



OEM ÜRÜNLERİ İHRACAT RAPORU

OEM MAKİNA BİLEŞENLERİ SEKTÖRÜ İHRACAT RAPORU

Küresel Pazar Analizi ve Türk Firmaları için Stratejik Değerlendirme

Hazırlayan: BAZ Girişim

Tarih: Mart 2026

Rapor Kodu: BAZ-2026-OEM-84

Veri Kaynağı: ITC TradeMap — 2024 yılı verileri esas alınmıştır.

1. GİRİŞ VE RAPORUN AMACI

Bu rapor, OEM (Özgün Ekipman Üreticisi) makina bileşenleri sektöründe faaliyet gösteren veya bu sektöre yönelmeyi planlayan Türk firmalarına küresel pazar yapısını, rekabet ortamını ve ihracat fırsatlarını bütüncül bir perspektifle sunmak amacıyla hazırlanmıştır. Rapor kapsamındaki ürün grupları; özel amaçlı endüstriyel makina ve mekanik cihazlar, makina aksam-parçaları, takım tezgahı aksamları, dişliler ve güç aktarım sistemleri ile endüstriyel AC motorlarından oluşmaktadır.

Rapor, belirli bir hedef ülkeyi baştan öngörmek yerine veri odaklı bir yaklaşımla hangi pazarların önceliklendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu sayede firma kararları önyargıdan değil, kanıta dayalı analizden beslenmektedir. Temel veri kaynağını ITC TradeMap 2024 yılı istatistikleri oluşturmakta; Türkiye özelinde TURKSTAT (TÜİK) verilerine dayanan TÜRKSTAT-ITC hesaplamaları kullanılmaktadır.

1.1. Raporun Temel Hedefleri

- Sektörün küresel ticaret yapısını ve büyüme dinamiklerini ortaya koymak
- Türkiye'nin rekabetçi konumunu ve mevcut ihracat performansını değerlendirmek
- Veriye dayalı yöntemle öne çıkan ve potansiyel pazarları tespit etmek
- Seçili pazarlara giriş koşullarını ve stratejik seçenekleri aktarmak
- İhracatçı Türk firmalarına uygulanabilir ve somut bir eylem çerçevesi sunmak

1.2. Rapor Kapsamı

Bu rapor, Gümrük Tarife Cetveli'nin 84. ve 85. fasılları kapsamında toplam altı GTİP pozisyonunu incelemektedir. Coğrafi odak bakımından herhangi bir bölge kısıtlaması uygulanmamış; Türkiye'nin fiili ihracat coğrafyası ve küresel talep yapısı bir bütün olarak değerlendirilmiştir. İnceleme dönemi 2024 yılı olup büyüme trendleri için 2020-2024 arası beş yıllık dönem esas alınmıştır.

2. SEKTÖRÜN TANIMI VE KAPSAMI

2.1. Sektörün Tanımı

OEM makina bileşenleri sektörü; nihai ürün üreticilerine (OEM) tedarik edilen ve üretim süreçlerinde, enerji aktarım sistemlerinde ve çeşitli sanayi uygulamalarında kullanılan makina parçaları, aksamları ve alt sistemlerini kapsamaktadır. Bu ürünler genel olarak özel amaçlı endüstriyel makineler, mekanik güç aktarım bileşenleri (dişliler, redüktörler, bilyalı vidalar), makina aksam ve parçaları ile endüstriyel elektrik motorlarından oluşur.

Söz konusu bileşenler; otomotiv, enerji, savunma, tarım makineleri, madencilik, inşaat, gıda işleme ve kimya sektörü başta olmak üzere geniş bir kullanım alanına sahiptir. OEM tedarik zincirinin kritik bir halkasını oluşturan bu ürünler, katma değerleri ve teknik özellikleri bakımından kitlesel tüketim mallarından belirgin biçimde ayrışır; nitelikli üretim altyapısı, sertifikasyon ve teknik dokümantasyon gerektiren B2B ürün grupları olarak değerlendirilir.

2.2. Kapsam ve GTİP Sınıflandırması

Bu rapor kapsamında T.C. Gümrük Tarife Cetveli esas alınarak aşağıdaki GTİP pozisyonları belirlenmiştir:

GTİP Kodu	Ürün Tanımı (Gümrük Tarife Cetveli)	Kısa Açıklama
8479.89	Başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan makina ve mekanik cihazlar — Diğerleri	Özel amaçlı OEM makinalar
8479.90	8479 pozisyonu makinalarının aksam ve parçaları	OEM makina parçaları (n.e.s.)
8466.94	84.62 veya 84.63 pozisyonlarındaki makinalara ait aksam, parça ve aksesuarlar	Sac metal işleme tezgahı aksamaları
8483.40	Dişliler ve dişli sistemleri (ayrı gelen dişli çarklar ve zincir dişlileri hariç); bilyalı ve makaralı vidalar; dişli kutuları ve diğer hız değiştiriciler	Güç aktarım sistemleri
8487.90	84. fasıl makinalarının aksam ve parçaları — Diğerleri (başka yerde belirtilmeyenler)	Genel amaçlı makina parçaları
8501.52	Çok fazlı (multifaz) AC motorlar, 750 W'ı geçen fakat 75 kW'ı geçmeyen çıkış gücünde olanlar	Endüstriyel AC motorlar

2.3. Alt Ürün Grupları ve Segmentasyon

Rapor kapsamındaki ürünler iki temel segmente ayrılmaktadır. İlk segment, 8479.89 ve 8479.90 pozisyonlarını kapsayan özel amaçlı makinalar ve aksamlarıdır. Bu segment, belirli bir sektöre veya uygulamaya özgü üretilen makinaları ve bunların yedeğini içermekte olup birim değeri yüksek, düşük hacimli ticaret yapısına sahiptir. İkinci segment ise standart bileşenlerden oluşmaktadır: güç aktarım elemanları (8483.40), genel amaçlı makina parçaları (8487.90), sac işleme tezgahı aksamaları (8466.94) ve endüstriyel AC motorlar (8501.52). Bu ikinci segment, tekrarlayan siparişlere dayalı, seri üretimle desteklenebilir, nispeten daha yüksek rekabet yoğunluğuna sahip bir yapı sergilemektedir.

İhracat açısından değerlendirildiğinde, yüksek mühendislik içeriği gerektiren ve tarifinin başka yerinde belirtilemeyen ürün grupları (n.e.s. = not elsewhere specified), diğer GTİP pozisyonlarıyla kıyaslandığında birim değer üstünlüğü ve müşteri bağımlılığı açısından belirgin rekabet avantajı sunmaktadır.

