



İHRACAT ODAKLI İNOVASYON EKOSİSTEMİ GELİŞTİRİLMESİ DANIŞMANLIĞI

SONUÇ RAPORU



2019, Düzce

İÇİNDEKİLER

	<u>NO</u>
YÖNETİCİ ÖZETİ	1
GENEL DEĞERLENDİRME	2
FİRMA ANALİZLERİ	5
1. 3S MÜHENDİSLİK MÜŞAVİRLİK SAN. TİC. A.Ş.	5
1.1. KÜNYE	5
1.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER	5
2. ANADOLU RULMAN İMALAT SAN. TİC. A.Ş.	7
2.1. KÜNYE	7
2.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER	7
3. BİLEN EGZOZ A.Ş.	9
3.1. KÜNYE	9
3.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER	9
4. ENDMAKSAN MÜH. MAK. İNŞ. SAN. TİC. LTD. ŞTİ	11
4.1. KÜNYE	11
4.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER	11
5. KARAMAN DÖKÜM SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	13
5.1. KÜNYE	13
5.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER	13
6. TEKNOLOJİK CAM. SAN. TİC. A.Ş.	14
6.1. KÜNYE	14
6.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER	14
7. PÜR TEKNİK LTD. ŞTİ	16
7.1. KÜNYE	16
7.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER	16
8. SANCAKLI MOBİLYA AĞAÇ SAN. TİC. A.Ş.	18
8.1. KÜNYE	18
8.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER	18
9. ŞAFAK MAKİNE YEDEK PARÇA SAN. TİC. A.Ş.	20
9.1. KÜNYE	20
9.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER	20
10.VOLTA MOTOR SAN. TİC. A.Ş.	22
10.1.KÜNYE	22
10.2.FİRMA HAKKINDA BİLGİLER	22
	<u>NO</u>

İÇİNDEKİLER

ÜLKELER HAKKINDA BİLGİLER	23
1. ALMANYA	23
2. AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ	23
3. AVUSTURYA	25
4. AZERBAYCAN	26
5. BELARUS	27
6. BELÇİKA	28
7. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	28
8. CEZAYİR	29
9. ÇEKYA	30
10.FİNLANDİYA	31
11.FRANSA	33
12.HOLLANDA	33
13.İSPANYA	34
14.İSVİÇRE	35
15.İTALYA	36
16.KATAR	37
17.KAZAKİSTAN	38
18.MISIR	39
19.POLONYA	40
20.ROMANYA	42
21.RUSYA	43
22.SIRBİSTAN	46
23.SLOVENYA	47
24.TUNUS	48
25.YUNANİSTAN	49
SONUÇ	50

YÖNETİCİ ÖZETİ

Dünyada sanayi ve teknolojik gelişmelerin yaşanmasıyla birlikte ülkeler; Gelişmiş Ülkeler, Gelişmekte Olan Ülkeler ve Gelişmemiş Ülkeler olarak 3'e ayrılmaktadır. Ülkemizin de içerisinde bulunduğu Gelişmekte Olan Ülkelerin temel amacı ise hiç şüphesiz, bir an evvel milli kalkınma hamlesini hayata geçirerek Gelişmiş Ülkelerin refah seviyesine ulaşmaktır. Kalkınma hamlesi ise temelde güçlü ekonomiye dayanmaktadır.

Ülkemizin ihracat hacmi her yıl kademeli büyüme göstermekte olup; 2018 yılı itibariyle 168 Milyar ABD Doları ihracat rakamına ulaşarak Cumhuriyet tarihimizin rekorunu geride bırakmıştır. Özellikle son yıllarda, dünyamızda yaşanan ekonomik ve siyasi çalkantılara rağmen, ülkemizin toplam ihracat hacminin düzenli bir şekilde büyümesi ve ihracatımızın içerisinden aldıkları pay itibariyle Düşük Teknoloji seviyesindeki sektörlerden Orta-Yüksek Teknoloji seviyesine doğru bir eğilim olması ülkemizin ihracatındaki en olumlu gelişmelerden bazılarıdır.

Türkiye, kendisine 2023 hedefleri kapsamında istikrarlı ihracat yapısı oluşturmak ve 500 Milyar ABD Doları ihracat hedefi koymuş bulunmaktadır. Bu kapsamda Düzce Organize Sanayi Bölgesi'nin yürütücülüğünde, Düzce Ticaret ve Sanayi Odası'nın proje ortaklığında ve Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA)'nın destekleriyle ***İhracat Odaklı İnovasyon Ekosistemi Geliştirilmesi Danışmanlığı*** projesi hayata başarılı bir şekilde geçirilmiştir.

İhracat Odaklı İnovasyon Ekosistemi Geliştirilmesi Danışmanlığı projesi kapsamında ihracat potansiyeli yüksek ve Düzce ilinde yerleşik olarak üretim faaliyetlerine devam eden 10 firma ile gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde firmanın; ürün ve ürün grupları, ürün/hizmetlerin piyasaya arz edilmesi esnasında yaşanan zorluklar, mevcutta sahip oldukları ürün geliştirme kapasiteleri, yeni ürün geliştirme yetkinlikleri ve yenilik yönetimi yetkinlikleri analiz edilmiştir. Firmalar ile gerçekleştirilen görüşmelerin akabinde firmalara yönelik hedef pazarların seçilmesi ve bu pazarlara yönelik stratejilerin belirlenmesi adına 100 saati aşkın araştırma ve toplantılar gerçekleştirilmiştir.

Proje kapsamında gerçekleştirilen tüm toplantılarda ve masabaşı çalışmalarda yer alan konusunda uzman akademisyen ve sektör uzmanlarımızın yanı sıra, proje kapsamında yer alan firmalarımıza, firma temsilcilerimize ve bu projenin hayata geçirilmesine destek olan Düzce OSB, DTSO ve MARKA yönetimine teşekkürleri bir borç biliriz.

GENEL DEĞERLENDİRME

Türkiye, 1980 yılından itibaren küresel ticarete entegre olmak ve ihracat payını arttırmak amacıyla 24.01.1980 tarihli kararla dışa açık sanayileşmeyi amaçlayan reformlar ortaya koymuştur. 1980 yılında 2.9 Milyar ABD Doları olan ihracatımız 2018 yılı itibariyle 167,9 Milyar ABD Doları seviyesinde gerçekleşmiştir.

1980 kararları ardından ihracatımızda önemli gelişmelerin kaydedilmesine karşın ithalatın da benzer ve kimi zaman daha hızlı artması nedeniyle dış ticarete henüz istenilen başarı tam olarak sağlanamamıştır. Ülkemizin mevcut ihracat kapasitesinin artması ve cari açığımızın azaltılmasına yönelik olarak son dönemde pek çok politik adımlar atılmıştır.

Ülkemizin ihracatı 2016 yılında %0,9 gerileyerek 142.6 Milyar ABD Doları olarak gerçekleşmesine karşın 2017 yılında ihracatımız tekrar yükselişe geçerek 157 Milyar ABD Doları olmuş, 2018 yılı itibariyle de 167.9 Milyar ABD Doları seviyesine ulaşarak Cumhuriyet tarihimizin rekoru kırılmıştır.

Şekil 1: Türkiye'nin Yıllar Bazında İhracat Rakamları (1980-2018)

YIL	İHRACAT*	YIL	İHRACAT*	YIL	İHRACAT*	YIL	İHRACAT*
1980	2.910	1990	12.959	2000	27.774	2010	113.883
1981	4.702	1991	13.593	2001	31.334	2011	134.906
1982	5.745	1992	14.714	2002	46.059	2012	152.461
1983	5.727	1993	15.345	2003	47.252	2013	151.802
1984	7.133	1994	18.105	2004	63.167	2014	157.610
1985	7.958	1995	21.637	2005	73.347	2015	143.838
1986	7.456	1996	23.224	2006	85.534	2016	142.529
1987	10.190	1997	26.261	2007	107.271	2017	156.992
1988	11.662	1998	26.973	2008	132.027	2018	167.920
1989	11.624	1999	26.587	2009	102.142		

*(x1.000 ABD Doları)

Türkiye 2018 yılında en çok ihracat Almanya'ya ihracat gerçekleştirmiştir. En çok ihracat yapılan ilk 5 ülke içerisinde Almanya, İngiltere ve İtalya'ya ihracat artış gösterirken, Irak ve ABD'ye ihracat düşüş kaydetmiştir. 2018 yılında 1 Milyar ABD

Dolar üzeri ihracat yapılan ülkeler arasında ihracatın en çok arttığı ilk 3 ülke %95 ile İsviçre, %70 ile Libya ve %69 ile Katar olmuştur. Ayrıca 2018 yılında 1 Milyar ABD Dolar üzeri ihracat yapılan ülke sayısı 39'a çıkmıştır. Listeye yeni giren ülkeler İsviçre, Libya, Hindistan, Portekiz, Katar ve Çekya olmuştur. Ülke grupları açısından değerlendirildiğinde de Avrupa Birliğine üye olan 28 ülke ile 83 Milyar ABD Dolarlık ihracatımız olduğu görülmektedir.

Şekil 2: 2018 Yılında En Çok İhracat Gerçekleştirdiği Ülkeler ve İhracat Rakamları

SIRA	ÜLKE	İHRACAT*	SIRA	ÜLKE	İHRACAT*
1	ALMANYA	16.136	6	İSPANYA	7.708
2	İNGİLTERE	11.106	7	FRANSA	7.287
3	İTALYA	9.560	8	HOLLANDA	4.760
4	IRAK	8.346	9	BELÇİKA	3.950
5	ABD	8.304	10	İSRAİL	3.894

*(x1.000 ABD Doları)

Ülkemizin ihracat pazarlarında ekonomik büyüme beklentileri ile öne çıkan ülkeler; Polonya, Romanya, Kazakistan, Türkmenistan, Gürcistan, Irak, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır, İsrail, Gana ve Kenya olarak gözükmemektedir. Orta Avrupa ile Balkan Ülkelerinde yeni sanayileşme hamlelerinin atılıyor olması ülkemizin ihracat potansiyeli açısından hem fırsat hem de risk olarak görülmektedir.

4'ncü Sanayi Devrimi'nin beraberinde getirdiği dijitalleşme süreçleriyle birlikte dünyada yazılım ve kodlama sektörlerinde de büyümeler gerçekleşmektedir. Dünya genelinde 5 Trilyon ABD Doları seviyelerine ulaşan Bilişim sektörünün ana alt kollarından olan yazılım sektörünün büyüklüğünün ise 3.5 Trilyon ABD Doları seviyelerindedir. Dünyadaki bu hızlı ilerleyişin yanı sıra ülkemizde de 2018 yılı sonu itibariyle Bilgi ve İletişim Teknolojileri pazarı %15 oranında büyüyerek yaklaşık 30 Milyar ABD Doları ve yazılım sektörünün büyüklüğü ise 6 Milyar ABD Doları seviyesindedir. Bilgi ve İletişim Teknolojileri alanındaki bu pazar hacmini Bilgi Teknolojileri alanında incelediğimizde ise %20 Yazılım, %17,1 Donanım ve %9,4'lük oran ile diğer hizmetler kategorileri karşımıza çıkmaktadır.

Tüm dünyada teknoloji tabanlı ve çarpan etkisi yüksek Ar-Ge firmalarının gelişimlerini destekleyen teknokentler, 2018 yılı içerisinde de ülkemize önemli katkılar sunmuştur. Bilgi ve İletişim Teknolojileri sektörünün hacminin yaklaşık %15'lik kısmı teknokent bünyesindeki firmaların başarılarından karşılanmış olup; 2017 yılı ile kıyaslandığında; şirket sayısında %15, çalışan sayısında %14, toplam ciroda %23 ve toplam ihracat oranında %31'lik artış gerçekleşmiştir.

Ülkemizdeki yazılım ve bilişim sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların 2018 yılı içerisinde gerçekleştirdikleri ihracatlarını incelediğimizde ise firmaların en çok %77 ile Avrupa Birliği üye ülkelere ihracat gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir. Avrupa Birliği üye ülkelerinin dışında ise Asya, Kuzey Amerika ve Güney Amerika ile Orta Doğu ve Avrupa pazarlarına eşit oranda ihracat gerçekleştirilmiştir.

Ülkemiz açısından yaşanan olumlu gelişmelerin karşısında küresel ekonomide 2019 – 2020 yıllarında önemli 3 riskin ortaya çıkacağını da belirtmemiz gerekmektedir.

Özellikle ABD ve Çin'in karşılıklı olarak devam ettirdikleri ekonomi savaşlarında yumuşama olmaz ve bir uzlaşma sağlanamazsa dünya ekonomisinde genel olarak sert bir iniş beklenmektedir. İngiltere'nin Brexit konusunda uzlaşma sağlanamaması yine İngiltere ekonomisinin küçülmesine ve buna bağlı olarak da AB ekonomisinde daralma yaşanmasına neden olacaktır. Üçüncü ve ekonomiyi derinden sarsabilecek bir diğer başlık ise İran'a yapılan sert yaptırımların devam etmesi halinde petrol fiyatlarında yaşanacak artışların dünya ekonomisini olumsuz etkilemesidir.

Sonuç itibarıyla dünya ekonomisi açısından ticaretin yavaşlama potansiyeli olmasına karşın Türkiye için ihracat şartlarının olumlu koşullar sunacağı, özellikle de teknoloji tabanlı ürün ve hizmetlerin ihraç edilmesinde ülkemizin büyük bir potansiyele sahip olduğu öngörülmektedir.

FİRMA ANALİZLERİ

1. 3S MÜHENDİSLİK MÜŞAVİRLİK SAN. TİC. A.Ş.

