv Yedek Parça	IACNA Mexico, S. DE R.L. DE C.V.	Meksiko	www.iacgroup.com	(+52) 772 276 8200
Otomotiv Yedek Parça	Birlos Internacionales, S.A. DE C.V.	Guadalajara	www.birlos.com	+52 (33) 3666 0015
Otomotiv Yedek Parça	Provedora Diesel Mex, S.A. DE C.V.	Meksiko	-	(+52) 555 597 0313
Otomotiv Yedek Parça	Pistones Moresa, S.A. DE C.V.	Guanajuato	-	(+52) 461 618 3320
Otomotiv Yedek Parça	Plasticos Automotrices DE Sahagun, S.A. DE C.V.	Sahagun	-	(+52) 791 913 8500
Motor Aksam ve Parçaları	Camiones Vence, S.A. De C.V.	Culiacan	www.camionesvence.com	(+52) 667 846 5000
Motor Aksam ve Parçaları	Blue Diamond Truck, S. De R.L. De C.V.	Escobedo	www.nav-international.com	-
Motor Aksam ve Parçaları	Complementos Y Refacciones Automotrices, S.A. De C.V.	Meksiko	-	(+52) 555 368 2810
Motor Aksam ve Parçaları	Distribuciones Sagaji, S.A. De C.V.	Meksiko	www.sagaji.com.mx	(+52) 552 652 7000
Motor Aksam ve Parçaları	Distribuidora Automotriz Ramirez, S.A. De C.V.	San Nicolás de los Garza	-	(+52) 818 332 5123
Motor Aksam ve Parçaları	General De Baleros, S.A. De C.V.	Apodaca	www.gdbsa.com	(+52) 818 135 2500
Motor Aksam ve Parçaları	Industrializadora Danamex, S.A. De C.V.	Meksiko	www.danamex.com	(+52) 555 588 1550
Motor Aksam ve Parçaları	Mayoreo De Autopartes Y Aceites, S.A. De C.V.	Guadalajara	www.mayasa.com.mx	(+52) 333 837 5610

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Otomotiv Yedek Parça	LN Safety Glass, S.A. DE C.V.	Meksiko	www.low-eglass.com	(+52)686 564 2470
Otomotiv Yedek Parça	Autopartes Francesas, S. DE R.L.	Veracruz	www.autopartes-francesas.com	(+52) 555 546 8281
Motor Aksam ve Parçaları	Tbc De Mexico, S.A. De C.V.	San Luis Potosí	www.tbcmexico.com	(+52) 492 924 2020
Motor Aksam ve Parçaları	Dacomsa, S.A. De C.V.	Meksiko	www.dacomsa.com	(+52) 555 726 8203
Motor Aksam ve Parçaları	Motores Universales Sigma, S.A. De C.V.	Atizapán de Zaragoza	www.dinamex.com.mx	(+52) 555 000 6700
Motor Aksam ve Parçaları	Promotora De Repuestos Automotrices, S.A. De C.V.	Leon	www.prasa.com.mx	(+52) 477 267 3200
Motor Aksam ve Parçaları	Nemak Aluminio De Mexico, S.A. De C.V.	Monclova	www.nemak.com	(+52) 866 649 4100
Motor Aksam ve Parçaları	Autopartes Tracto De Mexico, S.A. De C.V.	Guadalajara	www.tracto.com.mx	(+52) 333 811 1052
Motor Aksam ve Parçaları	Comercializadora De Autopartes Calderon, S.A. De C.V.	Meksiko	www.calderon.com.mx	(+52) 555 642 5527
Motor Aksam ve Parçaları	Aranda Sistemas Y Equipos Hidraulicos, S. De R.L. De C.V.	Meksicali	www.aranda.com.mx	(+52) 686 557 1500
Motor Aksam ve Parçaları	Intecmex, S.A. De C.V.	Meksiko	www.intecmexa.com.mx	(+52) 553 000 2800
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Birlos Automotrices Hercules, S.A. De C.V.	Guadalajara	www.birlosautomotriceshercules.com	(+52) 333 651 4900
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Forja De Monterrey, S.A. De C.V.	Escobedo	www.forjamt.com.mx	(+52) 818 305 0000
Otomotiv Yedek Parça	General Motors De Mexico, S. DE R.L. DE C.V.	Mexico City	www.gm.com.mx	(+52) 555 901 3042
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Arbomex, S.A. De C.V.	Celaya	www.arbomex.com	(+52) 461 598 6500
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Proveedores Fronterizos De Mexicali, S.A. De C.V.	Meksicali	www.profron.com	(+52) 686 580 1563
Transmisyon Milleri ve Kranklar	Mccord Payen De Mexico, S. De R.L. De C.V.	Naucalpan de Juárez	-	(+52) 525 550 0275
Tamponlar & aksam ve parçaları	Auto Escudo, S.A. De C.V.	Meksiko	www.autoescudo.com.mx	(+52) 555 519 5030
Tamponlar & aksam ve parçaları	G.I. Effort, S.A. De C.V.	Meksiko	www.afort.com.mx	(+52) 222 223 0620
Tamponlar & aksam ve parçaları	Industria Disenadora De Autopartes, S.A. De C.V.	Guadalajara	www.bigcountry.com.mx	(+52) 866 444 3818

