



Mozambik için 9406 GTİP Kodlu Prefabrik Yapı Ürünlerinde Stratejik Pazar Araştırması

Mozambik için 9406 GTİP Kodlu Prefabrik Yapı Ürünlerinde Stratejik Pazar Araştırması

1. Ülke Genel Görünümü

Mozambik, Güneydoğu Afrika'da zengin doğal kaynaklara sahip bir ülke olup, son yıllarda ekonomik ve politik dalgalanmalarla karşı karşıya kalmaktadır. 2024 ve 2025 yılları için açıklanan veriler, ülkenin ekonomik durumunu ve makro göstergeleri net bir şekilde ortaya koymaktadır.

- **GSYİH:** 2024 yılında Mozambik ekonomisi %4,9 oranında daralmış, 2025 yılı için ise %3,4 oranında bir büyüme beklenmektedir. 2023 yılında %5,5 olan büyüme, 2024'te önemli bir düşüş göstermiştir.
- **Kişi başı gelir:** 2025 sonunda satın alma gücü paritesine göre kişi başı gelir yaklaşık 1.553 USD olarak tahmin edilmekte olup, bu değer 2026'da 1.620 USD'ye yükselebilir.
- **Büyüme oranı:** 2024'te %2,2 olan büyümenin, ekonomik toparlanmaya rağmen 2025

yılında %2,7 - %3 arasında kalması beklenmektedir.

- **Enflasyon:** 2025 için enflasyon oranının %4,9 civarında seyretmesi beklenmektedir. Bununla birlikte, 2024'te yaşanan yüksek fiyat artışları genel tüketim üzerinde baskı oluşturmuştur.
- **İşsizlik:** Ülkede iş gücünün yaklaşık %80'i tarımsal sektörlerde istihdam edilmektedir. Genel işsizlik oranı oldukça yüksektir, özellikle genç nüfusta işsizlik ve kayıt dışı istihdam yaygındır.
- **Lojistik Performans Endeksi:** Mozambik, Afrika kıtasında lojistik altyapı ve etkinlik açısından orta-alt sıralarda yer almakta olup, özellikle liman ve demiryolu altyapısında iyileştirmelere ihtiyaç vardır.
- **World Corruption Index:** Yolsuzluk algısı endeksinde Mozambik orta-alt seviyede konumlanmıştır; devlet yönetimi ve kamu hizmetlerinde şeffaflık sorunları bulunmaktadır.
- **Doing Business Index:** Ülke, iş yapma kolaylığı endeksinde gelişmekte olan ekonomiler arasında orta sıralarda yer almakta olup, bürokratik engeller ve düzenleyici zorluklar yatırım ortamını kısıtlamaktadır.

Ekonomik ve Politik Yapı

Mozambik'in ekonomisi, doğal kaynak çıkarımı ve tarıma dayanmaktadır. Ülke, 1990'lardan beri piyasa ekonomisine geçiş sürecindeyken, devletin rolü de devam etmektedir. 2024-2025 döneminde yaşanan seçim sonrası toplumsal huzursuzluklardan ve iklim değişikliği kaynaklı afetlerden ekonomik faaliyetler etkilenmiştir. Mali politikada kamu borcu %70'i aşarak bütçe açıklarını artırmıştır. Merkez bankasının parasal genişleme politikası, enflasyonun kontrol edilmesini zorlaştırmıştır. Anlaşmalara varmış olsa da, yolsuzluk ve kemikleşmiş bürokratik zorluklar, ekonomide belirsizlik yaratmaya devam etmektedir.