1.1. KÜNYE

Firma İsmi	3S Mühendislik Müşavirlik San. Tic. A.Ş.			
Firma Kuruluş Yılı	1993			
Firma Çalışan Sayısı	51			
Firma Çalışanlarının Eğitim Düzeyi	Doktora	Master	Lisans	Diğer
	3	4	33	11
Firmada Yabancı Dil Bilen Sayısı	İngilizce	Almanca	Arapça	Diğer
	11	0	0	0
Firmanın Daha Önce İhracat Tecrübesi Var mı?	Var			
(Varsa) İhracat Payı ve İhracat Gerçekleştirilen Ülkeler	İhracat Payı	Ülkeler		
	%10	Lübnan, Uganda, Gürcistan, Özbekistan		
Firmanın Hedef Pazarları	Azerbaycan, İspanya, Romanya, Rusya, Slovenya			

1.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER

Endüstriyel yağ sektöründe faaliyetlerine devam eden 3S Mühendislik A.Ş., 1993 yılında kurulmuş olup, 2002 yılına kadar demir çelik sanayisinde kullanılan ekipmanlarının üreten Avrupa menşeli firmaların temsilciliğini yürütmüştür. 2002 yılından itibaren dünyanın en büyük yağ üreticilerinden olan Quaker Chemical firmasının Türkiye temsilciliğini yürütmekte olan 3S Mühendislik, zaman içerisinde sektörde yaşanan gelişmelere bağlı olarak kendi Ar-Ge birimlerini kurarak kendi ürünlerini üretmeyi hedeflemiş ve 2007 yılında Potenza Endüstriyel Yağlar San. Tic. Ltd. Şti şirketini kurmuştur.

3S Mühendislik firmasının ürünlerini rakipleriyle kıyasladığımızda; rakip ürünlerin 6 ay olan kullanım ömürlerinin 3S Mühendislik ürünlerinde 5 yıla kadar uzayabileceği ve firmanın servis ve bakım hizmetlerini de kendi bünyelerinde barındırdıkları görülmektedir.

Aroma, madeni yağ ve makyaj malzemeleri gibi çok fazla sektörde kullanılabilen ester alanında ilerleme kaydetmek isteyen 3S Mühendislik, ekolojik ürünleri hayata geçirmek için Ar-Ge merkezinde çalışmalarına devam etmektedir.

2. ANADOLU RULMAN İMALAT SAN. TİC. A.Ş.

2.1. KÜNYE

Firma İsmi	Anadolu Rulman İmalat San. Tic. A.Ş.			
Firma Kuruluş Yılı	2005			
Firma Çalışan Sayısı	98			
Firma Çalışanlarının Eğitim Düzeyi	Doktora	Master	Lisans	Diğer
	0	0	12	86
Firmada Yabancı Dil Bilen Sayısı	İngilizce	Almanca	Arapça	Diğer
	3	0	0	0
Firmanın Daha Önce İhracat Tecrübesi Var mı?	Var			
(Varsa) İhracat Payı ve İhracat Gerçekleştirilen Ülkeler	İhracat Payı	Ülkeler		
	%15	Avrupa		
Firmanın Hedef Pazarları	Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, Kazakistan, Romanya, Rusya, Slovenya			

2.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER

Tek sıra sabit bilyeli rulmanlar, konik makaralı rulmanlar, özel seri rulmanlar ve indüksiyon ile sertleştirilmiş ve taşlanmış hassas mil üzerine rulmanlar üretmekte olan Anadolu Rulman firması 2005 yılında kurulmuştur.

Anadolu Rulman firmasının iç pazarda 1 adet rakibi bulunmasına karşın, dış pazarda pek çok rakibi bulunmaktadır. Anadolu Rulman firması tarafından üretilen ürünleri rakipleriyle kıyasladığımızda; rakiplerin daha çok bilyeli rulmanlar ürettiği ve olmasına karşın Anadolu Rulman firmasının tüm rulman türlerini ürettiği ve

kalite/fiyat dengesinde Anadolu Rulman firmasının daha iyi konumda olduğu görülmektedir.

Teknik ve teknolojik alanında yapılan incelemelerde Anadolu Rulman firmasının rakipleri ile aynı seviyede olduğu görülmüştür. Tersine mühendislik çalışmaları ile rakiplerinin gelişim seviyelerini yakından takip eden Anadolu Rulman, dünya pazarında Türk ürünlerinin marka bilinirliğinin az olması nedeniyle hak ettiği ticari hacme henüz ulaşamamıştır.

3. BİLEN EGZOZ A.Ş.

3.1.KÜNYE

Firma İsmi	Bilen Egzoz A.Ş.			
Firma Kuruluş Yılı	1954			
Firma Çalışan Sayısı	110			
Firma Çalışanlarının Eğitim Düzeyi	Doktora	Master	Lisans	Diğer
	0	0	25	85
Firmada Yabancı Dil Bilen Sayısı	İngilizce	Almanca	Arapça	Diğer
	10	0	0	1 Bulg. 1 Rusça 1 Frans. 1 İbran
Firmanın Daha Önce İhracat Tecrübesi Var mı?	Var			
(Varsa) İhracat Payı ve İhracat Gerçekleştirilen Ülkeler	İhracat Payı	Ülkeler		
	%15-20	Amerika Birleşik Devletleri, Belçika, Fransa, İsveç, İtalya, Birleşik Arap Emirlikleri, Almanya		
Firmanın Hedef Pazarları	Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, Kazakistan, Romanya, Rusya, Slovenya			

3.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER

Egzoz sistemi, emisyon kontrol sistemleri ve her tür bükümlü boru parçası üretmekte olan Bilen Egzoz 1954 yılında kurulmuş olup, after-treatment sistemlerine yönelik çalışmalarda gerçekleştirmektedir. 2000’li yılların başında otomotiv, traktör, iş makinası ve jeneratör üreticilerinin tedarikçisi olmuş olan Bilen Egzoz, aynı dönemde yurtdışı pazarına da açılmıştır.

Ar-Ge Merkezine sahip olan Bilen Egzoz, müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarına yönelik Ar-ge çalışmaları da gerçekleştirmektedir. KOSGEB Ar-Ge İnovasyon ve KOBİ Gel destek programlarından yararlanmış olan Bilen Egzoz, TÜBİTAK tarafından başarıyla tamamlanmış Ar-Ge çalışmasını, KOSGEB Teknoyatırım programına sunmaya yönelik çalışmalarda yürütmektedir.

Bilen Egzoz firması tarafından üretilen ürünleri rakipleriyle kıyasladığımızda; firma rakiplerden daha yüksek kalitede ve uygun fiyata ürünlerini sunmakta ve bünyesinde sunduğu test hizmetleri sayesinde de rakiplerinden ayrılmaktadır. Özellikle lojistik, fiyatlama ve teknik destek konularında rakiplerinden daha iyi konumda olan Bilen Egzoz, butik ihtiyaçlara cevap verebilen esnek bir üretim yapısına sahiptir.

4. ENDMAKSAN MÜH. MAK. İNŞ. SAN. TİC. LTD. ŞTİ

4.1. KÜNYE

Firma İsmi	Endmaksan Müh. Mak. İnş. San. Tic. Ltd. Şti			
Firma Kuruluş Yılı	2012			
Firma Çalışan Sayısı	31			
Firma Çalışanlarının Eğitim Düzeyi	Doktora	Master	Lisans	Diğer
	0	0	5	26
Firmada Yabancı Dil Bilen Sayısı	İngilizce	Almanca	Arapça	Diğer
	1	1	1	1 Rusça
Firmanın Daha Önce İhracat Tecrübesi Var mı?	VAR			
(Varsa) İhracat Payı ve İhracat Gerçekleştirilen Ülkeler	İhracat Payı	Ülkeler		
	%70	Romanya, Bulgaristan, İran, Cezayir, Ruanda, Tataristan, Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, Yunanistan		
Firmanın Hedef Pazarları	Azerbaycan, Belçika, Fransa, Hollanda, İsviçre, Kazakistan, Polonya, Rusya, Sırbistan, Slovenya, Tunus			

4.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER

Plastik hammaddeler için tank imalatı ve fabrikaların üretim hatlarına yönelik olarak robotik kollar üretmekte olan Endmaksan 2012 yılında kurulmuş olup, PM Grup altında faaliyetlerini sürdürmekte olan bir grup şirkettir. Endmaksan; taşıma, ebatlama, istifleme, zımpara hatları, pres sonrası soğutma sistemleri, tutkal tankları ve bu sistemlerin taşıma sistemleri, gaz taşıyıcı sistemler, dış saha çelik yapıları,

silolar, borulama hatları, hidrolik yük kaldırma platformları ve özel makine imalatı yapmaktadır.

Endmaksan firması tarafından üretilen ürünleri rakipleriyle kıyasladığımızda; firma rakiplerden daha yüksek kalitede, yaklaşık 3'te 1 fiyata ve temin süresi olarak %50 daha kısıda ürünleri piyasaya sunmaktadır. Endmaksan firmasının bu avantajları elinde bulunduruyor olmasına karşın rakiplerin kendilerinden 50 yıldan daha fazla süredir sektörde olması ve buna bağlı olarak rakip firmaların marka bilinirliğinin fazla olması nedeniyle istenilen ticari hacme henüz ulaşamamıştır. Bu durum firmanın uluslararası pazarda zorlandığı alanların başında gelmektedir.

5. KARAMAN DÖKÜM SAN. TİC. LTD. ŞTİ

5.1. KÜNYE

Firma İsmi	Karaman Döküm San. Tic. Ltd. Şti			
Firma Kuruluş Yılı	1960			
Firma Çalışan Sayısı	140			
Firma Çalışanlarının Eğitim Düzeyi	Doktora	Master	Lisans	Diğer
	0	1	17	122
Firmada Yabancı Dil Bilen Sayısı	İngilizce	Almanca	Arapça	Diğer
	8	0	0	0
Firmanın Daha Önce İhracat Tecrübesi Var mı?	VAR			
(Varsa) İhracat Payı ve İhracat Gerçekleştirilen Ülkeler	İhracat Payı	Ülkeler		
	%40-50	Çekya, Almanya, İsviçre, Romanya, Avusturya		
Firmanın Hedef Pazarları	Azerbaycan, Belarus, Birleşik Arap Emirlikleri, İspanya, Katar, Kazakistan, Rusya			

5.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER

Üretimine 1952 yılından beri devam etmekte olan Karaman Döküm, 2002 yılından itibaren enerji sektörüne yönelik çalışmalarına hız vermiştir. Halen yüksek kalitede gri ve sifero döküm parçaları üretmekte olan Karaman Döküm, enerji, otomotiv, vana, pompa, tarım ve makine sektörlerine yönelik üretim gerçekleştirmektedir. Enerji sektöründe lider konumda olan Karaman Döküm, 2018 yılından beri sadece döküm ürünleri değil, doğrudan üretim hattına yönelik hazır ürün gamını geliştirerek rakipleriyle kendileri arasındaki ilişkiyi geliştirmek istemektedir.

6. TEKNOLOJİK CAM SAN. TİC. A.Ş.

6.1. KÜNYE

Firma İsmi	Teknolojik Cam San. Tic. A.Ş.			
Firma Kuruluş Yılı	2014			
Firma Çalışan Sayısı	32			
Firma Çalışanlarının Eğitim Düzeyi	Doktora	Master	Lisans	Diğer
	0	2	6	24
Firmada Yabancı Dil Bilen Sayısı	İngilizce	Almanca	Arapça	Diğer
	1	1	0	0
Firmanın Daha Önce İhracat Tecrübesi Var mı?	VAR			
(Varsa) İhracat Payı ve İhracat Gerçekleştirilen Ülkeler	İhracat Payı	Ülkeler		
	%30	Almanya, Finlandiya, Belçika, Hollanda		
Firmanın Hedef Pazarları	Amerika Birleşik Devletleri, Azerbaycan, Çekya, Katar, Kazakistan, Rusya			

6.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER

Üretimine 2014 yılında başlayan Teknolojik Cam firması, Panzer Glass markası ile ısıcam cephe camları, temperli cam ve lamine cam sektörleri başta olmak üzere pek çok sektörde faaliyetlerine devam etmektedir.

Faaliyet gösterilen sektörde dünyada yaklaşık 10 firmanın bulunması, sektör içerisindeki rekabetin ne denli zorlu olduğunu göstermektedir. Teknolojik Cam firması rakipleriyle kıyaslandığında; termin sürelerinin kısa ve kalite/fiyat dengesinin rakiplerinden çok daha güçlü olması firmanın güçlü yönlerinden bazılarıdır.

Teknik ve teknolojik alanında yapılan incelemelerde Teknolojik Cam firmasının rakipleri ile aynı seviyede olduğu görülmüştür. Rakiplerinin çalışmalarını analiz etme kabiliyeti gelişmiş olan Teknolojik Cam, dünya pazarında Türk ürünlerinin marka bilinirliğinin az olması nedeniyle hak ettiği ticari hacime henüz ulaşamamıştır.

7. PÜR TEKNİK LTD. ŞTİ

7.1.KÜNYE

Firma İsmi	Pür Teknik Ltd. Şti			
Firma Kuruluş Yılı	2015			
Firma Çalışan Sayısı	40			
Firma Çalışanlarının Eğitim Düzeyi	Doktora	Master	Lisans	Diğer
	0	0	6	34
Firmada Yabancı Dil Bilen Sayısı	İngilizce	Almanca	Arapça	Diğer
	3	1	0	0
Firmanın Daha Önce İhracat Tecrübesi Var mı?	VAR			
(Varsa) İhracat Payı ve İhracat Gerçekleştirilen Ülkeler	İhracat Payı	Ülkeler		
	%35	Avrupa Ülkeleri, Kuzey Afrika, Amerika Birleşik Devletleri		
Firmanın Hedef Pazarları	Almanya, Belarus, Kazakistan, Romanya, Slovenya			

7.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER

Poliüretan parça imalatı konusunda üretim yapmakta olan Pür Teknik, otomotiv endüstrisinde direksiyon simitleri, kokpitler, koruyucu kapaklar, tutmaçlar, direksiklikler, koltuklar, tavan-yan duvar panelleri, ara duvarlar, direksiyon kapakları, koruyucu barlar, headlinerlar kolları ve sürücü tutmaçları başta olmak üzere pek çok parçada üretim gerçekleştirmektedir.