3. DÜNYA TİCARETİNDE SEKTÖRÜN YERİ

3.1. Küresel Pazar Görünümü

Rapor kapsamındaki altı GTİP pozisyonunun toplam küresel ithalat değeri, 2024 yılı ITC TradeMap verilerine göre yaklaşık 116,9 milyar ABD dolarına ulaşmaktadır. Bu değer büyük bölümünü 8479.89 (özel amaçlı makinalar, ~55,6 milyar dolar) ve 8479.90 (aksam ve parçalar, ~24,2 milyar dolar) oluşturmaktadır. Söz konusu iki kalem, sektörün ticaret hacminin yaklaşık %68'ini temsil etmektedir.

Güç aktarım sistemi bileşenleri (8483.40) küresel pazarda yaklaşık 20,1 milyar dolarlık bir ithalat hacmiyle üçüncü sırada yer alırken, endüstriyel AC motorlar (8501.52) 10,4 milyar dolar ile bunu izlemektedir. Genel amaçlı makina parçaları (8487.90) ise 6,7 milyar dolarlık ithalat hacmiyle bu

sıralamada beşinci konumdadır. Sac metal işleme tezgahı aksamaları (8466.94) için yalnızca Türkiye ihracat verilerine ulaşılabilmiş, küresel ithalat toplamı mevcut verilerden hesaplanamamıştır.

2020-2024 dönemi büyüme hızları GTİP bazında incelendiğinde, sektörün ortalama yıllık %6-9 büyüme sergilediği görülmektedir. 2023-2024 tek yıllık değişimler ise nispeten daha ılımlı ya da hafif negatif bir seyir izlemiştir; bu durum küresel imalat sektöründeki yavaşlama ve yüksek faiz ortamının yatırım kararlarını erteleyen etkisiyle açıklanabilir.

3.2. Küresel Pazar Büyüklüğü — GTİP Bazında Özet

GTİP	Ürün	Küresel İthalat 2024 (USD bin)	Büyüme 2020-24 (%p.a.)	Değişim 2023-24 (%)
8479.89	Özel amaçlı makinalar (n.e.s.)	55.634.494	+7	+7
8479.90	Makina aksam ve parçaları (n.e.s.)	24.165.360	+6	0
8483.40	Dişliler, dişli kutuları, bilyalı vidalar	20.095.092	+6	-3
8501.52	AC motorlar 750W–75kW	10.386.234	+9	-4
8487.90	Bölüm 84 makina parçaları (n.e.s.)	6.713.549	+7	0
8466.94	Sac işleme tezgahı aksamaları	Mevcut veriler yeterli değil	—	—

Kaynak: ITC TradeMap, 2024 yılı ithalatçı ülke verileri.

3.3. Sektörü Şekillendiren Küresel Trendler

Sanayi 4.0 dönüşümü ve üretim otomasyonu talebi, OEM makina bileşenleri sektörünün büyümesini destekleyen temel yapısal etken olmaya devam etmektedir. Avrupa ve Asya başta olmak üzere küresel imalat sektöründe süren robotik ve akıllı otomasyon yatırımları, özel amaçlı makinalara (8479.89) olan talebi belirgin biçimde artırmaktadır. Buna paralel olarak bakım ve revizyon gerektiren makina parkı genişledikçe aksam-parça (8479.90, 8487.90) talebi de kalıcı bir büyüme eğilimine girmiştir.

Enerji verimliliği ve yeşil dönüşüm gündemleri, özellikle yüksek verimli AC motorlar segmentini (8501.52) doğrudan etkilemektedir. Avrupa Birliği'nin IE3-IE4 verimlilik standartlarına yönelik zorunlulukları, mevcut motor parkının yenilenmesini kaçınılmaz kılmakta ve bu pazarda yenileme talebini sistematik olarak canlı tutmaktadır. Güç aktarım sistemlerinde (8483.40) ise elektrikli taşıt ve yenilenebilir enerji uygulamaları yeni talep alanları yaratmaktadır.

Tedarik zinciri güvenliği kaygısıyla Çin bağımlılığını azaltmak isteyen alıcıların alternatif kaynak arayışı da bu sektörde belirleyici bir dinamik haline gelmiştir. Avrupa ve Orta Doğu pazarlarında 'Çin+1' veya 'Avrupa yakını tedarik' (nearshoring) stratejisi, Türkiye'yi doğal bir alternatif konumuna taşımaktadır.

3.4. Başlıca İthalatçı Ülkeler — GTİP 8479.89 (Özel Amaçlı Makinalar)

Sıra	Ülke	İthalat (USD bin)	Pazar Payı (%)	Büyüme 20-24	Büyüme 23-24
1	Çin	7.652.113	13,8	-4%	-3%
2	ABD	7.650.232	13,8	+15%	+17%
3	Almanya	3.592.808	6,5	+6%	+3%
4	Meksika	2.910.501	5,2	+19%	+8%
5	Hindistan	2.090.679	3,8	+18%	+30%
13	Türkiye (referans)	1.133.803	2,0	+22%	+15%

Kaynak: ITC TradeMap, 2024 yılı.

4. GTİP BAZINDA İTHALAT ANALİZİ VE TALEP YAPISI

Aşağıda her GTİP pozisyonu için Türkiye'nin ihracat performansı, küresel talep yapısı ve öne çıkan pazarlar ayrı ayrı ele alınmaktadır. Veriler ITC TradeMap 2024 kaynaklı TURKSTAT-ITC hesaplamalarına dayanmaktadır.

4.1. GTİP 8479.89 — Özel Amaçlı Makinalar (n.e.s.)

Bu pozisyon, tarife cetvelinin başka hiçbir yerinde sınıflandırılmayan özel amaçlı endüstriyel makina ve mekanik cihazları kapsamaktadır. Hidrolik maden direkleri, merkezi yağlama sistemleri, lastik montaj/demontaj ekipmanları, peron kapı sistemleri ve benzeri niş ürünler bu pozisyon altında beyan edilmektedir. Yüksek mühendislik içeriği nedeniyle birim değerleri genellikle diğer GTİP pozisyonlarını geçmektedir.

Pazar	İhracat (USD bin)	Pay (%)	Büyüme 20-24	Büyüme 23-24
DÜNYA TOPLAMI	447.251	100	+13%	+17%
ABD	35.824	8,0	+34%	+106%
Rusya Fed.	30.992	6,9	+24%	-10%
Romanya	25.277	5,7	+18%	-36%
Almanya	24.578	5,5	0%	+11%
Macaristan	23.557	5,3	+94%	+604%

4.2. GTİP 8479.90 — Makina Aksam ve Parçaları (n.e.s.)

Bu pozisyon, 8479 pozisyonunda yer alan makinaların aksam ve parçalarını kapsar. Yedek parça ve revizyon talebine bağlı olarak istikrarlı bir seyir izlemekte ve kurulu makina parkı büyüdükçe bu talep kalıcı hale gelmektedir.