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Tamponlar & aksam ve parçaları	Pwo De Mexico, S.A. De C.V.	Chachapa	www.pwo-mexico.com.mx	(+52) 222 223 8600
Tamponlar & aksam ve parçaları	Bdi Distribuciones De Mexico, S. De R.L. De C.V.	Monterrey	www.bdiworldwide.com	(+52) 818 221 0300
Motor aksam ve parçaları	Tecnologia Modificada, S.A. DE C.V.	Nuevo Laredo, Tamp	-	(+52) 867 711 0000
Tamponlar & aksam ve parçaları	Roda Mich, S.A. De C.V.	Morelia	-	(+52) 443 327 1640
Otomotiv Yedek Parça	Intier Automotive Interiors de Saltillo, S.A. de C.V.	Coahuila	www.magna.com	(+52) 844 438 1100
Otomotiv Yedek Parça	Servicios Industriales Y Petroleros Ewald, S.A. DE C.V.	Villahermosa	-	(+52) 933 354 0327
Otomotiv Yedek Parça	Tornillos Y Partes Totoche, S.A. DE C.V.	Coahuila	-	(+52) 844 134 0870
Otomotiv Yedek Parça	Cooper-Standard Automotive Sealing De Mexico, S.A. DE C.V.	Aguascalientes	www.cooperstandard.com	(+52) 449 922 2000
Motor Aksam ve Parçaları	Detroit Diesel Allison De Mexico, S.A. DE C.V.	Tlalnepantla de Baz	-	(+52) 555 333 1800
Otomotiv Yedek Parça	Hutchinson Autopartes Mexico, S.A. DE C.V.	Meksiko	www.hutchinsonworldwide.com	(+52) 461 192 0100
Otomotiv Yedek Parça	Bocar, S.A. DE C.V.	Mexico City	www.bocar.com.mx	(+52) 555 422 2300
Tamponlar & aksam ve parçaları	Baleros Y Retenes Suarez, S.A. De C.V.	Celaya	-	(+52) 461 612 6478
Fren ve Servo Frenleri	Sistemas Automotrices De Mexico, S.A. De C.V.	Escobedo	www.sisamex.com.mx	-
Fren ve Servo Frenleri	Gaff International, S.A. De C.V.	Cuatitlán Izcallí	www.gaff.com.mx	(+52) 442 222 0013
Fren ve Servo Frenleri	Engranés Importados, S.A. De C.V.	Guadalupe	www.engranesiimportados.com	(+52) 818 394 7218