Pür Teknik firmasının iç pazarda 3 adet, dış pazarda ise yaklaşık 10 adet rakibi bulunmasına karşın, rakipleriyle firmayı kıyasladığımızda; marka bilinirliği,

güven, başarılı referanslar ve kalite/fiyat dengesinde rakiplerinden daha iyi konumda olduğu görülmektedir.

Pür Teknik firmasının içerisinde bulunduğu sektörün yapısı itibariyle, firmanın sıcak temas ya da yaygın bir satış – pazarlama ağının olması önem arz etmemektedir. Otomotiv ana sanayinden gelen talepler üzerine üretimlerini hayata geçiren Pür Teknik firmasının, çalışmadığı diğer otomotiv firmaları ile yakın temas içerisinde olmasını sağlayacak bir pazarlama ağını oluşturması yeterli olacaktır.

8. SANCAKLI MOBİLYA AĞAÇ SAN. TİC. A.Ş.

8.1. KÜNYE

Firma İsmi	Sancaklı Mobilya Ağaç San. Tic. A.Ş.			
Firma Kuruluş Yılı	1958			
Firma Çalışan Sayısı	73			
Firma Çalışanlarının Eğitim Düzeyi	Doktora	Master	Lisans	Diğer
	0	0	5	68
Firmada Yabancı Dil Bilen Sayısı	İngilizce	Almanca	Arapça	Diğer
	3	0	0	2 Boşn.
Firmanın Daha Önce İhracat Tecrübesi Var mı?	VAR			
(Varsa) İhracat Payı ve İhracat Gerçekleştirilen Ülkeler	İhracat Payı	Ülkeler		
	%45	Bulgaristan, Almanya, Hollanda, Kanada, Kazakistan, Fransa, Nijerya, İsrail, Azerbaycan		
Firmanın Hedef Pazarları	Birleşik Arap Emirlikleri, Cezayir, Çekya, Finlandiya, İsviçre, İtalya, Mısır, Tunus, Yunanistan			

8.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER

İç mekan kullanımına uygun sandalye üretim yapmakta olan Sancaklı Mobilya, insan sağlığına ve çevreye duyarlı, teknolojik gelişmeleri takip eden, müşteri istek ve ihtiyaçlarına uygun ve kişiye özel çözümler üretmektedir. 1958 yılından günümüze faaliyetlerine devam etmekte olan Sancaklı Mobilya, mobilya sektöründeki en önemli firmaların sandalye tedarikçisi durumundadır.

Sektörde pek çok rakibi bulunan Sancaklı Mobilya, rakipleriyle kıyaslandığında; kalite/fiyat dengesi, yenilikçi tasarım, kişiye özel üretim ve esnek üretim yapısı sayesinde rakiplerinden daha iyi konumda bulunmaktadır. Bünyesinde sadece ahşap üretim yapmayan Sancaklı Mobilya, metal ve kumaş üretim hatlarıyla d müşterilerine hizmet sunmaktadır.

Sektörde 60 yılı geriden bırakan Sancaklı Mobilya, bugüne kadar hem iç pazarda hem de dış pazardaki satış-pazarlama stratejisini; sektördeki başarılı çalışmaları, müşteri memnuniyeti, referanslar ve fuar katılımları şeklinde belirlemiştir. Özellikle dış piyasadaki satışlarını referanslar sayesinde sürdürmekte olan firma, tasarım gücünü ön plana çıkararak; standart sandalye üreticisi konumundan “tasarımlarıyla sektöre yön veren” firma olmaya yönelik çalışmalar hayata geçirmektedir. Özellikle Amerika ve Avrupa pazarında bu gücü ile yer almak isteyen firma, işletme bünyesindeki tasarım bölümünü genişletmekte ve dünyaya Türk mobilyası tanıtmak istemektedir.

9. ŞAFAK MAKİNE YEDEK PARÇA SAN. TİC. A.Ş.

9.1. KÜNYE

Firma İsmi	Şafak Makine Yedek Parça San. Tic. A.Ş.			
Firma Kuruluş Yılı	1955			
Firma Çalışan Sayısı	240			
Firma Çalışanlarının Eğitim Düzeyi	Doktora	Master	Lisans	Diğer
	0	0	39	141
Firmada Yabancı Dil Bilen Sayısı	İngilizce	Almanca	Arapça	Diğer
	10	1	0	0
Firmanın Daha Önce İhracat Tecrübesi Var mı?	VAR			
(Varsa) İhracat Payı ve İhracat Gerçekleştirilen Ülkeler	İhracat Payı	Ülkeler		
	%65	Almanya, Amerika Birleşik Devletleri		
Firmanın Hedef Pazarları	Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, Belçika, İspanya, Romanya, Rusya, Slovenya			

9.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER

Yüksek ve düşük basınçlarda çalışan bağlantı elemanları, boru hortum kompleleri, klima, yakıt ve fren boru kompleleri, ticari araç kompresörleri, fren egzoz klapeleri, özel motor parçaları ve piyano grubu kompleleri üretimi gerçekleştirmekte olan Şafak Makine, 1955 yılından bugüne ürün imalatı gerçekleştirmektedir. Firma bünyesinde ayrıca; CNC talaşlı imalat, boru büküm makina parkları ve dövme, kaplama destek tesisleri ile müşteri istek ve beklentilerine yönelik ürün geliştirme yeteneğine sahip olan Şafak Makine, boru ve talaşlı imalatı aynı anda yapabilen Türkiye'nin ilk ve tek firmasıdır.

Bünyesinde bulunan Ar-Ge Merkezi sayesinde Ar-Ge ve mühendislik çözümleri de sunmakta olan Şafak Makine bugüne kadar; 12 Adet TÜBİTAK, 4 adet KOSGEB projesini başarıyla hayata geçirmiş bulunmaktadır. Ford, Eaton, BMC, Karsan, Volkswagen, Mercedes, Bosch, Porsche, Temsai Isuzu ve Türk Traktör gibi sektör lideri önemli firmaların tedarikçisi konumunda bulunan Şafak Makine, Ford ve Eaton başta olmak üzere pek çok kez “En İyi Küresel Tedarikçi” ödülüne layık görülmüştür.

10. VOLTA MOTOR SAN. TİC. A.Ş.

10.1. KÜNYE

Firma İsmi	Volta Motor San. Tic. A.Ş.			
Firma Kuruluş Yılı	2010			
Firma Çalışan Sayısı	180			
Firma Çalışanlarının Eğitim Düzeyi	Doktora	Master	Lisans	Diğer
	1	2	15	162
Firmada Yabancı Dil Bilen Sayısı	İngilizce	Almanca	Arapça	Diğer
	4	1	0	1 Frans.
Firmanın Daha Önce İhracat Tecrübesi Var mı?	VAR			
(Varsa) İhracat Payı ve İhracat Gerçekleştirilen Ülkeler	İhracat Payı	Ülkeler		
	%15	Avrupa, Özbekistan, Fas		
Firmanın Hedef Pazarları	Almanya, Avusturya, Çekya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İsviçre, İtalya, Slovenya, Yunanistan			

10.2. FİRMA HAKKINDA BİLGİLER

Elektrikli bisikletten benzinli araçlara kadar 21 farklı model ürün geliştirmekte olan Volta Motor, 2010 yılında faaliyetlerine başlamıştır. Rakiplerine oranla; daha verimli, çevreci ve daha yüksek performanslı araçlar üretebilen Volta Motor, kalite/fiyat dengesi ve yaygın teknik destek ağı sayesinde rakiplerinden daha iyi bir konumdadır. Sektörün yapısı itibariyle Çin Menşeli pek çok rakibi bulunan Volta Motor, Çinli firmaların teknik destek ve garantiye yönelik çözümler sunmaması ve Avrupa'da yaygınlaşan elektrikli araç kullanımı sayesinde Çinli rakipleriyle rekabet edebilmektedir.

ÜLKELER HAKKINDA BİLGİLER

1. ALMANYA

2003 yılından 2009 yılına kadar Dünya ihracatında ilk sırada olan Almanya 2017 yılında Çin ve ABD'den sonra üçüncü sırada yer almaktadır. Ülke, 2018 yılında dünya ihracat ve ithalat sıralamasında üçüncü sırada yer almıştır. Alman ekonomisinin kalbini imalat sanayi ve ilgili hizmet sektörleri oluşturmaktadır. En önemli imalat sektörleri sanayi makineleri, otomotiv ve kimya sanayi iken son yıllarda telekomünikasyon sektörü de önde gelen faaliyet alanlarından biri haline gelmiştir. Diğer sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi Almanya'da da hizmetler sektörünün önemi giderek artmıştır. 2017 yılı itibarıyla hizmetler sektörü ekonominin %61,9'luk kısmını oluşturmaktadır.

Ülkemizin yabancı ülkelerle olan ikili ekonomik ve ticari ilişkileri dikkate alındığında, en yoğun ilişkilerin Federal Almanya ile olduğu gözlenmektedir. Almanya 2018 yılında, önceki yıllarda da olduğu gibi, ülkemizin ihracatında birinci sırada yer alırken ithalatımızda Rusya Federasyonu ve Çin'in ardından üçüncü sırayı almıştır.

Almanya yenilenebilir enerjiler alanında AB ülkeleri arasında ilk sırada yer almaktadır. Ülkenin, dünyanın gelişmiş ekonomileri arasında ilk büyük yenilenebilir enerji ekonomisi olduğu ifade edilmektedir.

2. AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ

Dünya serbest piyasa ekonomisinin en büyük örneğini teşkil eden Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'de kullanılan ürün ve hizmetlerin büyük çoğunluğu özel sektör eli ile arz edilmektedir. 2.6 Trilyon ABD Doları ithalatı ile dünyanın en büyük mal ithalatçısı ve 1.7 Trilyon ABD Doları ihracatı ile Çin'den sonra en büyük 2'nci mal ithalatçısı olan ABD, hizmet ticaretinde ise dünyanın en büyük ithalatçısı ve ihracatçısı konumundadır.

ABD ekonomisinin temeli, ABD'nin sahip olduğu doğal zenginlikler ve nitelikli iş gücüne sahip olmasına dayanmaktadır. Özellikle Bilgi Teknolojileri ve

Telekomünikasyon sektörlerinde faaliyet gösteren yetenekli iş gücüne sahip olan ABD, bu ve diğer sektörlerde çalışabilecek nitelikli iş gücünün eğitilmesi için yoğun eğitim sunan pek çok eğitim kurumuna sahiptir. Ayrıca ABD, sunmuş olduğu sosyal ve ekonomik imkanlar sayesinde dünyanın hemen hemen her ülkesinde de “beyin göçü” almaktadır.

20’nci yüzyılın ikinci yarısından itibaren başlayan ve 21’nci yüzyılın en önemli kavramları haline gelen Bilgi ve İletişim Teknolojileri ABD ekonomisine yön veren temel prensip haline gelmiştir. Ayrıca uzay-havacılık, iletişim, telekomünikasyon ve IT sektörlerinin gelişmesine paralel olarak imalat sanayinde kullanılan makine ve teçhizatları yüksek teknoloji ve iş gücü verimliliğine dayanan yeni yapılar olarak karşımıza çıkması da ABD ekonomisine katkı sağlamaktadır.

ABD pazarı özellikle bilişim, yazılım, telekomünikasyon ve IT sektörlerinde büyük başarılarla imza atmış sektörlerden oluşmaktadır. Böyle güçlü bir pazarda firmanızın rekabet gücünü korumak, her geçen gün daha fazla bilinçlenen tüketicilere pazarlama teknik ve argümanlarınızın doğru olduğunu ispat etmek en önemli stratejiniz olmalıdır. Ürün veya hizmetlerinizin kalitesi, kurumunuzun sosyal sorumluluk konularındaki duyarlılığı ve kurumsal sürdürülebilirliğinizin hayata net olarak geçmesi ve Amerikan toplumu tarafından biliniyor olması gerekmektedir. Özellikle Amerika toplumunda küresel ısınma nedeniyle gün geçtikçe artan, başta su olmak üzere, doğal kaynakların azalması konuları ve bu kaynakların etkin kullanılması ya da sürdürülebilir bir yapıda kullanılmasına olanak sağlayacak ürün veya hizmetlerin ortaya konması son derece önem arz etmektedir.

Amerikan tarım sektörü yüksek üretkenlik seviyesi ve modern teknoloji kullanımı ile dünyanın en büyük tarım sektörleri arasında yer almaktadır. Amerika Birleşik Devletleri dünyanın en büyük mısır, soya, sığır eti ve pamuk üreticilerindedir. Ülkenin ana sektörleri arasında tarım (mısır, soya, sığır eti ve pamuk); makine, kimyasal ürün, yiyecek ve otomobil imalatı; finans, sigorta, emlak, kira ve kiralamaya odaklanan yükselen üçüncül piyasa bulunur. Amerikan tarım

sektörü kuşkusuz dünyanın en büyüklerinden biridir, Kaliforniya bölgesi ülkenin sebze ve meyve üretiminin sadece üçte birinden fazlasını ve meyve ve fındıklarının üçte ikisini üretmektedir. Bununla birlikte, tarım yalnızca GSYH'nin %1,0'ini oluşturmaktadır ve işgücünün %1,63'ünü kullanmaktadır.

3. AVUSTURYA

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Avrupa'nın en fakir ülkelerinden sayılan Avusturya, son 20 yılda dünyanın en zengin ülkeleri arasında yer almayı başarmıştır. Yaklaşık 84 bin km²'lik yüzölçümüne ve 8,5 milyonluk nüfusa sahip olan ülke müreffeh ve demokratik bir ülke olarak tanımlanmaktadır. Ülke 1999 yılında "AB Ekonomik ve Parasal Birliği" ne katılmıştır.