Pazar	İhracat (USD bin)	Pay (%)	Büyüme 20-24	Büyüme 23-24
DÜNYA TOPLAMI	104.819	100	+18%	-16%
Almanya	14.848	14,2	+13%	-56%
ABD	12.172	11,6	+49%	+20%
Kazakistan	8.879	8,5	+99%	+39%
Cezayir	8.829	8,4	+80%	+882%
Rusya Fed.	7.307	7,0	+66%	-24%

4.3. GTİP 8466.94 — Sac Metal İşleme Tezgahı Aksamları

Bu pozisyon; 84.62 ve 84.63 pozisyonlarındaki (sac metal bükme, kesme, zımbalama vb.) tezgahlara ait aksam, parça ve aksesuarları kapsar. Türkiye, 2024 yılında bu GTİP'ten toplam 53,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiş; 2020-2024 döneminde yıllık %37 gibi son derece yüksek bir büyüme hızı yakalamıştır.

Pazar	İhracat (USD bin)	Pay (%)	Büyüme 20-24	Büyüme 23-24
DÜNYA TOPLAMI	53.546	100	+37%	+18%
ABD	14.987	28,0	+101%	+416%
Almanya	6.988	13,1	+20%	-24%
Rusya Fed.	6.414	12,0	+59%	+25%
Hindistan	5.299	9,9	+72%	+1.458%
İtalya	1.598	3,0	+32%	-37%

4.4. GTİP 8483.40 — Dişliler, Dişli Sistemleri ve Hız Değiştiriciler

Bu pozisyon; sanayi dişlileri, redüktörler, bilyalı-makaralı vidalar ve dişli kutuları gibi kritik güç aktarım bileşenlerini kapsamaktadır. 168,5 milyon dolarlık ihracat değeri ve 2020-2024 döneminde %18 yıllık büyüme hızıyla Türkiye bu segmentte oldukça güçlü bir ihracat performansı sergilemektedir.

Pazar	İhracat (USD bin)	Pay (%)	Büyüme 20-24	Büyüme 23-24
DÜNYA TOPLAMI	168.471	100	+18%	-3%
Almanya	19.404	11,5	+10%	-22%
Rusya Fed.	18.033	10,7	+48%	-36%
Kazakistan	15.917	9,4	+146%	+75%
İran	12.460	7,4	+14%	+14%
Belarus	8.294	4,9	+95%	+56%

4.5. GTİP 8487.90 — Bölüm 84 Makina Parçaları (n.e.s.)

Bu pozisyon; 84. fasıl kapsamındaki makinaların, tarifinin başka bir yerinde yer almayan aksam ve parçalarını kapsar. Demir/çelik döküm ve dövme parçalar, yağ sızdırmazlık halkaları gibi bileşenler bu pozisyon altında işlem görmektedir. 120,9 milyon dolarlık ihracat değeri ve 2020-2024 döneminde %27 yıllık büyüme hızıyla dikkat çekmektedir.

Pazar	İhracat (USD bin)	Pay (%)	Büyüme 20-24	Büyüme 23-24
DÜNYA TOPLAMI	120.918	100	+27%	-21%
Almanya	17.549	14,5	+10%	+8%
Rusya Fed.	12.146	10,0	+32%	-30%
Fransa	10.630	8,8	+46%	+2%
Kanada	8.238	6,8	+216%	+411%
İtalya	8.153	6,7	+9%	-13%

4.6. GTİP 8501.52 — AC Motorlar (750W–75kW, Çok Fazlı)

Bu pozisyon; 750 W'ın üzerinde, 75 kW'a kadar çıkış gücünde çok fazlı (3 fazlı) AC motorları kapsamaktadır. Pompa, fan, kompresör, konveyör ve genel makina tahrik uygulamalarında yaygın olarak kullanılan bu motorlar, enerji verimliliği gereksinimlerindeki artışla birlikte küresel ölçekte yenileme talebine konu olmaktadır. Türkiye bu segmentte 164,5 milyon dolarlık ihracat hacmiyle güçlü bir konuma sahiptir.

Pazar	İhracat (USD bin)	Pay (%)	Büyüme 20-24	Büyüme 23-24
DÜNYA TOPLAMI	164.460	100	+14%	-4%
Almanya	20.771	12,6	+3%	-2%
İtalya	14.354	8,7	+31%	+4%
Mısır	11.702	7,1	+9%	+39%
Kazakistan	7.964	4,8	+151%	+110%
Rusya Fed.	7.904	4,8	+49%	-48%

Kaynak: Tüm tablolar — ITC TradeMap, Türkiye ihracat verileri (TURKSTAT-ITC hesaplamaları), 2024 yılı.

5. TÜRKİYE'NİN SEKTÖRDEKİ KONUMU

5.1. Türkiye'nin Küresel Sıralamadaki Yeri

2024 yılı verilerine göre Türkiye, raporun kapsadığı altı GTİP pozisyonunun tamamında ihracat gerçekleştirmekte ve bu pozisyonların büyük çoğunluğunda küresel ticaret listesinin üst yarısında yer almaktadır. Toplam ihracat hacmi incelendiğinde, altı kalem için birleşik ihracat değerinin 1,06 milyar ABD doları olduğu görülmektedir. Bu değer yaklaşık %42'si yalnızca 8479.89 pozisyonundan (447 milyon dolar) kaynaklanmaktadır.

8479.89 pozisyonunda Türkiye, küresel ithalatçı ülke sıralamasında 13. sırada yer almakta ve bu ülkenin net ihracat fazlası -686 milyon dolar olarak negatif seyretmektedir. Bu durum, söz konusu kalemlerde Türkiye'nin yerli talepte yabancı kaynaklı ürünlere bağımlılığının sürdüğüne işaret etmekle birlikte aynı zamanda ihracat gelirlerinin de kayda değer büyüklüğe ulaştığını ortaya koymaktadır.