Ürün	Firma Adı	Şehir	İnternet sitesi	Telefon
Fren ve Servo Frenleri	Meyerexpress, S.A. De C.V.	Guadalajara	www.faret.com.mx	-
Fren ve Servo Frenleri	Artefactos Pernos Y Seguros, S.A. De C.V.	Guadalajara	www.aps.com.mx	(+52) 333 810 4006
Fren ve Servo Frenleri	Distribuidora Aresco, S.A. De C.V.	Meksiko	www.aresco.com.mx	(+52) 555 595 6115
Fren ve Servo Frenleri	Gonher De Mexico, S.A. De C.V.	Santa Catarina	www.grupogonher.com	(+52) 818 153 3100
Fren ve Servo Frenleri	Elit Grupo Comercial, S.A. De C.V.	Guadalupe	www.elit.com.mx	(+52) 818 157 0100
Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları	Autopartes Excel, S.A. De C.V.	Querétaro	www.duraauto.com	(+52) 442 211 7500
Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları	Ntn De Emxico, S.A.	Guadalajara	www.ntnmexico.com.mx	(+52) 333 145 1490
Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları	Distribuidora Industrial De Baleros, S.A. De C.V.	Meksiko	www.dibsamexico.com	-
Şanzıman ve Diferansiyel Aksamları	Cordaflex, S.A. De C.V.	Querétaro	www.condumex.com.mx	(+52) 811 253 6634
Motor Aksam ve Parçaları	Radiadores Unidos, S.A. De C.V.	Meksiko	www.runsa.com.mx	(+52) 555 484 5700
Motor Aksam ve Parçaları	Refaccionaria Rogelio, S.A. De C.V.	Aguascalientes	www.rolcar.com.mx	(+52) 449 910 9040
Otomotiv Yedek Parça	Dinamica Automotriz DE Mexico, S.A.	Contadero	www.dinamex.com.mx	(+52) 555 000 6700

## 7.2. Sektör Dernekleri ve Ticaret Organizasyonları

Dernek Adı	Telefon	İnternet Sitesi	Ülke	Email
Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones, A.C.	(+52) 555 202 4900	<a href="http://www.anpact.com.mx/">http://www.anpact.com.mx/</a>	Meksika	-
Asociación Mexicana de la Industria Automotriz, A.C.	-	<a href="http://www.amia.com.mx/">http://www.amia.com.mx/</a>	Meksika	amia@amia.com.mx
Industria Nacional de Autopartes, A.C.	(+52) 555 682 5862	<a href="http://www.inacom.mx/">http://www.inacom.mx/</a>	Meksika	-
Camara De Comercio Ciudad De Mexico	(+52) 553 685 2269	<a href="http://www.ccmexico.com.mx/">http://www.ccmexico.com.mx/</a>	Meksika	sos@ccmexico.com.mx
Asociacion Mexicana De Instituciones De Seguros	(+52) 548 006 46	<a href="http://www.amis.com.mx/amis/index.html">http://www.amis.com.mx/amis/index.html</a>	Meksika	contacto@amis.com.mx
ADIRA (Associazione Distributori Indipendenti Ricambi Autoveicoli)	(+39) 0376 380113	<a href="http://www.adira.it/">http://www.adira.it/</a>	İtalya	info@adira.it
FEDERAUTO (Federazione Italiana Concessionari Auto)	(+39) 06/86.325.149-397	<a href="http://www.federauto.eu/">http://www.federauto.eu/</a>	İtalya	info@federauto.eu
AICA (Associazione Italiana Costruttori Attrezzature)	(+39) 051 642 4001	<a href="https://www.asso-aica.it/index_en.php">https://www.asso-aica.it/index_en.php</a>	İtalya	info@asso-aica.it