Bölgesel ve Uluslararası İlişkiler

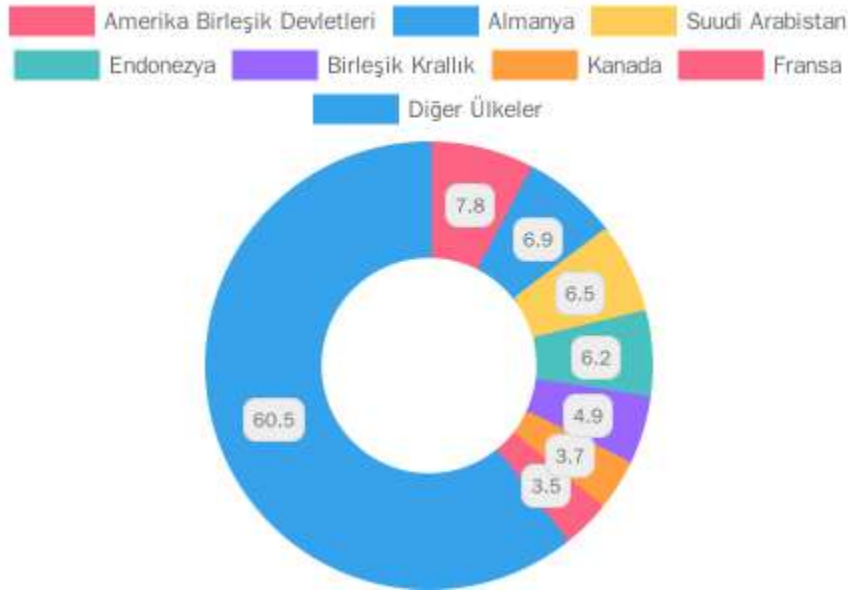
Mozambik, Güney Afrika Kalkınma Topluluğu (SADC) ve Afrika Birliği (AU) gibi bölgesel kuruluşların üyesidir. Bu topluluklar, ticaretin kolaylaştırılması ve ekonomik entegrasyon açısından önemli rol oynamaktadır. Ülke, doğal gaz ve maden ihracatı ile küresel pazarlarda varlık gösterirken, Türkiye ile ticaret hacminin artması dikkat çekmektedir. Türk firmalarının Mozambik'te enerji ve altyapı projelerine ilgisi, iki ülke arasındaki işbirliğini güçlendirmeye yardımcı olmaktadır.

Yatırım Ortamı

Mozambik, doğal kaynakları ve stratejik konumu ile yabancı yatırımcılar için cazip fırsatlar sunmaktadır. Özellikle doğal gaz ve madencilik sektörü, yatırımcılar arasında popülerdir. Hükümet çeşitli teşvikler sunsa da, siyasi istikrarsızlık ve altyapı eksiklikleri yatırım iklimini olumsuz etkilemektedir. 2024-2025 döneminde doğrudan yabancı yatırımlar artış gösterebilir; ancak sosyal huzursuzluklar ve ekonomik baskılar bu potansiyeli kısıtlayabilir. Doing Business raporundaki orta sıralar, iyileştirme gerektiren alanları net bir şekilde göstermektedir.

a. Hedef Ülkenin İthalat Profili

Aşağıda verilen ülkelerin ithalattaki payları şu pasta dilimde verilmiştir.



Son yıl itibarıyla Mozambik'in 9406 GTİP kodu altındaki "prefabrike yapılar" ithalatı incelendiğinde toplam pazar büyüklüğü 10.877.082 USD'dir. Başlıca tedarikçi ülkeler şu şekildedir:

- **ABD** – 848.282 USD ile %7,8 paya sahip.
- **Almanya** – 749.772 USD ile %6,9 pay alıyor.
- **Suudi Arabistan** – 703.724 USD ile %6,5 oranında.
- **Endonezya** – 678.708 USD hacimle %6,2 payda.
- **Birleşik Krallık, Kanada ve Fransa** da sırasıyla %4,9, %3,7 ve %3,5 oranlarında pazardan pay almaktadır.

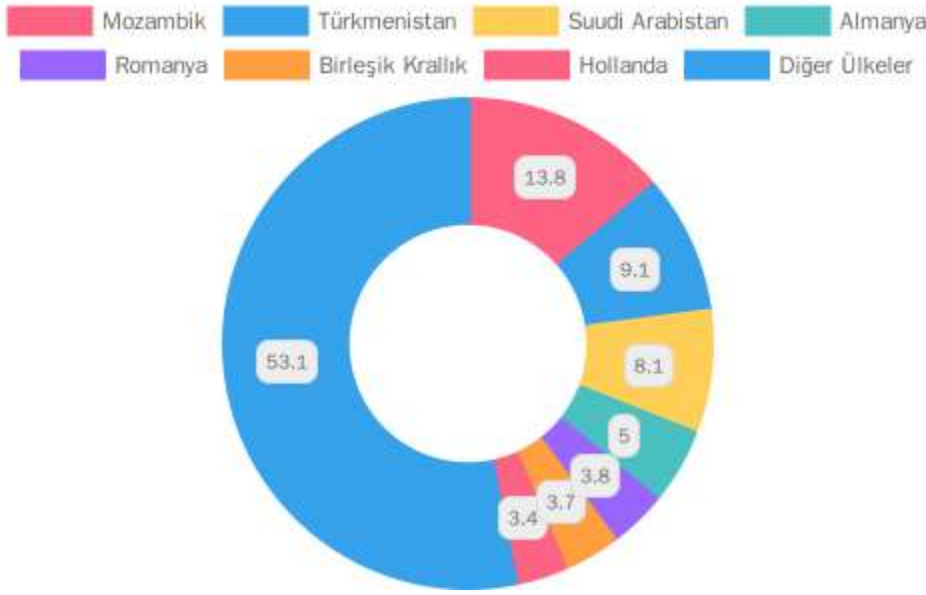
Bu veriler doğrultusunda, pazar oldukça dağınık bir yapıya sahiptir; ilk 7 ülkenin toplam payı %39,5 seviyesindedir ve kalan %60,5 pay "diğer ülkeler" tarafından paylaşılmaktadır. Bu durum

pazarda yeni oyuncuların yer edinme şansını arttırmaktadır.