5.2. Türkiye'nin İhracat Özeti — Tüm GTİP'ler

GTİP	Ürün	İhracat (USD bin)	Birim Değer (USD/ton)	Büyüme 20-24	Büyüme 23-24	1. Pazar
8479.89	Özel amaçlı makinalar	447.251	9.373	+13%	+17%	ABD
8483.40	Dişliler, redüktörler	168.471	10.724	+18%	-3%	Almanya
8501.52	AC motorlar	164.460	7.120	+14%	-4%	Almanya
8487.90	Makina parçaları	120.918	16.662	+27%	-21%	Almanya
8479.90	Makina aksam ve parçaları	104.819	10.513	+18%	-16%	Almanya
8466.94	Sac tezgahı aksamaları	53.546	13.709	+37%	+18%	ABD
TOPLAM		1.059.465	—	—	—	—

5.3. Türkiye'nin İhracat Coğrafyası

Türkiye'nin ihracat coğrafyası belirgin bir yoğunlaşma göstermektedir. AB pazarları (özellikle Almanya, İtalya, Fransa, Polonya) ihracatın önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Almanya, beş GTİP pozisyonunun dördünde Türkiye'nin birinci veya ikinci ithalatçısı konumundadır. Bununla birlikte, Orta Asya pazarları (Kazakistan, Özbekistan, Türkmenistan) son beş yılda dikkat çekici büyüme göstermiş; özellikle dişliler ve motor segmentlerinde Kazakistan stratejik bir pazar haline gelmiştir.

ABD, 8479.89 ve 8466.94 GTİP'lerinde belirgin biçimde öne çıkmakta ve özellikle sac işleme tezgahı aksamalarında 2023-2024 döneminde son derece güçlü büyüme kaydetmektedir. Bu gelişme, ABD'deki imalat yatırımlarının artışıyla ilişkilendirilebilir. Orta Doğu ülkeleri (Suudi Arabistan, BAE, Irak) birden fazla GTİP pozisyonunda orta ölçekli ama sürdürülebilir alıcı konumundadır. Kuzey Afrika'da ise Mısır ve Cezayir motor ve aksam segmentlerinde öne çıkmaktadır.

5.4. Rekabet Avantajları

- Avrupa Birliği Gümrük Birliği kapsamında AB'ye yönelik ihracatta sıfır ya da tercihli gümrük tarifesi uygulanması ve Türkiye'nin AB ile kara taşımacılığında rekabetçi lojistik mesafede konumlanması
- Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Orta Asya'ya yakın coğrafi konum; kısa teslimat süreleri ve esnek üretim kapasitesiyle hızlı sipariş karşılama
- Almanya, Fransa ve İtalya'ya kıyasla rekabetçi maliyet yapısı; OEM alıcıları için 'Avrupa kalitesi, Asya maliyeti' algısının oluşmaya başlaması

- Yüksek mühendislik içerikli ve n.e.s. sınıfındaki ürünlerde giderek güçlenen yerli tasarım ve üretim kapasitesi
- Güney Kore, Singapur, Malezya, Birleşik Krallık ve EFTA ülkeleriyle yürürlükteki STA'ların sağladığı tercihli erişim imkânı

5.5. Geliştirilmesi Gereken Alanlar

- Ürün ve marka bilinirliği eksikliği: Türkiye'nin OEM bileşen ihracatçısı olarak uluslararası arenada yeterince tanınmaması ve markasız ya da müşteri markasıyla gerçekleşen ihracatın yaygınlığı
- AB pazarlarında geçerli CE, ATEX, ISO 9001 ve sektöre özgü güvenlik sertifikasyonlarında kapasite sınırlılıkları; bu boşlukların büyük alıcılar için kırılma noktası oluşturması
- Dijital ihracat altyapısının yetersizliği: Teknik ürün içerikleri, çok dilli kataloglar ve B2B platformlarındaki varlık eksikliği
- Enerji verimliliği (IE3/IE4) uyum gereksinimlerini karşılayan motor yelpazesinin geliştirilme hızının AB rakiplerine kıyasla yavaş seyretmesi
- Tedarik zinciri şeffaflığı ve talep tahmini altyapısının sınırlılığı; son iki yılda görülen dönemsel ihracat daralmaları bu kırılma noktasını yansıtmaktadır

6. ÖNE ÇIKAN PAZARLAR VE BÖLGESEL DİNAMİKLER

6.1. Değerlendirme Kriterleri

Aşağıdaki pazarlar; 2024 yılı ithalat hacmi, 2020-2024 beş yıllık büyüme trendi, Türkiye'nin mevcut pazar payı ve büyüme potansiyeli, gümrük erişim koşulları ile ticaret güvenliği parametreleri çerçevesinde ITC TradeMap verileri esas alınarak değerlendirilmiştir.

6.2. Bölgesel Genel Bakış

Avrupa Birliği, ihracat hacmi ve pazar olgunluğu açısından Türkiye için birinci öncelikli bölgedir. Almanya, İtalya, Fransa ve Polonya başta olmak üzere Türkiye, AB'deki büyük sanayi ekonomilerine kayda değer ihracat gerçekleştirmektedir. Gümrük Birliği kapsamında sanayi ürünlerinde gümrük vergisi bulunmaması, bu bölgenin yapısal avantajını pekiştirmektedir. Öte yandan AB'nin Çin ve Güney Doğu Asya kaynaklı ürünlere yönelik artan denetim ve anti-damping önlemleri, Türkiye'ye ek fırsat pencereleri açmaktadır.

Orta Asya, son beş yılda bu sektörün en hızlı büyüyen bölgesel talebi haline gelmiştir. Kazakistan ve Özbekistan'ın güçlenen sanayi altyapısı ve büyük altyapı yatırım programları, dişliler, motorlar ve özel makineler talebini sistematik olarak artırmaktadır. Bu ülkelerde Türkiye'nin dil, kültür ve lojistik yakınlığı somut bir rekabet avantajına dönüşmektedir.

Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA) bölgesi, enerji sektörü yatırımları, sanayi çeşitlendirme politikaları ve altyapı projeleri nedeniyle sürdürülebilir talep potansiyeli taşımaktadır. Suudi Arabistan Vizyon 2030 kapsamındaki sanayileşme atılımı, BAE'nin imalat sektörü genişlemesi ve Mısır'ın altyapı yatırımları bu bölgede öne çıkan dinamiklerdir. Bu pazarların büyük çoğunluğuna Türkiye kara veya deniz yoluyla rekabetçi sürede ulaşabilmektedir.