Ülkenin stratejik coğrafi konumu ticari yönden önemli bir güç kaynağı oluşturmakta, tarihi bağlar da dikkate alındığında, özellikle Doğu Avrupa ülkeleri için Avusturya en yakın Batılı ticari ortak konumuna sahip bulunmaktadır. Doğu Blok'unun yıkılmasını takiben Avusturya'nın, doğusundaki komşu ülkelerle olan ticaret hacmi ve bu ülkelerdeki yatırımları çarpıcı bir biçimde artmıştır.

Avusturya'nın en değerli doğal kaynağı olan ekolojik çevresini, kirlilik düzeylerini sistematik olarak düşürmek yoluyla korumak adına gösterdiği yoğun çabalar, ülkenin çevre açısından en bilinçli Avrupa ülkeleri arasında sayılmasını sağlamıştır. İlgililer Avusturya'nın, Japonya'dan sonra çevre konusunda en duyarlı ikinci ülke olduğunu ifade etmektedirler.

Avusturya'nın telekomünikasyon ve internet altyapısı bakımından incelendiğinde dünyanın en gelişmiş ülkelerinden biridir ve ülke olarak son teknolojiye sahip ürünlere karşı yüksek talep bulunmaktadır. Viyana Ticaret Odası'nca yapılan bir anket çalışmasında, Avusturyalı firmaların Türkiye'yi tercih etmelerinin nedeni sorulmuş olup, cevaplarda öncelikli olarak, mesafe, gümrük birliği ve ürünlerimizin kalite ve fiyatlarının belirleyici olduğu ortaya çıkmıştır.

4. AZERBAYCAN

Azerbaycan ekonomisinde, sanayi sektörünün önemli bir bölümünü yaklaşık 20 yıl önce kurulan ağır sanayi oluşturmaktadır. Ağır sanayi içinde en önemli sektörler demir, alüminyum ve çimento olup, çoğu petrol sanayinin gelişiminden sonra ihmal edilmiştir. Ülke sanayisinin tekrar canlanmasına yönelik olarak, Azerbaycan'da 2014 yılı "sanayi yılı" ilan edilmiştir. Reel sanayi üretiminin hızla düşmesine rağmen, konut inşası, kırsal altyapı çalışmaları ve ulaşım altyapısının iyileştirilmesinden dolayı inşaat sektörü son iki senedir çok hızlı büyümüştür.

Hizmet sektörü de ulaşım ve telekomünikasyon alanlarında yaşanan gelişmelerden dolayı hızlı bir biçimde büyümüştür. Azerbaycan'ın telekomünikasyon altyapısı henüz yeterince gelişmemiş olsa da bu alanda büyük yatırımlar yapılmaktadır. Azerbaycan'da petrolden sonra en fazla yabancı yatırımın yapıldığı alan bilgi ve iletişim teknolojileridir.

Azerbaycan'da e-devlet, ileri teknoloji parkları, TASIM (Trans-Eurasian Information Super Highway), Azerspace-1 uydusunun fırlatılması ve 2 uydunun daha planlanması çalışmaları devam etmektedir. Ayrıca ülkede 3 adet teknopark bulunmaktadır. Bunların ikisi 2011 yılında kurulmuş olan endüstri parkyken diğeri 2012 yılında kurulmuş olan Yüksek Teknoloji Parkıdır. Bu teknopark üzerinden mobil ve bilgi teknolojileri, e-iş, animasyon grafikleri, yazılım, uzay ve telekomünikasyon, biyoteknoloji, nanoteknoloji, tıbbî yazılım ve robotik çalışmalar gerçekleştirilmektedir.

Azerbaycan özel sektörünün pazarlama sistemi henüz gelişme aşamasındadır. Bağımsızlık sonrası kurulmaya başlayan özel şirketler ticarete merkezi satın alma sisteminin yerine yavaş yavaş geçmeye başlamıştır. Küçük dükkanlar kendi kendilerini finanse ederek önemli gelişme göstermişlerdir. Devlet kuruluşlarının tüketim mallarını pazarlamaları, ödeme güçlerinin yetersiz olması nedeniyle mümkün olamamaktadır. Azerbaycan ekonomisi yalnızca bir nakit ekonomisi olarak faaliyet göstermektedir.

Bankacılık sistemi kamu bankalarının egemenliği altındadır. Kredi kartı kullanımı henüz yeterince yaygınlaşmamıştır. Bu nedenle ülkede katalog üzerinden ve elektronik ticaret yolu ile satışlar henüz gelişmemiştir. Doğrudan pazarlama yöntemi olarak yüzyüze satışlar (özellikle güzellik ve sağlık ürünlerinde) kullanılmaktadır. Önümüzdeki yıllarda dağıtım maliyetlerini düşürmeleri nedeni ile katalog ve elektronik ticaret satışlarının artması beklenmektedir.

5. BELARUS

Belarus topraklarının % 43,2'sini tarım alanları oluşturmaktadır. Ülke yüzölçümünün %40,9 gibi önemli bir kısmını ormanlar oluşturmakta ve bu oran merkezi ve Doğu Avrupa için de önemli bir katkıda bulunmaktadır. Ülke kişi başına 0,94 hektar orman alanı ve 136,1 m3 kereste rezervleriyle Avrupa ortalamasının neredeyse iki katına yakın orman zenginliğine sahiptir.

Beyaz Rusya, petrol ve doğal gaz gibi enerji kaynakları üretimi bakımından fazla zengin olmasa da mineral ürünleri üretimi bakımında Avrupa'da oldukça üst sıralarda yer almaktadır. Özellikle potasyum tuzu rezervinde dünyanın en önemli üreticileri arasındadır. Mozyr, David-Gorodok ve Starobin'deki rezervlerin toplam miktarı 22 milyar ton olarak tahmin edilmektedir. Sapropel rezervleri ise 3 milyar m3'e yakındır. Granit, dolomit (beyaz mermer), marn ve tebeşir, kil, kum ve çakıl, doğal boyaların üretiminde kullanılan ham maddeler önemli doğal kaynak rezervlerini oluşturur.

Ülke petrol ve diğer enerji kaynakları açısından fakirdir. Sınırlı miktarda petrol üretimi varsa da, bu ülke ihtiyacının ancak % 12-13'ünü karşılamaktadır. Buna karşın ülkede petrol işleme sanayi gelişmiştir. Beyaz Rusya, Rusya Federasyonu'ndan aldığı ham petrolü işleyerek ihraç etmektedir.

Minsk Otomobil Fabrikası (MAZ) otomotiv ana sanayinde en büyük firma konumundadır. MAZ, kamyon ve otobüs üretmektedir. Beyaz Rusya Otomobil Fabrikası (BelAZ) kamyonları madencilikte ve hidro-teknik yapıların kurulmasında

kullanılmaktadır. Beyaz Rusya ÇelikFabrikası (BMZ) çelik sanayinde ülkedeki başlıca tesistir. Tarım makineleri de ülkenin önemli sektörlerindedir. Sektördeki önemli üreticiler, Minsk Motor Fabrikası, Gomselmash (tarım makineleri üreticisi), Bobruyskselmash (tarım makineleri üreticisi), Minsk Traktör Fabrikası (MTZ).

2013 yılı itibarı ile GSYİH içinde inşaat sektörünün payı %10'dur. 2012 yılında ülkede inşaat sektörü toplam üretim değeri 68,7 trilyon Br olmuştur. Ülkedeki inşaat faaliyetlerinin yarısı başkent Minsk'te gerçekleştirilmektedir. Ülkede yıllık 4-5 milyon m2 konut inşa edilmektedir. 2012 yılında inşa edilen konutların yarısı kamuya aittir.

6. BELÇİKA

AB ülkeleri arasındaki en açık ekonomilerden biri olarak bilinen Belçika, Son yıllarda AB ve Avro Bölgesini fazlasıyla etkileyen ekonomik ve mali krizin etkilerini nispeten daha hafif hissetmiştir. Belçika'nın temel ekonomik sıkıntıları arasında bütçe sorunları, yaşlanan nüfus ve düşük istihdam oranı göze çarpmaktadır.

Belçika'da iş gücü maliyetlerinin düşürülmesi, federal sistemin beraberinde getirdiği bürokrasinin azaltılması ve rekabet gücünün artırılması, ülkenin gerçekleştirmesi gereken yapısal reformlar arasında yer alıyor. Daha çok, ithal edilen hammadde ve yarı mamullerin işlenerek ihraç edilmesi şeklinde bir dış ticaret yapısının söz konusu olduğu Belçika'da, artık ekonomik olarak kullanılabilir durumda olmayan kömürün dışında, önemli bir doğal kaynağı bulunmamaktadır. Bununla birlikte, çelik, tekstil, kimya, arıtma, gıda işleme, eczacılık, otomotiv, elektronik ve makina üretimi gibi geleneksel sektörler, ekonomideki ağırlıklı yerlerini korumaktadır.

7. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ

Birleşik Arap Emirlikleri (BAE)'de ticaret düzenlemeleri liberal nitelikte olup, iç piyasada rekabetçi, fiyata duyarlı ve dışa açık bir pazara sahiptir. Bölgedeki diğer ülkelerin de önemli ölçüde mal ve hizmet tedarik ettiği veya temin ettiği bir ticaret merkezi konumunda olan BAE'nin bu özelliğinden dolayı, ülkede her ülkeye ait ürün

bulmak mümkündür. Ülkede tarım ve sanayi üretimi yetersiz olduğundan, ihtiyaçların büyük bir bölümü ithalat yoluyla karşılanmaktadır.

BAE ekonomik büyüme hedefine yönelik olarak federal (ve Emirlikler bazında) stratejik kalkınma planlarını yürürlüğe koymuştur. Kalkınma programlarının ortak özelliği, ekonomiyi petrol ve doğalgaza bağımlı olmaktan çıkarmak ve gelir kaynaklarında çeşitliliği sağlamaktır. Böylelikle, milli üretim içindeki enerji harici sektörlerin payını artırılması hedeflenmiştir. Kalkınmada öncelik verilmesi planlanan başlıca sektörler; havacılık ve uzay, bilgi teknolojileri, yenilenebilir enerji, ulaşım, turizm, sağlık ve ihracat odaklı sanayi ile petrokimyadır.

Ülkenin ticaret merkezi konumunda olan Dubai, rekabetin çok olduğu ve AVM'lerde dünyaca ünlü markaların satıldığı bir pazardır. İran, Rusya ve alım gücü yüksek olan komşu ülkelerden gelen turistlerin ülke içerisinde yaptıkları harcamalar nedeniyle ülkenin tüketim harcamasında da yükselme görülmektedir.

Diğer ülkelerden farklı olarak BAE'nin, özellikle de Dubai pazarını, az ve çeşitlilik içerek toplumsal nüfusu ve farklı tüketici özelliklerinin bir arada bulunması nedeniyle ülke içi talepleri karşılamaktan daha ziyade bölge ülkelerden gelecek dış talepleri yakalamak için girilmesi gereken bir pazar olarak görülmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, bölgede uzun vadeli iş/ticaret planlayan yabancı firmalar, özellikle Dubai veya serbest bölgelerinde olmak üzere, ofis/şube olarak yerleşik faaliyette bulunmayı tercih etmektedir.

8. CEZAYİR

Afrika Kıtası'nın en güçlü ekonomisi olan Cezayir, büyüyen ekonomiler arasında kendisine ön sıralarda yer bulmaktadır. Küreselleşme sürecinde dünyadan pay almaya çalışan Cezayir, 2004 yılında Büyük Arap Serbest Ticaret Bölgesi'ne üye olmuş, 2005 yılında da Avrupa Birliği ile Serbest Ticaret Anlaşması'na imza atmıştır. Afrika'nın en geniş topraklarına ve önemli doğalgaz ve petrol rezervlerine sahip Cezayir, söz konusu kıtanın (Güney Afrika, Nijerya ve Mısır'ın ardından) en büyük

4'üncü ekonomisi konumundadır. Cezayir, 22 üyesi bulunan Arap Birliği ülkeleri içerisinde de (Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır'ın ardından) 4'üncü büyük ekonomidir.

Cezayir, uzun yıllar dışa kapalı kaldıktan sonra son yıllarda sosyal ve ekonomik alanda yaşanan açıklık politikaları sayesinde büyük bir tüketim toplumu olma eğilimine girmiştir. Bu gelişmeler sonucunda, yeni bir kimlik kazanma mücadelesine giren Cezayir'in, sosyal adaletin ve gelir dağılımındaki dengesizliğin giderilmesine yönelik politikalarla, önümüzdeki yıllarda alım gücü artan ve tüketimde de ilerleme kaydeden bir toplum olması beklenmektedir.

Cezayir, refah düzeyi düşük bir ülke olarak gözükmektedir. Ayrıca, işsizlik oranının yüksekliği tüketicinin yapısı ve davranışlarına olumsuz etkileri bulunmaktadır. Ülkenin, uzun yıllar kapalı bir ekonomide yaşamasının da tüketiciler üzerinde birçok etkisi olmuştur. Bütün bu faktörler, Cezayir halkının tercihlerini etkilemiştir. Bu tür bir yapı içerisinde, halk bir malın kalitesi ve fiyatı arasında tercih yapmayı düşünmemekte, doğrudan fiyatı göz önüne almaktadır.

Cezayirli tüketiciler, fiyata karşı hassas, kalite beklentisi nispeten daha az, ülke ve marka tercihi ve bağımlılığı bulunmayan bir tüketici topluluğudur. Bunların yanı sıra, son yıllarda gerçekleştirilmeye çalışılan dışa açılma neticesinde tüketim isteklerinde büyük artış gözlenmektedir. Halkın, başta Fransız malları olmak üzere Avrupa mallarına ilgisi çok fazladır. Özellikle, nüfusun genç kesimi Batılı tarzda yaşamaya, giyinmeye özen göstermektedir. Ancak, tüketicilerin bütün bu batılılaşma, dışa açılma çabalarına rağmen halkın alım gücü hala çok düşüktür.