Dernek Adı	Telefon	İnternet Sitesi	Ülke	Email
ANFIA - (Associazione Nazionale Filiere Industria Automobilistic a)	(+39) 011 554 6511	<a href="http://www.anfia.it/">http://www.anfia.it/</a>	İtalya	anfia@anfia.it
ASSORICAM BI (Consorzio Assoricambi)	(+39) 023 300 7196	<a href="http://www.assoricambi.it/it/index.aspx">http://www.assoricambi.it/it/index.aspx</a>	İtalya	-
GroupAuto Italia	(+39) 022 695 0207	<a href="http://www.eurocme.it">www.eurocme.it</a>	İtalya	info@groupauto.it
Kenya Motor Industry Association	(+254) 072 027 4365	<a href="http://www.kmi.co.ke/">http://www.kmi.co.ke/</a>	Kenya	coa@churchorr.org
Automobile Association of Kenya	(020) 6979000- 0709933000	<a href="http://www.aakenya.co.ke/en/about/">http://www.aakenya.co.ke/en/about/</a>	Kenya	aak@aakenya.co.ke
Kenya Motor Repairs Association	(+254) 772 247 112	<a href="http://www.kemra.co.ke/">http://www.kemra.co.ke/</a>	Kenya	info@kemra.co.ke
Kenya National Chamber of Commerce & Industry	(+254) 41 2316161- (+254) 721 373 343	<a href="http://www.kenyachamber.co.ke/">http://www.kenyachamber.co.ke/</a>	Kenya	info@kenyachamber.or.ke
Saudi Automobile & Touring Association (SATA)	(+966) 114 763 131	<a href="http://www.sataclub.com.sa/sata/english/Home">http://www.sataclub.com.sa/sata/english/Home</a>	Suudi Arabistan	sata@sasco.com.sa
Saudi Automotive Services Co. (SASCO)	(+966) 112 068 855	<a href="http://www.sasco.com.sa/english/home">http://www.sasco.com.sa/english/home</a>	Suudi Arabistan	info@sasco.com.sa
Council of Saudi Chambers	00966 11 218 2222	<a href="http://www.csc.org.sa/english/Pages/default.aspx">http://www.csc.org.sa/english/Pages/default.aspx</a>	Suudi Arabistan	-
Azerbaycan Avtomobil Federasiyası	-	<a href="http://www.faa.az/index.php">http://www.faa.az/index.php</a>	Azerbaycan	-
The Azerbaijan Republic Chamber of Commerce and Industry	(+994) 124 928 912	<a href="http://www.chamber.az/page_en.html?id_node=205">http://www.chamber.az/page_en.html?id_node=205</a>	Azerbaycan	expo@chamber.az

### 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	(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, Kozyatığı, 34742, Kadıköy İstanbul
Ekol Lojistik	(0216) 5643000	info.turkey@ekol.com	www.ekol.com	Ekol Caddesi No:2 Sultanbeyli-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
Aykont Uluslararası Tasımacılık	(0216) 3545977	info@aykont.com	www.aykont.com	Hat Boyu Cad. Yavuz Han No:1, Pendik/İstanbul
Boyut Lojistik	(0212) 2837370	info@boyutlojistik.com.tr	www.boyutlogistics-dubai.com	Aytar Cad. Aydın Sk. No: 2/7 34340 1.Levent/İstanbul
Cda Lojistik	(0216) 5614028	info@cda.com.tr	www.cda.com.tr	Şerifali Mah. Beyan Sok. No:58 İzosan İş Merkezi Kat:2 Ümraniye/İstanbul
Seago Line	444 3 745	tr.export@seagoline.com	www.seagoline.com	Saray Mahallesi Dr. Adnan büyükdeniz Cad. Akkom Ofis Park 2. blok no.4 17.kat 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 - Büyükçekmece 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