6.3. Öne Çıkan Pazarlar

Almanya

Gösterge	Değer
Nüfus	~84 milyon
Türkiye'nin Payı (8479.89)	5,5% (24,6 milyon dolar)
Türkiye'nin Payı (8483.40)	11,5% (19,4 milyon dolar) — Küresel sıralamada 3.
Türkiye'nin Payı (8501.52)	12,6% (20,8 milyon dolar) — Küresel sıralamada 2.
Gümrük	Gümrük Birliği — sanayi ürünlerinde %0

Almanya, raporun kapsadığı beş GTİP pozisyonunun dördünde Türkiye'nin birinci veya ikinci ihracat pazarıdır. Alman OEM sanayisi güçlü yurt içi talebin yanı sıra Avrupa geneli tedarik zinciri bağlantılarıyla da kritik bir distribütör pazar işlevi görmektedir. Türkiye'nin birim değerlerinin Almanya'nın fiyat seviyesinin altında seyretmesi, maliyet odaklı alıcılar için ciddi bir çekim noktası oluşturmaktadır. Ancak kalite güvence sistemi, teknik dokümantasyon ve sertifikasyon gereksinimlerinde çita yüksektir.

Kazakistan

Gösterge	Değer
Türkiye'nin Payı (8483.40)	Küresel 1. ithalatçısı — Türkiye'nin payı %9,4 (15,9 milyon dolar), +146% büyüme 2020-24
Türkiye'nin Payı (8501.52)	+151% büyüme (2020-24), +110% (2023-24) — güçlü ivme
Türkiye'nin Payı (8479.90)	8,5% pay, %99 beş yıllık büyüme

Kazakistan, neredeyse tüm GTİP pozisyonlarında en hızlı büyüyen pazarlar arasında yer almaktadır. Ülkenin sanayi modernizasyon programları, madencilik ve enerji altyapısı yatırımları ile otomotiv ekosistemi gelişimi, sürdürülebilir talep garantisi sunmaktadır. Türkiye'nin kültürel yakınlığı, rekabetçi kargo maliyetleri ve Kazak iş çevrelerinin Türk tedarikçilere olan aşinalığı bu pazarı yapısal olarak avantajlı kılmaktadır.

ABD

Gösterge	Değer
Türkiye'nin Payı (8479.89)	2. sıraya yükseldi — 35,8 milyon dolar, +106% (2023-24)
Türkiye'nin Payı (8466.94)	28% pay ile 1. sıra — 15 milyon dolar, +416% (2023-24)
Türkiye'nin Payı (8479.90)	11,6% pay ile 2. sıra — 12,2 milyon dolar, +20% (2023-24)

ABD, özellikle özel amaçlı makineler ve sac işleme tezgahı aksamalarında olağanüstü büyüme kaydetmiştir. ABD'deki imalat 'reshoring' dalgası ve CHIPS Act gibi politika teşviklerinin üretim

yatırımlarına yönlendirilmesi, bu talebin arkasındaki yapısal dinamiktir. Türkiye'nin bu pazardaki zayıf noktası ise marka tanınırlığı ve UL/NEMA gibi Amerikan standartlarına uyum sertifikasyonudur. Bu engel aşıldığında potansiyel büyük ölçüde genişleyebilir.

Mısır

Gösterge	Değer
Türkiye'nin Payı (8501.52)	3. sıra — 11,7 milyon dolar, +39% (2023-24)
Türkiye'nin Payı (8483.40)	2,4% — 4 milyon dolar, +47% (2023-24)

Mısır, Kuzey Afrika'nın en büyük pazarı olup Türkiye'nin AC motorlar segmentinde üçüncü sıraya konumlanması dikkat çekicidir. Ülkedeki büyük kamu altyapı projelerinin (Süveyş Kanalı Bölgesi, Yeni İdari Başkent, enerji santralleri) sürmesi, motor ve makina bileşenlerine olan talebi desteklemektedir. Mısır-Türkiye STA çerçevesindeki tercihli erişim, rekabette somut avantaj sağlamaktadır.

6.4. Pazar Önceliklendirme Matrisi

Pazar	İthalat Hacmi	Büyüme	TR Potansiyeli	Erişim	Genel Skor
Almanya	●●●●●	●●●○○	●●●●○	●●●●●	4,5 / 5
Kazakistan	●●●○○	●●●●●	●●●●●	●●●○○	4,3 / 5
ABD	●●●●●	●●●●○	●●●●○	●●●○○	4,0 / 5
İtalya	●●●●○	●●●○○	●●●●○	●●●●●	3,8 / 5
Mısır	●●●○○	●●●●○	●●●●○	●●●●○	3,8 / 5
Fransa	●●●●○	●●●○○	●●●○○	●●●●●	3,5 / 5
Suudi Arabistan	●●●○○	●●●●○	●●●○○	●●●●○	3,5 / 5

Ölçek: 1 puan = ●, 5 üzerinden değerlendirme | Kaynak: ITC TradeMap verileri + BAZ Girişim analizi, 2024.

7. REKABET ORTAMI VE DAĞITIM YAPISI

7.1. Başlıca Rakip Ülkeler

Rakip Ülke	Güçlü Olduğu Pazarlar / GTİP	Rekabet Avantajı	Fiyat Düzeyi
Çin	Tüm GTİP'ler; özellikle motorlar ve standart parçalar	Maliyet liderliği, geniş ürün yelpazesi, hızlı üretim kapasitesi	Düşük-Orta
Almanya	Yüksek teknikli özel makineler, redüktörler, premium motorlar	Marka gücü, hassas mühendislik, yüksek güvenilirlik	Yüksek-Çok Yüksek

Rakip Ülke	Güçlü Olduğu Pazarlar / GTİP	Rekabet Avantajı	Fiyat Düzeyi
İtalya	Takım tezgahı aksamları, makina parçaları	Tasarım kültürü, OEM ilişkileri, AB pazar erişimi	Orta–Yüksek
Güney Kore	Motor ve elektronik bileşenler	Teknoloji yatırımları, güçlü ihracat desteği	Orta
Hindistan	Standart makina parçaları, dökme parçalar	Maliyet avantajı, İngilizce pazarlama altyapısı	Düşük–Orta

7.2. Türkiye'nin Rakiplere Göre Konumlanması

Türkiye, fiyat-kalite dengesi açısından stratejik bir orta segmentte konumlanmaktadır. Almanya ve İtalya'nın premium fiyat düzeyinin altında, Çin ve Hindistan'ın fiyat düzeyinin ise üzerinde yer alan Türkiye, özellikle 'güvenilir Çin alternatifi' arayışındaki alıcılar için görünürlük kazanmaktadır. Lojistik hız ve yakınlık avantajı, özellikle AB ve Orta Doğu pazarlarında belirleyici bir farklılaştırıcı olmaktadır; teslimat süreleri Çin kökenli tedarige kıyasla belirgin biçimde kısalmaktadır.