9. ÇEKYA

Çek Cumhuriyeti 2004 yılında AB'ne üye olan 10 ülke içinde en fazla yabancı sermaye alan ve sahip olduğu potansiyel itibarıyla gelişme şansı en yüksek olan ülkelerin başında gelmektedir. Çek ekonomisi ağırlıklı olarak ihracata yönelik sanayileşme politikası çerçevesinde şekillenmiş bir ekonomi özelliği taşımakta ve

ekonominin tüm dinamikleri dış etkenlere duyarlı, özellikle AB'deki (ağırlıklı olarak Almanya) gelişmelere bağımlı bir durumdadır. Çekya ekonomi yönetimince mevcut durumun sakıncaları ciddi anlamda analiz edilmiş olup, AB'ye bağımlılığın azaltılmasını ve ihracatta pazar çeşitlendirmesi hedeflenerek bu konuda ciddi adımlar atılmıştır. Temmuz 2012 itibariyle hazırlanarak yürürlüğe konulan 2012- 2020 İhracat stratejisinde alınan tedbirlerle ihracatta AB ye bağımlılığın azaltılmasına yönelik uygulamalar başlatılmıştır.

Çekya'da otomotiv ve havacılık sanayi, elektrik ve elektronik sektörü, nanoteknoloji, ileri teknoloji mühendislik ürünleri, bilişim ve yazılım sektörü, Ar-Ge, tıbbi ekipman, yenilebilir enerji ve çevre teknolojileri, gayrimenkul ve inşaat, turizm yatırım için öncelikli alanlar olarak ön plana çıkmaktadır.

10. FİNLANDİYA

Finlandiya sanayi alt yapısının oluşmasında 2'nci Dünya Savaşı ertesinde Rusya ile yapılan Barış Anlaşması çerçevesinde savaş tazminatının gemi ile makine ve ekipman olarak ödenme mecburiyeti önemli bir katkıda bulunmuştur. Metal ve mühendislik sanayinin hammaddesi demirin ve sanayi için gerekli enerji kaynağı petrolün Rusya'dan temini, buna karşılık söz konusu ülke ile yapılan uzun vadeli ticari ve ekonomik işbirliği anlaşmaları ile sanayi üretiminin bu ülkeye satışı ve üretim fazlasının da diğer batı ülkelerine pazarlanması sanayi alt yapısının etkin kullanımını sağlamıştır.

Finlandiya bugün büyük ölçüde endüstrileşmiş bir serbest piyasa ekonomisine sahiptir. 2016 yılında 230 Milyar ABD Dolarına ulaşan gayrisafi milli hasılası ile Avusturya, Belçika, Hollanda ve İsveç ile benzer bir büyüklüğe sahiptir. Ekonomide özellikle imalat sanayiinde (ormancılık, metal işleme, tasarım/dizayn, telekomünikasyon ve elektronik) son derece rekabetçi sektörlere sahiptir. İklim koşullarından ötürü, tarımda sadece kendine yeterliliği hedeflemektedir.

Finlandiya ekonomisi, ülke nüfusunun düşük olmasından kaynaklanan kısıtlı pazar potansiyeli dolayısıyla dış pazara yönelik oluşmuştur. Pek çok sektörde yüksek ihracat hacmi ile önemli üretim kapasitesine ulaşmış olan Fin sanayisi, dünya ekonomilerinde istikrarsızlık ve krizler gibi dışsal etkilere, diğer ülkelerden daha açık bulunmaktadır. Bu nedenle, esas olarak elektrikli ve elektronik ürünler, kağıt ve metal sanayisinde yaratılan katma değere aşırı bağımlı bir sanayi yapısına sahip Finlandiya, muhtemel dışsal ekonomik krizlerin etkisini minimize etmek için, ürün ve pazar çeşitliliği arayışına girmiştir.

Finlandiya AB'ye üye ülkeler arasında ekonomik büyüklük olarak orta sıralarda yer almaktadır. Küresel ekonomik durumdaki dalgalanma tehditlerine ortalama Euro bölgesi ülkelerinden daha savunmasızdır. Finlandiya ekonomisi önemli oranda ihracata bağlıdır. Küresel gelişmeler ile özellikle AB ülkeleri ve komşuları İsveç ve Rusya Federasyonu'ndaki ekonomik gelişmeler Finlandiya'da sonuçlar doğurabilmektedir. Ülke Batı Avrupa'nın Rusya Federasyonu'na geçiş noktasıdır. Ancak, AB'nin Rusya'ya karşı uyguladığı ambargo, Rusya ve Finlandiya ekonomik ilişkilerini etkilemiştir.

Finlandiya'nın başlıca sanayi kolları Ormancılık ve Kâğıt Ürünleri, Madencilik Ürünleri, Metaller ve Metal Ürünler, Kimyasal Ürünler, Gemi yapımı, İmalat Sanayi Ürünleri, Tekstil ve Giyim, Elektrik, Gaz, Buhar, Sıcak Su, Metal Ürünleri'nden oluşmaktadır

Ülkede büyüyen inşaat piyasası, inşaat malzemesi talebini de canlandırmaktadır. Ayrıca, inşaat malzemelerinin kalitesinin de yüksek olması beklenmektedir. İnşaatlarda CE işaretli yapı malzemeleri kullanılmaktadır. Bir AB ülkesi olan Finlandiya'da yapı malzemelerinin AB direktifleri ile ekolojik değerlere uyumluluğu göz önünde alınmaktadır

11. FRANSA

Fransa, Avrupa ve dünya tarihinde sahip olduğu önemli yerin yanı sıra Avrupa Birliği'nin bugünlere gelmesinde oynadığı rol ile de Avrupa'nın en önemli ülkelerinden biridir. Fransa, coğrafi konumu itibariyle Avrupa Birliği'nin merkezinde yer almakta olup Birliğin diğer ülkelerinde bulunan önemli sanayi ve ticaret noktalarına ulaşımında ideal bir kavşak noktası niteliğini taşımaktadır.

Fransa, dünyada ekonomik yönden gelişmiş ülkeler arasında bulunmaktadır. Özellikle 2'inci Dünya Savaşı'ndan sonra yapılan planlarla, sanayileşmeye önem verilmiş, devlet tarafından gerekli olan sanayi tesisleri kurulmuştur. Son yıllarda siyasi ve ekonomik dönüşüm sağlanmış, devlet eli ile ülkede kurulan demir ve deniz yolları, hava limanları, telefon, televizyon ile petrol şirketleri özelleştirilmiştir. Bu durum Fransa'nın kalkınmasında önemli rol oynamıştır. 2018 yılı itibariyle Fransa, İngiltere ve Hindistan'ın hemen arkasında dünyanın yedinci en büyük ekonomik gücü olarak yer almıştır.

Fransa'nın çeşitlendirilmiş bir ekonomisi bulunmaktadır. Kimya endüstrisi ve kimya endüstrisine bağlı olarak diğer imalat sanayinin de gelişimine ve ekonomik büyümeye katkıda bulunmaktadır. Fransanın bir diğer önemli iş kolu ise turizmdir. Sophia Antipolis isimli ve dünyanın ilk teknoparklarından biri olarak kabul edilen bölge, Fransa ekonomisi için ana teknoloji merkezidir. Tüm bunların ışığında Fransa ekonomik gücünü tarımsal kaynaklar, geniş sanayi altyapısı ve kalifiye işgücünden almaktadır. Son yıllarda yeni iş yaratımı hizmet sektöründe yoğunlaşmaktadır.

12. HOLLANDA

Hollanda ekonomisi, özel sektör ve kamu sektörünün her ikisinin de önemli roller oynadığı karma bir pazar ekonomisi niteliği taşımaktadır. Ekonomi güçlü bir uluslararası yönelime sahiptir. Hollanda, ticaret ve yüksek düzeyli finansal ve mesleki hizmetleri ile ünlenmiş, dünyadaki en zengin ve refah seviyesi yüksek ülkelerden biri olarak öne çıkmaktadır. Hollanda çok güçlü bir ekonomiye sahiptir ve yüzyıllardır Avrupa ekonomisinde özel bir rol oynamıştır. 16. yüzyıldan günümüze gemicilik,

balıkçılık, ticaret ve bankacılık Hollanda ekonomisinin en önemli sektörleri olmuştur. Hollanda, dünyanın en fazla ihracat yapan ilk on ülkesinden biridir.

Hollanda ekonomisinin ana sektörleri nakliye/lojistik, kimya sanayi, ticaret ve hizmetlerden oluşmaktadır. İmalat sanayi Hollanda'da, Almanya, Fransa ve İtalya gibi diğer Avrupa ülkelerinde olduğundan daha az baskın durumdadır. Endüstriyel aktiviteler esas olarak gıda işleme, kimyasallar, petrol işleme ve elektrikli makineler üzerine yoğunlaşmıştır. Bilgi iletişim teknolojileri sektörü halen GSMH artışına %20 civarında katkıda bulunmaktadır. Tarım ve gıda ile kimyasallar gibi daha geleneksel sektörlerde biyoteknoloji giderek artan önemde bir rol oynamaktadır. Oldukça dışa açık olan ekonomi dış ticarete ve finansal hizmetlere bağımlıdır.

Hollanda çevreyi koruma yönünde politikalar oluşturmak, düzenlemeler yapmak ve bunları uygulamak konusunda dünyadaki en etkin ülkelerden biridir. Hollanda devleti, çevreye en az zararı verecek şekilde sürdürülebilir kalkınma yollarını aramaktadır. Devlet, ekonomik faaliyetlerin çevreye olan negatif etkisini telafi etmek amacıyla, daha fazla kaynak ayırma kararı almıştır. Hollanda, Kyoto Sözleşmesi'ni imzalamış olan ülkeler arasında bulunmaktadır.

13. İSPANYA

İspanya ekonomisi GSYİH'ye göre dünyanın 14'ncü Avrupa Birliği'nin 5'nci büyük ekonomisidir. İspanya hizmet sektörü temelli modern bir ekonomiye sahiptir. Genç ve iyi eğitilmiş nüfusla fiyatlarda rekabetçi ve yenilikçi uluslararası bir merkezdir. Ekonominin gelecekteki büyümesine yönelik çalışmalar yapılmakta ve bu yönde araştırma ve geliştirme faaliyetlerine çok önem verilmektedir.

İspanyol ekonomisi gelişmiş ülkelerin genel yapısına sahip olup, hizmet sektörü GSYİH içinde 1'nci sırayı alırken, bu sektörü sanayi üretimi izlemektedir. Bu iki sektörün GSYİH içindeki payı %90'a yaklaşmaktadır. Ülkenin göstermiş olduğu ekonomik gelişmeyle beraber tarımın milli hasıladaki payı oldukça düşerken, inşaat sektörünün her zaman yüksek olan payı daha da artmaya başlamıştır. Tekstil ve

konfeksiyon, otomotiv ve yedek parçaları, kimya ve eczacılık, makine ve parçaları, motor, tıbbi malzemeler, gemi inşa, petrokimya ve çimento ülkedeki diğer önemli sanayi kollarıdır.

Sanayi üretiminin dörte bir Katalunya, Cominidad de Madrid, Endülüs ve Valencia özerk bölgeleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Demir çelik endüstrisi Bask (*Bilbao, Santander*), kimya endüstrisi Katalunya, gıda Endülüs, otomotiv Valencia bölgesinde yoğunlaşmaktadır. Madrid ve etrafı ise sağlık, bankacılık ve IT sektörünün yoğunlaştığı bir bölge olarak karşımıza çıkmaktadır. Yabancı sermaye yatırımlarının ise ülkenin sanayi altyapısının gelişmesine önemli katkılar yaptığı gözlenmektedir

14. İSVİÇRE

İsviçre zengin ve barış içerisinde yaşayan bir ülkedir. GSYH'den mal ve hizmet üretim ihracatının aldığı pay hızla artmıştır. Kişi başına gelirin en yüksek olduğu ülkeler arasındadır. İsviçre'de hizmet sektörü özellikle bankacılık ve finans sektörü lokomotif sektör durumundadır. Üretim sektöründe ise yüksek teknoloji ürünlerin üretimi, bilgiye dayalı üretim, nitelikli işçilik, gelişmiş alt yapısı, gelişmiş Borsası ve düşük ile Dünyada rekabet gücü en yüksek ülkeler arasına yer almaktadır. İsviçre AB'ye üye olmamasına karşın AB ile yakın ekonomik ilişkiler mevcuttur.

İsviçre ekonomisinin en büyük sektörü %73'lük oranı ile hizmet sektörüdür. Bankacılık, sigortacılık, turizm ve ticaret ekonominin en önemli kalemleridir. Toplam ihracatın üçte biri de banka, sigorta, turizm ve uluslararası organizasyonlar gibi alanlara aittir. Ekonominin %23'ünü ise sanayi sektörleri oluşturur. Sanayi sektörü en çok kimya endüstrisi, sağlık ve ilaç sektörü, bilimsel ve hassas ölçüm araçları ve müzik aletleri gibi alanlarda gelişmiştir.

İsviçre'de sanayi sektöründe küreselleşme ile artan dış rekabetin baskısı ve İsviçre Frangının değer kazanması sonucunda belirli sektörlerde uzmanlaşmaya gidilmiştir. Ülkede yüksek donanımlı ve deneyimli işgücü ile dünya çapında tanınmış

özel tasarım ürünler üretilmektedir. Sanayi ürünleri üretiminde önde gelen ürün grupları; özellikle tekstil makineleri gibi makineler, ölçüm aletleri ve saatler, başta aşilar olmak üzere tıbbi ürünlerdir.