## 7.4. Fuarlar

Ürün	Ülke	Fuar Adı	Tarih	İnternet Sitesi	Adres
Otomotiv Yedek Parça	Suudi Arabistan	Riyadh Motor Show (Saudi Auto Shop)	29.11.2016-02.12.2016	<a href="http://riyadh-motorshow.com/">http://riyadh-motorshow.com/</a>	Riyadh International Convention & Exhibition Center, Riyad, Suudi Arabistan
Otomotiv Yedek Parça	Suudi Arabistan	Automechanika Jeddah	31.01.2017-02.02.2017	<a href="http://www.automechanikajeddah.com/frankfurt/51/for-exhibitors/welcome.aspx">http://www.automechanikajeddah.com/frankfurt/51/for-exhibitors/welcome.aspx</a>	Jeddah Center for Forums and Events, Cidde, Suudi Arabistan
Otomotiv Yedek Parça	İtalya	Transpotec	22.02.2017-25.02.2017	<a href="http://www.transpotec.com/en/">http://www.transpotec.com/en/</a>	VeronaFiere, Verona, İtalya
Otomotiv Yedek Parça	İtalya	Autopromotec	24.05.2017-28.05.2017	<a href="https://www.autopromotec.com/en/index.php">https://www.autopromotec.com/en/index.php</a>	Bologna Trade Fair Center, Bologna, İtalya
Otomotiv Yedek Parça	Azerbaycan	TransCaspian 2017	26.04.2017-28.04.2017	<a href="http://www.transcaspian.az/2017/">http://www.transcaspian.az/2017/</a> (gelecek fuarların takibi için: <a href="http://www.iteca.az/">http://www.iteca.az/</a> )	Baku Expo Center, Bakü, Azerbaycan
Otomotiv Yedek Parça	Kenya	Kenya Trade Show	16.09.2016-18.09.2016	<a href="http://www.growexh.com/kenyatradeshow/">http://www.growexh.com/kenyatradeshow/</a>	Nairobi, Kenya
Otomotiv Yedek Parça	Kenya	Kenya Autoundex	21.09.2016-23.09.2016	<a href="http://www.expogr.com/kenyaauto/">http://www.expogr.com/kenyaauto/</a>	Kenyatta Intl Convention Centre, Nairobi, Kenya

Ürün	Ülke	Fuar Adı	Tarih	İnternet Sitesi	Adres
Otomotiv Yedek Parça	Meksika	Conference and Exhibition of Autoparts Manufacturing	23.08.2016-25.08.2016	<a href="http://autopartmanufacturing.com/acerca.html">http://autopartmanufacturing.com/acerca.html</a>	Queretaro Centro de Congresos, Queretaro, Meksika
Otomotiv Yedek Parça	Meksika	International Expo Rujac	31.08.2016-02.09.2016	<a href="http://www.rujac.com.mx/expo-rujac/expo-rujac/">http://www.rujac.com.mx/expo-rujac/expo-rujac/</a>	Expo Guadalajara, Jalisco, Meksika
Otomotiv Yedek Parça	Meksika	Mexico's Auto Industry Summit	07.12.2016-08.12.2016	<a href="http://www.mexicoautosummit.com/index.php">http://www.mexicoautosummit.com/index.php</a>	Poliforum León, Guanajuato, Meksika
Otomotiv Yedek Parça	Meksika	Automotive Meetings	20.02.2017-22.02.2017	<a href="http://www.automotivemeetings.com/mexico/index.php/en/">http://www.automotivemeetings.com/mexico/index.php/en/</a>	Queretaro Centro de Congresos, Queretaro, Meksika
Otomotiv Yedek Parça	Meksika	INA Paace Automechanika Mexico City	14.06.2017-16.06.2017	<a href="http://paace-automechanika-mexico.us.messefrankfurt.com/mexicocity/en/for_attendees/welcome.html">http://paace-automechanika-mexico.us.messefrankfurt.com/mexicocity/en/for_attendees/welcome.html</a>	Centro Banamex, Mexico City, Meksika
Otomotiv Yedek Parça	Meksika	Expo Transporte Anpact	15.11.2017-17.11.2017	<a href="http://expotransporte.org/en/">http://expotransporte.org/en/</a>	Expo Guadalajara, Jalisco, Meksika