Bununla birlikte Türkiye'nin kırılgan noktaları da mevcuttur. Uluslararası marka bilinirliğinin yetersizliği, teknik sertifikasyon kapasitesindeki sınırlılıklar ve dijital pazarlama altyapısının henüz gelişme aşamasında olması, özellikle yeni pazar açılımlarında güçlük yaratmaktadır. Büyük alıcılar için gerekli olan İngilizce ve Almanca teknik dokümantasyon, ISO ve CE uyumu ile denetlenebilir kalite güvence sistemi konularında atılması gereken adımlar bulunmaktadır.

8. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE ESG TRENDLERİ

8.1. Sektöre Özgü Sürdürülebilirlik Standartları

OEM makina bileşenleri sektöründe sürdürülebilirlik, öncelikli olarak enerji verimliliği, ürün ömür boyu analizi ve AB'nin karbonsuzlaşma politikalarıyla ilişkilidir. Türkiye'nin başlıca ihracat hedefi olan AB pazarında bu gereksinimler normatif bir çerçeve oluşturmaktadır.

- AB Ecodesign Direktifi: AC motorlar için geçerli IE3 (standart verim) ve IE4 (yüksek verim) sınıflandırmalarına uyum, 2024 itibarıyla Türkiye kaynaklı ihracatta giderek daha sık talep edilmektedir. 2027'den itibaren genişletilmesi beklenen IE4 zorunlulukları, ürün geliştirme takvimini belirleyecektir.
- CBAM (Sınırdan Karbon Düzenlemesi): Demir-çelik döküm ağırlıklı makina parçaları (8487.90) ve bazı güç aktarım bileşenleri CBAM kapsamına girebilecek ürün kategorilerinde değerlendirilebilir. Türkiye'den AB'ye yapılan ihracatçıların carbon footprint raporlama süreçlerine hazırlanması, 2026 sonrası için kaçınılmaz bir gereksinim haline gelecektir.
- ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi: AB ve Kuzey Avrupa alıcıları tarafından tedarikçi yeterlilik değerlendirmesinde artan ölçüde talep edilen bir sertifikasyon standardıdır.
- RoHS ve REACH: Elektrik motorları başta olmak üzere elektrik/elektronik bileşen içeren ürünler için bu düzenlemelere uyum, AB pazarındaki zorunlu bir giriş şartıdır.

8.2. Türk Firmaları İçin ESG Uyum Yol Haritası

Adı m	Faaliyet	Öncelik	Süre
1	Ürün bazında enerji verimliliği sınıfı belirleme ve belgeleme	Yüksek	0–6 ay
2	ISO 14001 ve ISO 9001 sertifikasyonlarının tamamlanması veya güncellenmesi	Yüksek	6–12 ay
3	CBAM kapsamındaki ürünler için tedarik zinciri karbon izi veri altyapısının kurulması	Orta	6–18 ay
4	IE4 verimlilik sınıfına uygun motor ürün gamının hazırlık planının yapılması	Orta	12–24 ay
5	Kurumsal sürdürülebilirlik raporu yayınlanması	Düşük	18–30 ay

9. DİJİTAL PAZARLAMA VE DİJİTAL İHRACAT ALTYAPISI

9.1. Sektörün Dijital Olgunluk Durumu

OEM makina bileşenleri alıcıları, satın alma kararlarında önce dijital ön araştırma yapmaktadır. Uluslararası alıcıların büyük çoğunluğu; potansiyel tedarikçi araştırmasını Google, sektörel B2B platformları (Thomasnet, GlobalSpec, Europages, Wer liefert was) ve LinkedIn üzerinden gerçekleştirmektedir. Bu nedenle dijital varlık eksikliği, müşteri adayına görünür olmama anlamına gelmektedir.

Teknik ürünlerde alıcı davranışı, duygusal değil rasyonel bir karar süreciyle ilerlemektedir: teknik özellik tabloları, tolerans değerleri, materyal sertifikaları, test raporları ve referans listesi en temel beklentilerdir. Dijital kanallar bu bilgilerin sunulduğu ilk temas noktası olmaktadır.

9.2. Web Sitesi ve SEO Gereksinimleri

- İhracat hedef pazarlarının dillerini (en az İngilizce, tercih edilir: Almanca veya Rusça) kapsayan çok dilli web sitesi
- Her ürün için teknik özellik sayfaları: toleranslar, materyal, sertifikalar, çizimler
- CAD/teknik çizim indirme imkânı — büyük alıcılar için temel beklenti
- 'OEM makina parçaları', 'endüstriyel dişli sistemleri', 'AC motor üreticisi Türkiye' gibi ihracat odaklı anahtar kelime stratejisi
- Hızlı teklif formu ve kısa yanıt süresi taahhüdü

9.3. LinkedIn Stratejisi

Şirket sayfasında teknik içerik üretimi (ürün videoları, vaka çalışmaları, üretim süreç görselleri) ve hedef ülkelerdeki satın alma müdürleri, mühendislik yöneticileri ile tedarik zinciri direktörlerine yönelik şahıs hesabı bağlantı stratejisi, bu sektörde en etkili dijital kanalı oluşturmaktadır. LinkedIn Sales Navigator, belirli bir sektör ve coğrafyaya özelleştirilmiş alıcı listelerinin oluşturulmasını sağlayan kritik bir araçtır.

9.4. B2B Lead Generation Kanalları

Kanal	Kullanım Amacı	Hedef Pazar	Öncelik
LinkedIn Ads	Karar verici hedefleme, marka bilinirliği, teknik içerik tanıtımı	AB, ABD, KZ	Yüksek
Europages / Wer liefert was	AB alıcılarına pasif ulaşım, tedarikçi listesi kaydı	AB	Yüksek
GlobalSpec / Thomasnet	ABD ve küresel mühendislik alıcıları için teknik katalog	ABD, Küresel	Orta
E-posta Pazarlaması	Lead nurturing, teklif takibi, yeni ürün duyurularının iletimi	Tüm pazarlar	Yüksek
YouTube / Video İçerik	Üretim tesisi, ürün test videoları; teknik ürün güveni oluşturma	Küresel	Orta
Sektörel Fuarlar (EMO, Hannover)	Yüz yüze bağlantı, fuar öncesi/sonrası dijital ile entegre kampanya	AB, Küresel	Yüksek