15. İTALYA

Avrupa'nın 4'ncü dünyanın 8'nci büyük ekonomisi olan İtalya, Avrupa Birliği'nin kurucu üyesidir. Ülke aynı zamanda ABD, Almanya, İngiltere, Fransa, Kanada, Japonya ve Rusya ile birlikte G8 adı verilen sanayileşmiş ülkeler grubuna dahildir. 2016 yılı verilerine göre ülkenin GSYİH'sı içinde tarım sektörünün payı %2,1, sanayinin %23,9 ve hizmetler sektörünün payı ise %74 olarak görülmektedir.

İtalyan sanayiinin otomotiv, elektronik ürünler, ölçü aletleri, telekomünikasyon cihazları, biyokimya ve yüksek teknoloji ürünleri alanlarındaki rekabet gücü ABD, Japonya, Almanya, İngiltere ve Fransa gibi gelişmiş ülkelerin gerisinde bulunmaktadır. İtalya, dünya pazarında özellikle orta seviyede teknoloji gerektiren tüketim ve yatırım malları açısından önemli bir paya sahiptir. Ancak günümüzde hızlı bir gelişme gösteren yüksek teknoloji gerektiren bilgi ve iletişim sektörlerinde zayıftır. Benzer büyüklükteki Avrupa ekonomileri ile karşılaştırıldığında az sayıda büyük ölçekli özel sektör firması bulunmaktadır.

Ülkede bölgesel ekonomik ve kültürel farklılıklar, tüketicilerin satın alma davranış ve alışkanlıklarının yanı sıra dağıtımçıların satın alma kararları ile pazarlama tekniklerini de etkilemektedir. İtalyanların çoğunluğu geleneksel süpermarket ve sokak pazarlarında alışveriş yapmaktadırlar. Yaşanan ekonomik krizlerle İtalyan tüketiciler tutumlu harcama kültürü edinmişlerdir.

İtalyan pazarına girebilmenin ön koşulu İtalyan firmalarla işbirliği yapmak ve ortak hareket etmektir. Doğru İtalyan ticaret ortağını bulmak, İtalya'da ticari bir faaliyet kurmanın en önemli bölümünü oluşturmaktadır. İdeal İtalyan ortak halihazırda iletişim ağlarına sahip olmalı ve yerel ticari ve yasal uygulamalardan iyi anlamalıdır.

Teknik ürünler için, potansiyel ortağın, İtalyan tüketicilere satış sonrası hizmet sunabilecek kapasitede olması da büyük önem taşımaktadır.

16.KATAR

Katar, Ortadoğu ve özelde Körfez bölgesindeki diğer pek çok ülke gibi, ekonomisi petrol ve doğalgaza bağlı bir ülke konumundadır. 25.3 Trilyon m³lük doğalgaz rezervi ile bu alanda dünyada üçüncü sırada bulunan Katar, dünyadaki kanıtlanmış doğalgazın tek başına yaklaşık %15'ine sahiptir. Katar ayrıca 27 milyar varil civarında da petrol rezervine sahiptir ve bu alanda da dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer almaktadır.

Katar, son on yılda yakaladığı %8'in üzerindeki ortalama büyüme oranı ile dünyanın en hızlı büyüyen devletlerinden biri konumuna yükselmiştir. Bunun yanı sıra ülkedeki yoksulluk, işsizlik ve enflasyon rakamları da son derece düşük düzeydedir. Kişi başı millî geliri 60 bin ABD Doları civarında iken, satın alma paritesine göre bu rakam 120 bin ABD Dolarının üzerindedir.

Ülkenin sahip olduğu zengin doğalgaz ve petrol rezervleri, Katar ekonomisini daha uzun yıllar taşımaya elverişli gözüktüğü de küresel piyasalardaki dalgalanmaların ülke ekonomisi üzerindeki etkilerini azaltmak amacıyla, ekonomik çeşitliliği sağlamaya yönelik çalışmalar sürdürülmektedir. Zira ülke dış ticarete büyük oranda petrol ve doğalgaz gelirlerine endekslidir. Öyle ki ihracat gelirlerinin %49'unu petrol, %40'ını doğalgaz oluşturmaktadır. Bu kapsamda Bahreyn ve BAE örneklerinde olduğu gibi, özellikle teknoloji ve finans alanında bölgesel ve küresel bir merkez olma yolunda çalışmalar sürdürülmektedir.

Katar'a ihraç edilen bir malın pazardaki başarısı, acente veya distribütörün pazarlama ağının yaygınlığı ve etkinliği ile doğru orantılıdır. Bu yüzden acente seçimi oldukça önemlidir. Katar'da iş yapmak isteyen firmaların, pazarın koşullarını ve tüketicinin alışkanlıklarını bilen, yaygın bir dağıtım ağına ve sağlam ilişkilere sahip aracılara kuracakları ilişkiler pazardaki başarılarına büyük katkı sağlayabilecektir.

Katar son yıllarda modernleşmesine hız vermiş bir ülkedir. Ancak, ülkenin modern görüntüsüne bakarak halkın geleneksel yapısı göz ardı edilmemelidir. Dinin politika, sosyal davranışlar ve iş dünyası üzerinde önemli bir yeri olduğu unutulmamalıdır.

17. KAZAKİSTAN

1991 yılında gerçekleşen bağımsızlık öncesinde Kazakistan'ın uzmanlaşmaya dayalı Sovyet sistemi içindeki rolü buğday üretimi, metalurji ve mineral üretimi üzerinde yoğunlaşmıştır. Sovyetler Birliği'nin dağılması, merkezi planlı ekonominin çöküşü ile birlikte Kazakistan'ın üretiminde ciddi bir düşüş meydana gelmiştir. Ekonomisi büyük ölçüde Rusya'ya bağlı olan Kazakistan'ın bağımsızlık sonrası yaşadığı durgunluk döneminde tüketim malları üretimi gibi bazı alt sanayi sektörleri büyük zarar görmüştür. Sonuç olarak 1990'lar süresince GSYİH içinde sanayi sektörünün payı gerilemiştir. 2000 yılı itibarı ile sanayi sektörü GSYİH içindeki payı yeniden yüzde otuzlara ulaşmıştır. Bunda en önemli rolü, yatırımlarla ivme kazanan petrol sektörü oynamıştır. Günümüzde petrol, toplam sınaî üretimin yarısından fazlasını oluşturmaktadır.

Kazak ekonomisinin diğer önemli sektörleri ise metal işleme ve çelik üretimidir. Bu sektörler de Sovyet sonrası dönemde ülkeye giren yabancı yatırımlar sayesinde en çabuk toparlanan sektörler olmuştur.

İnşaat sektörü neredeyse tamamen petrol sektörüne bağımlı olup, sektörün GSYİH içindeki payı petrol sektöründeki yatırımlarla birlikte aşamalı olarak artmıştır. Ekonominin geri kalanı, küçük olmakla birlikte hızla gelişen hizmet sektöründen ve verimsiz, emek-yoğun tarım sektöründen oluşmaktadır. Tarım sektörü en fazla istihdam sağlayan sektördür.

Kazakistan'da her 1000 kişiye düşen motorlu araç sayısı 2015 yılı itibarıyla 249'tür. Ülkenin motorlu araçlar parkınının 4,5 milyon adet civarında olduğu tahmin edilmektedir. Karşılaştırma yapılabilmesi için bölge ülkelerinden Gürcistan'da her 1000 kişiye düşen motorlu araç sayısı 261, Azerbaycan'da 133'tür.

OICA verilerine göre Kazakistan'ın motorlu araç üretimi 2013 ve 2014 yıllarında 40.000 adedin üzerindeyken daha sonra sert bir şekilde düşmüş ve en son 2017 yılında 19.000 adet olarak gerçekleşmiştir. Ülkede Azia Avto firması Lada, Chevrolet, Kia, Skoda ve UAZ modellerini üretmektedir. Daewoo firması otobüs, Semaz firması kamyon üretmektedir. Ülkede ayrıca Hyundai, JAC ve Peugeot modelleri de üretilmektedir. IHS Markit ülkedeki motorlu araçlar üretiminin 2018 yılında 30.000 adede ulaşacağını tahmin etmektedir.

Kazakistan motorlu araçlar pazarı Türk Cumhuriyetleri içerisindeki en büyük pazardır. Pazar 2013 ve 2014 yıllarında 160.000 adedin üzerinde gerçekleşirken son üç yıldır 100.000 adedin biraz altında seyretmektedir.

Ülkedeki üretimin iç pazar odaklı olması nedeniyle Kazakistan'ın önemli sayılabilecek bir otomotiv ihracatı bulunmamaktadır. Ülkenin otomotiv ithalatında önde gelen ülkeler ise Rusya, Japonya, Çin, Almanya ve Belarus'tur. Sonuç olarak Kazakistan Türk Cumhuriyetleri içerisindeki en büyük Pazar konumunda yer almaktadır. Ülkede üretim adetleri düşük olsa da üretilen model sayısı fazladır. Ancak Kazakistan pazarında Rusya'nın büyük ağırlığı bulunmaktadır.

18. MISIR

Mısır, Arap ülkeleri içinde Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin ardından üçüncü büyük ekonomidir. Afrika kıtasında ise Güney Afrika'dan sonra ikinci büyük ekonomiye sahiptir. Gelişmekte olan Mısır ekonomisi önemli ölçüde dış ticaret açığı vermekle birlikte, bu açık, turizm, Süveyş kanalı ve işçi gelirleriyle kapatılmaya çalışılmaktadır.

Petrol sanayi, tekstil ve hazır giyim en önemli sektörlerdendir. Diğer gelişmiş sanayi dalları çelik, çimento, kimyasallar ve ilaç sanayidir. Turizm, doğal gaz, Süveyş Kanalı gelirleri ve beraberinde Körfez Ülkeleri'ndeki yenilenme çalışmaları nedeniyle inşaat sektöründeki canlanma, ekonominin lokomotifi durumuna gelmiştir.

Mısırlı tüketiciler ülkelerinin dışa açılması ve TV, İnternet, turizm gibi açılımlar sayesinde diğer ülkelerde üretilen ve tüketilen ürünlerden, hizmetlerden ve yaşam tarzlarından haberdar olmaya başlamıştır. Ülkenin iç pazarı genel ekonomi ve ticaret, özelleştirme, dış ticaret, gümrüklerde aşamalı liberalleşmeyi getiren yasal düzenlemeler ve COMESSA, GAFTA, AB Ortaklık Anlaşması ve ABD ile QIZ Anlaşması gibi oluşumlarla birlikte yabancı firmaların rekabetine açılmaktadır. Bu hareketlilik son kullanıcı olarak Mısırlı tüketicilerin zevklerinde ve kullanım alışkanlıklarında önemli değişimlere neden olmaktadır.

Türkiye, gerek AB ile Gümrük Birliğinden kaynaklanan yükümlülükleri gerekse ticari çıkarları uyarınca, Mısır Arap Cumhuriyeti ile bir Serbest Ticaret Anlaşması (STA) imzalanmasına atfettiği önem doğrultusunda 1997 yılından itibaren bu konuda azami gayret göstermiştir. Bu çerçevede, müzakereler 1998 yılı Aralık ayında başlatılmış ve son olarak 2005 yılı Eylül ayında yapılan altıncı tur görüşmeler neticesinde STA tamamlanmıştır.

19. POLONYA

Polonya sanayi siyasi ve ekonomik rejimin değiştiği 1990 yılından itibaren köklü bir yeniden yapılanma sürecine girmiş, komünist rejim zamanında kalma eski teknoloji ve devlet desteği ile ayakta durabilen madencilik, demi-çelik, gemi inşa ve demiryolu ekipmanı gibi ağır sanayii işletmeleri zaman içerisinde kapanmış veya el değiştirmiş, imalat sanayi AB ile bütünleşme süreci içerisinde ve büyük ölçüde yabancı sermaye desteği ile otomotiv, elektronik, dayanıklı tüketim malzemeleri ve gıda sanayii gibi ihracat odaklı hafif endüstrilere yönelmiştir.

Ülkede, 1989 yılından sonra serbest piyasa ekonomisine geçiş yönünde ekonomik politikalar izlenmiştir. Bu dönemde izlenen “Balcerowitz Planı” piyasa ekonomisine geçiş için sistematik bir dönüşümü öngörmüştür. Uygulanan politikalar neticesinde, ilk anda işsizlik ve enflasyon artmış, ancak yıllar itibarıyla düşüş göstermeye başlamıştır. 2002 yılından itibaren hızla iyileşme göstermiştir. GSYİH artışının arkasında özellikle başarılı ihracat performansı yatmaktadır. Zaman içinde iç

talebin güçlenmesi, özel tüketim ve sabit yatırımların artması da hızlı büyümenin temel dinamikleri olmuştur.

Ülkede alt yapı yatırımlarının hız kazanması, doğrudan yabancı sermayenin pazara olan ilgisinin kesintisiz devam etmesi ve tüketim harcamalarının mali krizden nispeten daha az etkilenmesi gibi nedenlerden ötürü Polonya, son yıllarda pozitif büyüme gösteren yegâne AB üyesi ülke olmuştur. Ekonomik büyümedeki yavaşlama, sabit yatırım miktarındaki azalma ve zayıf dış talebe bağlanmaktadır.

Polonya, AB'nin en büyük LCD ekran üreticisi ve ikinci büyük elektrikli ev aletleri üreticisi haline gelmiştir. Dell, LG, Sharp, Funai, Toshiba, Elektrolux, Bosch, Indesit ve Whirlpool gibi büyük uluslararası firmalar üretimlerini Polonya'ya kaydırmışlardır. Polonya yazılım şirketleri de AB içerisindeki faaliyetleri arttırmaktadır. Polonya'nın havacılık sanayi köklü bir geçmişe sahip olup, özellikle helikopter ve hafif uçak üretimine yönelik imalatı bulunmaktadır. Orta ve küçük ölçekli çok sayıda firma uluslararası havacılık sanayiine aksam ve parça tedarik etmektedir. Kimya sanayi, sülfürik asit, sentetik elyaf, kaustik soda, sentetik boyalar ve kimyasal gübreler gibi çeşitli alanlarda hacimli üretim potansiyeline sahip olup, plastik ve türevleri önemli gelişme göstermiştir. Petro kimya sektöründe faaliyette bulunan halen devlet kontrolündeki büyük firmalar Plock ve Gdansk'taki rafinerilerde önemli kok ve petrol işleme potansiyeline sahiptir. Polonya, son dönemde, yenilenebilir enerjiye yönelik yatırımlara büyük önem vermektedir. Gıda işleme sanayii Polonya'nın büyümeye devam eden sektörlerindedir. Bu sektörün yarattığı katma değer 6 Milyar ABD Dolar civarında ve GSYH'nin %6'sına karşılık gelmektedir.

Haberleşme altyapısı son yıllarda önemli ölçüde gelişme göstermiştir. Uluslararası haberleşme imkanları büyük şehirlerde etkili olmasına rağmen özellikle kırsal kesimde yetersiz kalmaktadır. Bu olumsuzluk ise mobil telefonların yayılması ile giderilmeye çalışılmaktadır.

Polonya perakende piyasasında yüksek kalite ve zevke hitap eden mağazalar için halen bir potansiyel bulunmaktadır. Polonya halkının alışveriş merkezlerine gitme ve alışveriş yapma hususunu bir boş zaman geçirme faaliyeti olarak görmeleri nedeniyle, e-ticaret yahut bilgi teknolojilerinden yararlanılması (sanal alışveriş vb.) konularında fazla istekli olmadıkları dile getirilmektedir.

20. ROMANYA

II. Dünya Savaşı'ndan ağır yaralarla çıkan Romanya, ekonomisini kaldırmak için büyük bir mücadele dönemine girmiştir. Aralık 1989 Devrimi'nden sonra serbest piyasa sistemine adapte olmaya başlayan Romanya, iktisadi gelişme amacıyla dış ticarete önem vermiştir. Ayrıca, yine bu amaçla pek çok reformlar yapılmıştır.

Kısa sürede hisselerinin çoğu devlet kontrolü altında bulunan bütün kuruluşların hızlı ve şeffaf bir biçimde özelleştirilmesi ve vatandaşların hayat standardının yükseltilmesi yönünde politikalar uygulamaya konulmuştur. Bu reformlar özellikle, IMF, Dünya Bankası ve Avrupa Birliği gibi uluslararası oluşumlar tarafından desteklenmiştir. Bu önemli gelişmelerle beraber 1 Ocak 2007 itibarıyla ülkenin Avrupa Birliği tam üyesi olması, Romanya'yı Avrupa'nın cazip ülkelerinden biri haline getirmiştir.

En hızlı gelişen sanayi kolları otomobil üretimi ve eczacılık ürünleri üretimi olmuş ve her ikisi de doğrudan yabancı yatırımlarla önemli ölçüde desteklenmiştir. Son yıllarda ayakkabı ve tekstil gibi bazı ihraç ürünleri gelişmiş ülkelerle rekabetten zarar görmüştür.

Romanya'da her 1000 kişiye düşen motorlu araç sayısı 2016 yılı itibarıyla 299'dur. Ülkenin motorlu araçlar parkı 6 milyon adedin üzerindedir. Ancak Orta Avrupa Ülkeleri ile karşılaştırıldığında Romanya'da kişi başına düşen araç sayısının düşük olduğu gözükmektedir.

2013 yılında 400 bin adedin üzerine çıkan Romanya motorlu araç üretimi daha sonraki yıllarda düşüş göstermiş ve en son 2017 yılında 359.250 adet olarak gerçekleşmiştir. Ülkede tamamı binek otomobil olmak üzere Dacia ve Ford'un üretimi bulunmaktadır. Ülkede Dacia'nın Duster, Logan ve Sandero modelleri, Ford'un B-Max modeli üretilmektedir. Dacia'nın üretim adedi 300-350 bin adet aralığında, Ford'un üretim adedi 40 bin adet civarındadır.

Romanya motorlu araçlar pazarı ise son yıllarda hızla büyümektedir ve kısa süre içerisinde 70.000 adetlerden 2017 yılında 160.000 adede yükselmiştir. Ülkede binek otomobiller pazarında sırasıyla Dacia, Skoda, VW, Renault, Ford ve Opel hafif ticari araçlar pazarında Dacia, Ford, Mercedes-Benz, Fiat, Iveco ve Renault kamyon pazarında ise Mercedes-Benz, Volvo, DAF, MAN, Iveco ve Scania pay sahibi firmalardır.

Romanya otomotiv endüstrisinde en fazla ihracat yaptığımız ülkeler arasında yer almaktadır. Romanya'ya yönelik otomotiv ihracatımız 2017 yılında 700 milyon ABD Dolarına yaklaşmıştır ve Romanya en fazla ihracat yapılan 11. Ülke konumunda yer almıştır. Romanya'ya yönelik otomotiv ihracatımızda yan sanayinin büyük ağırlığı bulunmaktadır. Romanya'ya yönelik 2017 yılında 514 milyon ABD Dolarlık yan sanayi ihracatı, 95 milyon ABD Dolarlık binek otomobiller ihracatı, 50 milyon ABD Dolarlık eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar ihracatı ve 28 milyon ABD Dolarlık otobüs-midibüs-minibüs ihracatı gerçekleştirilmiştir.

21. RUSYA

1.8 Trilyon ABD Dolarlık ekonomisi, 17 milyon km'lik yüzölçümü ve 144 milyonluk nüfusu ile Rusya Dünya'nın en büyük ekonomilerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya siyasetinde etkili bir oyuncu konumunda olan Rusya, dış politikası sebebiyle uluslararası alanda zaman zaman sıkıntı yaşamaktadır. Ukrayna krizine yönelik tavrı ve müdahalesi nedeniyle ABD ve AB'nin ekonomik yaptırımlarına maruz kalan ülke, son dönemde ekonomik olarak sıkıntı yaşamaktadır. 2009'daki

küresel finansal krizdeki %7, 8'lik daralmayı saymazsak Rus ekonomisi son on yılda, yıllık ortalama %4, 4lük bir büyüme performansı göstermektedir.

Rusya, komünizm dönemi sonrasında enerji yoğun, teknolojik olarak geri kalmış ve düşük katma değerli işleme ve savunma sanayilerine dayalı bir sanayi sektörü devralmıştır. Devlet sübvansiyonlarının büyük ölçüde kaldırılması ve geleneksel pazarların dağılması sonrasında çok az işletme uluslararası pazarlarda rekabet edebilmiştir.

Başlıca sektörler içinde tüketim malları ve makine inşa sektörleri üretim düşüşünden en çok etkilenen sektörler olmuştur. İmalat sanayi üretim artışı, petrol ve gaz sektörleri üretim artışını ancak 2005 yılında geçebilmiştir. Savunma sanayi harcamaları 1990'larda hızla düşmüş, bu da geçmişte önemli ayrıcalıklar tanınan savunma sanayi üretimini son derece olumsuz etkilemiştir. Sektördeki söz konusu gidişat 1999 yılında tersine dönmüş ve savunma sanayi üretim artışı artan savunma harcamaları ve silah ihracatı nedeniyle iki haneli rakamlara ulaşmıştır. Rusya, 80 kadar ülkeye silah ihraç etmektedir. Rus malı silah ithalatı yapan ülkeler arasında Çin, Hindistan, Cezayir, Venezüella, İran, Malezya ve Sırbistan gibi ülkeler bulunmaktadır.

Müteahhitlik hizmetleri sektörü 1990'ların ortalarında özelleştirilmiştir. Ancak konut, sanayi tesisleri ve diğer kamu projelerinin tamamlanması süreci daha da gerilemiştir. Konut, imar, altyapı hizmetleri ve taşımacılık altyapısı acil bakım ve ıslah ihtiyacındadır. Rus halkının yaklaşık %30'unun su veya elektrik kesintisi ya da her ikisi beraberinde yaşamını sürdürdüğü tahmin edilmektedir. Rus halkının büyük çoğunluğu konut ve altyapı hizmetleri masraflarını doğrudan devlet sübvansiyonları ile karşılamaktadır. Bu nedenle sektöre çok az yatırım yapılmaktadır.

Ülkenin geniş yüzölçümü emek, doğal kaynaklar ve iş merkezleri arasında büyük mesafelere neden olduğu için ekonomik olarak bir dezavantaj oluşturmaktadır. Ülkedeki nehirlerin çoğunluğu doğu-batı yönünde değil, kuzey-güney yönünde

akmaktadır. Bu nedenle denize ulaşım çok zordur. Bu nedenlerle ülkedeki taşımacılık maliyetleri uluslararası ortalama maliyetlerin yaklaşık 3 katı kadar yüksektir.

Rusya Federasyonu'nun motorlu araç üretimi 2009 yılında sert bir düşüşle 1.5 milyon adetlerden 700.000 adetlere gerilese de 2010 yılında hızla toparlanarak tekrar 1,4 milyon adedin üzerine çıkmış, 2011 yılında 2 milyon adet, 2012 ve 2013 yıllarında ise 2.2 milyon adede yükselmiştir. Ancak 2014 yılı sonrasında Ukrayna ile yaşanan kriz, petrol fiyatlarının hızla gerilemesi, AB'nin uyguladığı ambargolar ve rublenin değer kaybetmesi gibi bir dizi zincirleme gelişme neticesinde Rusya'nın üretim adetleri 2014 yılında 1.9 milyon, 2015 yılında 1.4 milyon ve 2016 yılında 1.3 milyon adede gerilemiştir. 2017 yılı ile birlikte toparlanma başlamış ve ülkedeki motorlu araç üretimi 2017 yılında 1 milyon 552 bin adede, 2018 yılında ise 1 milyon 768 bin adede yükselmiştir.

Rusya Federasyonu'nda yaklaşık %90'ını binek otomobillerin oluşturduğu ve 2014 yılına kadarki geçmiş üç yılda 3 milyon adet civarında seyreden canlı bir motorlu araçlar pazarı da bulunmaktadır. Pazar 2014 yılında %15 daralarak 2.5 milyon adet, 2015 yılında %44 daralarak 1.4 milyon adet, 2016 yılında ise %2,5 daha daralarak yine 1.4 milyon adet olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılı ile birlikte yeniden büyüme trendine giren pazarın 2020 yılına gelindiğinde ise 2.3 milyon adede ulaşması beklenmektedir. OAR verilerine göre Rusya motorlu araçlar pazarı 2017 yılında %15,4 büyümüş ve 1.8 milyon adede yükselmiştir. İç Pazar 2018 yılında 1.9 milyon adede yükselirken, pazarın 2019 yılında 2 milyon adetin üzerine çıkması beklenmektedir.

Rusya'nın ithalatında otomotiv ve yan sanayi ürünleri en önemli kalemlerden birini oluşturmaktadır. Rusya'nın 2008 yılında 87 faslındaki ithalatı 50 milyar dolar sınırına dayanırken, kriz öncesi bu dönemde binek otomobil ithalatı 30 milyar dolar, yan sanayi ithalatı ise 5 milyar dolar seviyelerine yükselmiştir. 2009 yılı ile ithalatta ciddi düşüş yaşanmakla birlikte 2010 yılında ithalat rakamları toparlanmış ve ülkenin yan sanayi ithalatı tekrar 5 milyar USD'nin üzerine çıkmıştır. 2014 yılından itibaren

yukarıda vurgulanmış olan gelişmeler neticesinde, ülkenin otomotiv ithalatı önce 31 milyar USD'ye, 2015 yılında 15.4 milyar USD'ye gerilemiş, daha sonra toparlanarak, 2017 yılında 21.5 milyar USD'ye, 2018 yılında 23,6 milyar USD'ye yükselmiştir.

22. SIRBİSTAN

Ülke, büyük ölçüde pazar güçlerinin hakim olduğu bir geçiş ekonomisine sahip olmakla birlikte, ekonomide devlet sektörü geniş bir alanda görülmekte ve birçok yapısal reforma hala ihtiyaç duyulmaktadır. Sırp ekonomisi temel olarak yabancı sermaye destekli imalat sektörüne ve ihracata dayanmaktadır. Dünyadaki finansal kriz, uzun vadede ülkenin kalkınması için ihtiyaç duyulan yapısal ekonomik reformları sektöre uğratmışsa da Sırbistan bu olumsuzlukları yavaş da olsa gidermeye çalışmaktadır.

Sırbistan sahip olduğu 7,2 milyonluk nüfus ile orta ölçekli bir pazar olarak tanımlanabilir. Ülke pazar büyüklüğü açısından Güneydoğu Avrupa'da Romanya ve Bulgaristan'ın arkasından 3. sırada yer almaktadır.

Sırbistan'daki fabrikalar ortalama %50'yi biraz aşkın çalışma kapasitesine sahiptir. İşletmeler ekonomik anlamda üretime devam ediyor olsalar da teçhizatların onarılması ve modernizasyonu ihtiyacı vardır. Ülkede sanayi donanımları, uygun gümrük oranları ile ithal edilebilmektedir. Maden ve mobilya başta olmak üzere, gıda, makine, kimyasallar, şeker, lastikler, hazır giyim ve ecza sektörleri ülke ekonomisinde ve dış ticaretinde önem taşımaktadır.

2006-2007 yıllarında büyüme gösteren inşaat sektörü, 2009 ve 2012 yılı küresel mali krizlerinden ciddi şekilde etkilenmiştir. 2010 yılında Hükümetin çıkardığı teşvik uygulamaları ile inşaat sektöründe bir canlanma yaşanmış, 2011 yılında da sektör aktiviteleri %17 artış göstermiştir. Hükümet özellikle ulaşım ve enerji sektörlerine önem vermekte, bu alanlara yabancı yatırımcıları çekmek için çalışmalar yapmaktadır. Sırbistan'da inşaat sektörüne en fazla yatırım yapan yabancı ülke %40 oranla Avusturya olup, Almanya, Fransa ve Yunanistan bunu izlemektedir.