9.5. Dijital Hazırlık Kontrol Listesi

#	Kontrol Maddesi	Durum
1	Web sitesi hedef pazar dilinde (en az İngilizce) mevcut mu?	<input type="checkbox"/>
2	Ürün sayfaları teknik özellikler, toleranslar ve sertifikalar içeriyor mu?	<input type="checkbox"/>
3	LinkedIn şirket sayfası aktif ve teknik içerik yayınlıyor mu?	<input type="checkbox"/>
4	Yöneticilerin LinkedIn profilleri ihracat ve OEM odaklı mı?	<input type="checkbox"/>
5	Karar vericilere ulaşan aylık içerik takvimi tanımlanmış mı?	<input type="checkbox"/>
6	CRM altyapısı kurulu ve lead takibi yapılıyor mu?	<input type="checkbox"/>
7	Hızlı teklif formu ve 24 saat yanıt süreci aktif mi?	<input type="checkbox"/>
8	İngilizce dijital katalog ve teknik doküman hazır mı?	<input type="checkbox"/>
9	Referans müşteri / başarı hikayesi içeriği var mı?	<input type="checkbox"/>
10	B2B platformlarında (Europages vb.) kayıt tamamlanmış mı?	<input type="checkbox"/>

10. FIRSATLAR VE STRATEJİK DEĞERLENDİRME

10.1. Kısa Vadeli Fırsatlar (0–12 Ay)

Veriler, Cezayir pazarında 8479.90 GTİP'inde son derece yüksek bir büyüme gerçekleştiğine işaret etmektedir (+882% tek yılda). Bu pazar, Türkiye'nin yerleşik bir lojistik kanalı bulunmakla birlikte henüz stratejik düzeyde çalışılmayan bir pazardır ve satış sürecinin görece daha hızlı sonuçlanabileceği bir yapı sergilemektedir. Benzer şekilde, ABD'de sac metal işleme tezgahı aksamlarındaki ani talep artışı (+416%), mevcut ürün gamının bu pazara aktif biçimde sunulmasını gerektirmektedir.

Macaristan'daki 8479.89 büyümesi (+604%) Türkiye kaynaklı ihracatın büyük bölümü zaten buraya gittiğine işaret etmektedir; bu pazarda müşteri bağımlı güçlendirecek lokal ortaklık veya distribütörlük

ilişkisi kurulması, orta vadede önemli bir savunma stratejisi oluşturacaktır. Hindistan'ın 8466.94 büyümesi (+1.458%) ise henüz çok küçük bir bazdan gelmekle birlikte keşfe değer bir sinyal vermektedir.

10.2. Orta Vadeli Fırsatlar (1–3 Yıl)

Kazakistan ve Orta Asya'da pazara giriş stratejisinin kurumsallaştırılması, bu bölgedeki ivmeyi kalıcı hale getirecektir. Özellikle dişliler (8483.40) ve motorlar (8501.52) segmentlerinde yerel distribütör veya servis ortaklığı kurulması, Kazak müşterilerin bakım ve stok ihtiyaçlarını karşılama kapasitesi açısından belirleyici bir farklılaştırıcı olacaktır. Özbekistan ve Türkmenistan'da da benzer yapılanma yoluna gidilmesi bu pazarlar için değerlendirilebilir.

AB pazarında özellikle Fransa pazarı, 8487.90 GTİP'inde Türkiye'nin ikinci en büyük ihracat hedefi olma özelliğini korumakta ve yüksek büyüme trendi sergilemektedir. Bu pazarda yerel Fransız distribütörlerle çalışılması veya Fransızca teknik dokümantasyon hazırlanması öncelikli adım olarak değerlendirilebilir. Sertifikasyon odaklı AB alıcı ilişkileri için ise Almanya pazarında uzmanlaşmış bir aracı kurum veya teknik ticaret şirketiyle çalışılması bu sürecin hızlandırılmasına katkı sağlayacaktır.

10.3. Uzun Vadeli Perspektif (3+ Yıl)

Hindistan, Meksika ve Körfez İşbirliği Konseyi ülkeleri (Suudi Arabistan ve BAE), uzun vadede Türkiye'nin OEM bileşen ihracatında önemli hacimler oluşturabilecek büyük kapasiteli pazarlardır. Bu pazarların olgunlaşma süreci daha uzun olup lokal varlık (teknik ofis, servis noktası) veya güçlü distribütörlük anlaşmaları gerektirmektedir. Çin'in küresel ticaret baskısından dışlanan pazarlarda 'Çin dışı tedarikçi' olarak konumlanmak, Türkiye için giderek daha net bir strateji haline gelmektedir.

11. TİCARET BAKANLIĞI DESTEKLERİ

T.C. Ticaret Bakanlığı'nın ihracata yönelik devlet destekleri, bu sektörde faaliyet gösteren firmalar için doğrudan uygulanabilir çeşitli mekanizmalar sunmaktadır. Aşağıdaki bilgiler Ticaret Bakanlığı resmi kaynaklarından ve TİM yayınlarından derlenmiş olup güncel destek oranları ve koşulları için <https://ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri> adresinin ziyaret edilmesi ve destek başvurularında ilgili İhracatçı Birlikleri aracılığıyla teyit alınması önerilir.

11.1. Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği

Bu destek kapsamında iki temel kalem öne çıkmaktadır. Birincisi, seyahat desteğidir: ihracat amacıyla yurt dışı iş görüşmesi gerçekleştirecek firmalar, ön onaya gerek kalmaksızın kişi başı yıllık 10 adete kadar ulaşım ve konaklama masrafı için %70 oranında destek alabilmektedir (yıllık 5.000 ABD dolarına kadar). Türkiye'ye dönüşten itibaren 3 ay içinde başvuru yapılması gerekmektedir. İkincisi, rapor desteğidir: sektör raporları, ülke raporları ve yabancı şirket odaklı raporlar için yapılan harcamalara Bakanlık ön onayıyla 2 yıl süreyle destek verilmektedir. OEM bileşen sektörü için hedef pazar raporlarının bu mekanizma aracılığıyla desteklenmesi mümkündür.

11.2. Marka ve Tanıtım Desteği

Reklam, tanıtım, pazarlama, sponsorluk ve ilan giderleri ile konferans, seminer ve lansman organizasyonu maliyetleri destek kapsamında değerlendirilebilmektedir. Yurt dışı fuarlara katılım desteği de bu başlık altında sunulmaktadır. OEM makina sektörü için Hannover Messe, EMO ve Eurofinsa gibi uluslararası endüstriyel fuarlar bu destekten yararlanılabilecek öncelikli etkinlikler

arasında sayılabilir. Marka tescili araştırması ve patent bürosu hizmetleri gibi yurt dışı marka koruma harcamaları da destek kapsamındadır.