Başkanlığını Cumhurbaşkanı Tadiç'in yaptığı Ulusal Altyapı Konseyi, 2027 yılına kadar yapılacak yatırımları içeren 22,2 milyar Euro'luk bir ulaşım master planını kabul etmiştir. Katılım öncesi AB fonları ile finanse edilecek olan bu plan, 14,3 milyar Euro yeni altyapı yatırımlarını, 7,8 milyar Euro'su mevcut karayollarının, demiryollarının, iç suyollarının, havaalanlarının ve Belgrad, Novi Sad ve Nis'teki çok amaçlı taşıma terminallerinin ıslahında kullanılacaktır. İç suyolları için kullanılacak yaklaşık 500 milyon Euro'nun'un büyük bir kısmı Tuna nehri ve havzasının çevresel iyileştirilmesi ve savaş kalıntılarından kurtarılması amacıyla kullanılacaktır. Sırbistan yeni bir havaalanı inşasını planlamamakla birlikte, mevcut 8 askeri havaalanlarını sivil ticari kullanıma dönüştürmeyi planlamaktadır.

Ekonomik zorluklara rağmen bilgi teknolojileri Sırbistan'da büyüyen en önemli Pazar olmuştur. Federal bütçenin azalması bu sektörde arzu edilen büyümeyi gerçekleştiriyorsa da devlet kurumları ve birçok yerel şirket çalışmalarında bilgisayar teknolojilerini ağırlıklı kullanmayı istemektedir. Bu şirketlerde ekipmanlar için yeterli yatırımların yapılması ile bu durumun iyileşmesi an meselesidir.

23. SLOVENYA

Slovenya, yüksek gelir grubundaki gelişmiş ülkelerden biridir. Aynı zamanda 28 bin Euro seviyesindeki kişi başına milli gelir ile AB'nin yeni üyeleri arasında başta gelmektedir. İstikrarlı bir ekonomiye sahip olan ülkenin en önemli özelliği iyi yetişmiş ve verimli bir iş gücü yapısına sahip olmasıdır.

Ücret seviyesini verimlilik artışlarıyla eş düzeyde tutmaya dayalı bir makroekonomik yaklaşım sergileyen Slovenya'da bu durum ülke ekonomisinin gelişimindeki anahtar faktörlerden biridir. Bu suretle Sloven firmalar orta ve yüksek düzeyde teknoloji gerektiren sanayi dallarına yönelmişlerdir. Kriz döneminde otomotiv firmalarının ülkede üretimi durdurması imalat sanayinin GSYİH içindeki payının azalmasındaki sebeplerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Slovenya güçlü ve çeşitlendirilmiş bir imalat sanayisine sahip, başlıca önemli sektörleri; otomotiv, elektrik elektronik sanayi, ilaç-kimya sanayi, metal işleme sanayi, kağıt ve kağıt ürünleridir.

Slovenya 2 milyonluk nüfusu ile çok küçük bir ülke olmasına rağmen otomotiv endüstrisinde önemli bir ülke konumunda yer almaktadır. IHS Global Insight verilerine göre ülkede her 1000 kişiye düşen hafif motorlu araç (light vehicle) sayısı 586'dır ve ülkedeki motorlu araç parkı 1,25 milyon adettir. Ülkede Novo Mesto şehrinde Renault'un üretimi bulunmaktadır.

Slovenya motorlu araçlar pazarı oldukça küçüktür ancak son yıllarda sürekli olarak büyümektedir. İç pazarın 2020 yılına kadar 130.000 adet civarına ulaşması beklenmektedir.

Slovenya'nın 3-4 Milyar ABD Doları aralığında otomotiv ithalatı bulunmaktadır. Ülkenin otomotiv ithalatında öne çıkan ülkeler sırasıyla Almanya, Fransa, İtalya, Çek Cumhuriyeti, Türkiye, İspanya ve Kore Cumhuriyeti'dir. Slovenya küçük bir pazar olmasına rağmen otomotiv ihracatçılarımız açısından giderek önem kazanmaktadır. Slovenya'ya yönelik ihracatımız 2017 yılında 906 Milyon ABD Dolarına kadar yükselmiştir.

24. TUNUS

Tunus ekonomisi bölgedeki en çeşitlendirilmiş ekonomi olup, kıtanın en yüksek yaşam standartlarına sahip olan ülkelerinden biridir. Her ne kadar komşuları Libya ve Cezayir gibi geniş hidrokarbon rezervlerine sahip olmasa da uzun dönemli hükümet politikaları sayesinde tarım, turizm ve imalat sanayiinde büyümüştür. Ekonomi, turizm başta olmak üzere, hizmet sektörü, tarım, tekstil, konfeksiyon, hafif sanayiler ile petrol ve fosfat üretimine dayanmaktadır. Tunus GSYİH'sinin %8,9'unu tarım, %61,5'ini hizmet, %29,6'sını ise sanayi sektörü oluşturmaktadır.

Tunus iç pazarının küçük olduğu düşünülürken Tunus'un AB, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'daki daha büyük pazarlara giriş imkanını da yatırımcılara sunduğu görülmektedir. AB ile arasındaki Ortaklık Anlaşması, Avrupa pazarına girişte sanayi ürünlerinde gümrüksüz giriş imkânı sağlamaktadır. Tunus hükümeti, tekstil, makine ve elektrikli ürünler, otomotiv parçaları, eczacılık ürünleri, ayakkabı ve deri, gıda ve bilişim teknolojilerine yapılacak yatırımlar açısından rekabet avantajına sahip olduklarını duyurmuştur.

25. YUNANİSTAN

Hizmet ağırlıklı ekonomiden oluşan ve gemi taşımacılığı, turizm ve bankacılık dışındaki sektörlerde çok fazla rekabet edemeyen Yunanistan'ın, sanayisinin GSYİH içindeki payı %21, tarımın %7, hizmetlerin ise %14 civarındadır.

İşgücünün %11,8'ini tarım sektörde istihdam eden Yunanistan'ın en önemli tarım ürünleri; taze meyve sebze, zeytin, tütün, şeker, pirinç, buğday, işlenmiş meyve sebze, konserve şeftali ve domates ve zeytinyağıdır. Bu sektörde faaliyet gösteren sanayi firmaları ise büyük ölçekliden daha ziyade küçük aile işletmeleridir.

Ağır sanayisi %20 civarında olan Yunanistan, özellikle de sanayi ürünlerinde, çok sınırlı ve az sayıda üretim yapma imkanına sahiptir. Ülke içerisindeki toplam talebin %80 gibi büyük bir kısmı ithalat yolu ile giderilmektedir.

Sınırlı üretime sahip olması nedeniyle ithalata bağımlı olan Yunanistan'da, fiyat ve kalite gibi faktörler dikkate alınarak pazarlama ve rekabet stratejileri uygulanmalıdır. Yunanistan'ın ithalat profili incelendiğinde otomotiv ve yan sanayi, beyaz eşya, televizyon, sağlık ekipmanları, yenilenebilir enerji, tekstil ve konfeksiyon, deri, mobilya, otel ekipmanları, seramik ihracat potansiyeli olan başlıca sektörler olup, ülkemizin bu sektörlerdeki güçlü markaları ihracat potansiyeline sahiptir.

SONUÇ

Ülkemiz, küresel ticaretin parçası olmak ve ihracat payını artırmak amacıyla 1980 yılından itibaren sanayileşmeye yönelik pek çok önemli adım atmıştır. Geçen 40 yıl içerisinde ihracatımıza yönelik sağlanan destekler ve teşvikler ile firmalarımızın emekleri sonucunda ülkemiz, 2018 yılı itibarıyla 168 Milyar ABD Doları seviyesine ulaşarak cumhuriyet tarihimizin ihracat rekorunu kırmıştır.

İhracat, kelime itibarıyla bir ülkede yerleşik halde bulunan bir işletmenin başka bir ülkeye mal veya hizmet sunması olarak ifade edilse de; aslında ülkelerin en önemli fırsatlarından biridir. İhracatın ülkelere sunmuş olduğu fırsatlar, iç pazarda faaliyet gösteren işletmelerin global pazarda faaliyet göstermesi ve ülke marka bilinirliğine sağladığı katkılar ile sınırlı değildir. Ülkelerin ihracat seviyelerinin artmasıyla; ülke ekonomisinde faktör verimliliği artışı yaşanır, ölçek ekonomilerinden elde edilen kazançlar artar, döviz sıkıntısının hafiflemesi ile ara ve yatırım malları ithalatı kolaylaşır, ihracat sektörlerinde üretim maliyetlerinde azalma olur, yeni teknolojilerin sağlanmasına yönelik politikaların uygulanması teşvik edilir. Diğer yandan ihracat istihdamı artırır ve uluslararası işbölümüne uygun bir kaynak dağılımına fırsat vererek ülke ve dünya refahının artmasına katkı sağlar.

Ülke refahının ve gelişmişlik seviyesinin artmasına olanak tanıyan ihracatın istikrarlı büyüebilmesi, sürdürülebilir yapıya kavuşması için; ülkedeki firmaların üretimlerini devamlı olarak yapması, ürünün kalitesinin devamlılığının sağlanması, seçilen pazarlara o ülkenin bünyesine uygun fiyatlarla ürün verilmesi gerekmektedir. Ayrıca ihracatta istikrar ve artış sağlayabilmek için ülkenin ihraç ettiği ülke ve ürün bazında da çeşitlenmeye gitmesi de gerekmektedir.

Gelişmiş ülkelerin tamamı incelendiğinde, bu ülkelerin gelişme süreçlerinde ağır sanayi sektörlerini GSYİH olan katkılarının zaman içerisinde azalarak hizmet sektörünün ve düşük teknoloji seviyesindeki sektörlerden orta-yüksek teknoloji seviyesine doğru geçiş olduğu görülmektedir. Özellikle dördüncü Sanayi Devrimi'nin

hayata geçmesiyle birlikte gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin tamamının dijitalleşmeye yönelik çalışmalara hız verdiği gözlemlenmektedir.

Bu proje kapsamında da ülkemizin ihracat payının ve gelişmişlik seviyesinin artmasına olanak sağlayacak sektörlerin başında gelen Bilişim Sektöründeki firmalara yönelik ***İhracat Odaklı İnovasyon Ekosistemi Geliştirilmesi Danışmanlığı*** sunulmuştur.

Düzce Organize Sanayi Bölgesi'nin yürütücülüğünde, Düzce Ticaret ve Sanayi Odası'nın proje ortaklığında ve Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA)'nın destekleriyle hayata geçirilen bu proje kapsamında; ihracat potansiyeli yüksek ve Düzce ilinde yerleşik olarak üretim faaliyetlerine devam eden 10 firmanın ihracat potansiyellerinin tespit edilmesi, hedef pazarların belirlenmesi ve belirlenen hedef pazarlara yönelik firmalara pazarlama stratejilerin sunulmasına yönelik danışmanlık hizmeti sağlanmıştır.

Proje kapsamında gerçekleştirilen toplantıların neticesinde ortaya çıkan en önemli bulgu, firmalarımızın hem iç hem de dış pazarlara yönelik satış-pazarlama yapılarının gelişmiş stratejilerden yoksun olmalarıdır. Proje kapsamında görüştüğümüz tüm firmaların; hali hazırda önemli ölçüde ihracat gerçekleştiriyor olması ve ürünlerinin yapısı gereği Ar-Ge ve Mühendislik çözümlerine çok fazla odaklanmış olmaları, satış-pazarlama stratejilerini pazara uygun olarak geliştirmesi olgusunun ikinci plana atılmasına neden olmuştur.

Proje kapsamındaki firmalar ile gerçekleştirilen toplantıların sonucunda elde edilen bir diğer önemli bulgu ise, firmaların teknik ve teknolojik olarak yetkin ve olgunluk seviyelerinin yüksek olduğudur. Firmaların, ortaya koydukları ürünlerin teknolojik başarısı ve rakiplerine kıyasla elde ettikleri fiyat-kalite dengesinde başarıları olduklarını söyleyebiliriz.

Proje kapsamında her bir firmaya yönelik hedef pazarlar araştırması; firmaların sahip oldukları teknolojik bilgileri, yetkinlikleri, entelektüel sermayeleri, geçmiş proje başarıları, vizyonları ve ulaşmak istedikleri nihai hedefler ön planda tutularak, 152 ülke incelenerek tek tek belirlenmiş ve 100 saati aşkın çalışmanın sonucunda firmalara önerilmiştir.

Firmalara sunulan hedef ülke pazarlarında hayata geçirilecek olan çalışmaların başarıya ulaşması ve firmaların pazarlarda başarı elde etmesi tek başlarına mümkün gözükmemektedir. Firmaların sunmuş oldukları ürünlerin yapısı ve sahip oldukları satış-pazarlama ağları ile bütçeleri göz önüne alındığında, bu anlamda onları destekleyen ve kendilerine yardımcı olabilecek bir kamu gücüne ihtiyaç duydukları tespit edilmiştir. Ayrıca firmaların, rekabetin ve teknolojik gelişmelerin çok hızlı olduğu dünya pazarında tek başlarına mücadele etmek yerine birlikte, tek bir güç halinde ve birbirlerini destekleyerek ürün ve hizmetlerini geliştirerek pazara giriş yapmaları önerilmektedir.

Bu kapsamda aynı değer zinciri üzerinde birbirini destekleyebilecek olan firmaların bir araya getirilerek kümeleme çalışmalarının yürütülmesi, güç birliği etmiş firmaların bu raporca sunulmuş olan pazarların hangilerinde daha etkin ve verimli çalışmalar gerçekleştirebileceğinin tekrar değerlendirilmesi ve ürünlerin niş yapıya evrilerek ülke pazarlarına yönelik satış-pazarlama ağının kurulmasının sağlanması önerilmektedir.