11.3. Yurt Dışı Birim Desteği

Yurt dışında kurulan irtibat bürosu, distribütörlük ofisi veya satış birimi kapsamındaki vergi, harç, kira ve komisyon giderleri belirli oranlarda desteklenmektedir. Orta Asya ve MENA pazarlarına uzun vadeli penetrasyon planı yapan firmalar için bu mekanizma, erken dönem gider yükünü azaltmak açısından değerlendirilebilir.

11.4. Türk Eximbank Finansmanı

İhracat kredisi mekanizması olarak Türk Eximbank, ihracat öncesi ve sonrası kredi imkânları sunmaktadır. Makina sektörü için özellikle büyük proje ihracatı ve uzun üretim süreli siparişlerde işletme sermayesi desteği ile alıcı kredi programları değerlendirilebilir. Bu bilgilerin güncel kredi koşulları ve sektör bazında uygulanabilirlik açısından Türk Eximbank'tan doğrudan teyit alınması önerilmektedir.

11.5. UR-GE ve HİSER Programları

Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi (UR-GE) programı, aynı sektördeki firmaların bir araya gelerek ortaklaşa pazara giriş faaliyetleri yürütmesini desteklemektedir. OEM makina bileşenleri gibi teknik segmentlerde, meslek kuruluşu koordinasyonu ile yürütülecek UR-GE projeleri Türkiye'nin hedef pazarlardaki sektörel görünürlüğünü artırmak için etkili bir araç sunmaktadır. HİSER (Hizmet Sektörleri İhracat Stratejisi) programları ise danışmanlık ve teknik servis bileşenlerini kapsayan ihracat faaliyetleri için başvurulabilecek ek destek mekanizmalarından biridir.

12. RİSKLER VE DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR

Risk Kategorisi	Risk Tanımı	Olasılık	Etki	Öneri
Jeopolitik	Rusya-Ukrayna çatışmasının sürmesi; Rusya ve Belarus'un ihracat coğrafyasından çıkması	Yüksek	Yüksek	Rus pazarına bağımlılık azaltılmalı; AB, ABD ve Kazakistan ağırlığı artırılmalı
Kur	TL dalgalanmaları ve maliyet enflasyonunun ihracat marjlarını erimesi	Yüksek	Orta	Döviz bazlı fiyatlandırma, döviz kur riski korunma araçları (Eximbank, vadeli işlem)
Rekabet / Çin	Çin'in teknik ürün kalitesini artırması ve fiyat baskısını sürdürmesi	Yüksek	Orta	Teknik farklılaşma, marka yatırımı ve sertifikasyon ile n.e.s. segmentinde niş konumlanma
Regülasyon / ESG	CBAM ve AB'nin IE4 motor zorunluluğu ile yeni çevre standartları	Orta	Yüksek	Ürün geliştirme takviminde ESG uyumuna yer açılması; Bölüm 8 önerileri takip edilmeli
Ödeme / Tahsilat	Orta Doğu ve Orta Asya pazarlarında akreditif riskinin yönetilememesi	Orta	Orta	Akreditif (L/C) kullanımı, TÜRKONFED kredi sigortası ve Eximbank ülke kredi sigortası

Risk Kategorisi	Risk Tanımı	Olasılık	Etki	Öneri
Lojistik	Karadeniz ve Orta Doğu rota kargaşasının teslimat sürelerini uzatması	Orta	Orta	Çok modlu lojistik planlaması; güvenilir lojistik ortaklığı ve stok tamponu
Sertifikasyon	CE, ATEX, UL gibi sertifikasyon eksikliklerinin büyük alıcılarda elenme nedeni olması	Orta	Yüksek	Hedef pazar segmentine göre öncelikli sertifikasyon yol haritasının çıkarılması

13. SONUÇ VE STRATEJİK ÖNERİLER

13.1. Genel Değerlendirme

Türkiye, OEM makina bileşenleri sektöründe 2024 yılı itibarıyla 1,06 milyar dolarlık küresel ihracat hacmine ulaşmış ve son beş yılda tüm GTİP pozisyonlarında güçlü büyüme kaydetmiştir. Sektörün küresel pazar büyüklüğü 116 milyar doların üzerindedir ve Türkiye'nin bu pazardaki mevcut payı oldukça düşük seyretmektedir. Bu durum, yapısal bir büyüme marjının varlığına işaret etmektedir.

En yüksek ihracat potansiyeli, birim değer ve büyüme hızı açısından birlikte değerlendirildiğinde özel amaçlı makina ve cihazlar (8479.89) ile güç aktarım sistemleri (8483.40) segmentlerinde yoğunlaşmaktadır. Endüstriyel AC motorlar ise AB'nin verimlilik standartları dönüşümü nedeniyle önümüzdeki dönemde yapısal bir yenileme talebine konu olacak stratejik bir segmenttir.

13.2. Öncelikli GTİP ve Pazar Kombinasyonları

- 8479.89 × ABD — yüksek büyüme, yüksek birim değer; sertifikasyon yatırımıyla güçlendirilebilir
- 8483.40 × Kazakistan — en yüksek büyüme trendi, kültürel yakınlık, lokal distribütör fırsatı
- 8501.52 × Almanya + İtalya — Gümrük Birliği erişimi, IE3/IE4 yenileme talebi
- 8466.94 × ABD + Hindistan — olağanüstü büyüme sinyali; ürün gamının tanıtımı önceliklendirilmeli
- 8487.90 × Fransa + Kanada — sürdürülebilir büyüme, mevcut ilişkilerin derinleştirilmesi

KAYNAKÇA

- ITC TradeMap — www.trademap.org (2024 yılı ihracat ve ithalat verileri; TURKSTAT-ITC hesaplamaları)
- T.C. Gümrük Tarife Cetveli — 84. Fasıl (2026 güncel versiyonu)
- T.C. Ticaret Bakanlığı — İhracat Destekleri: <https://ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri>
- T.C. Ticaret Bakanlığı — Serbest Ticaret Anlaşmaları: <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/serbest-ticaret-anlasmalari>
- Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) — KOBİ Destekleri Rehberi
- AB Ecodesign Direktifi (IE motor verimlilik sınıflandırması)
- Dünya Bankası — data.worldbank.org

Önemli Not

Bu rapor BAZ Girişim tarafından kamuya açık veriler ve saha araştırmaları esas alınarak hazırlanmıştır. Bilgiler Mart 2026 itibarıyla günceldir. Yatırım kararlarında uzman danışmanlık alınması tavsiye edilir.

© BAZ Girişim — Tüm hakları saklıdır. | www.bazgirisim.com

BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ Girişim, küresel pazarları kazanmada devlet destekleri, dijital pazarlama ve ihracat danışmanlığıyla yanınızda.

bazgirisim.com



info@bazgirisim.com



+90 312 418 46 58