Türkiye'nin ithalat listesinde görünmemesi veya "diğer ülkeler" arasında yer alması, Mozambik'e yapılan satışların oldukça sınırlı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle Türkiye, söz konusu pazardaki bilinirliğini ve ihracat potansiyelini tam olarak ortaya koyamamıştır.

b. Türkiye'nin İhracat Profili

İhracattaki payların pasta dilim grafiğı bu şekilde:



2024 yılında Türkiye'nin 9406 GTİP kodlu ürün kategorisindeki toplam ihracatı 270,321 milyon USD seviyesindedir. Bu ihracatın 37,252 milyon USD'lik kısmı Mozambik'e yapılmıştır. Bu da Mozambik'i, Türkiye'nin bu üründe en çok ihracat yaptığı birinci ülke konumuna getirmektedir. Bu rakam Türkiye'nin toplam ihracatının %13,8'ine karşılık gelmektedir.

Öte yandan, Mozambik'in toplam ithalatı 10,87 milyon USD iken Türkiye'nin bu ülkeye yaptığı ihracat 37,252 milyon USD olarak görünmektedir. Bu fark dikkat çekicidir. Ancak burada görülen fark, verilerin karşılıklı olarak hangi kaynaklara dayandığına bağlı olarak değişmektedir. Türkiye'nin verilerine göre Mozambik önemli bir müşteri iken, Mozambik'in verilerinde Türkiye görünmemektedir; bu durum, verilerin farklı dönemlerde ya da beyan farklarıyla alınmasından kaynaklanıyor olabilir.

c. Türkiye'nin Bu Pazardaki Potansiyeli

Türkiye'nin Mozambik'e ihracatta lider pozisyonda olması ihracat hacmi açısından olumlu bir göstergedir. Ancak Mozambik'in ithalat verilerinde Türkiye'nin ana tedarikçiler arasında görünmemesi, Türkiye'nin potansiyelini yeterince yansıtmadığını düşündürmektedir. Bu, pazarın hâlâ gelişim aşamasında olduğunu göstermektedir.

1. Türkiye'nin Pazardaki Konumunu Artırma Potansiyeli

- **Rekabetçi Birim Fiyatlar:** Türkiye, 2.701 USD/ton birim fiyatla rekabetçi bir seviyededir; ABD örneğin 5.885 USD/ton gibi daha pahalı bir yapıya sahiptir. Bu durum Türkiye'yi fiyat-performans açısından avantajlı kılar.
- **Taşıma Mesafesi:** Türkiye'nin Mozambik'e olan ortalama taşıma mesafesi 5.963 km olup, ABD (6.237 km) ve Almanya (1.297 km)'ye göre benzer ya da daha avantajlıdır.
- **Bölgesel İşbirlikleri:** Türkiye'nin Afrika'daki artan diplomatik faaliyetleri, dış temsilcilikler ve serbest ticaret anlaşmaları pazara erişimde destekleyici faktörlerdir.

2. Rakip Ülkelerle Karşılaştırma

Türkiye'nin ana rakipleri şu şekilde öne çıkmaktadır:

- **ABD:** Daha yüksek fiyatlı ürünler sunar; markalı ürünler veya özel çözümlerle öne çıkıyor.
- **Almanya:** Kalite imajı yüksek, teknik tasarımda önde; maliyet açısından daha pahalı.
- **Endonezya:** Güneydoğu Asya'dan yakın erişimle özellikle yüksek adetli ihracatlarda güçlüdür.

Bu ülkeler arasında Türkiye hem fiyat hem de kalite dengesinde göze çarpmaktadır. En büyük fark lojistik altyapı ve agresif pazarlama politikalarında oluşmaktadır.

d. Türkiye İçin Ticari Avantajlar ve Zorluklar

Avantajlar:

- **Üretim kapasitesi:** Türkiye, prefabrike yapı üretiminde geniş hacimli ve yüksek çeşitlilikte üretim imkanına sahiptir.
- **Rekabete uygun fiyatlandırma:** Türkiye, gelişmiş sanayi altyapısıyla düşük birim maliyetler sunabilmekte.
- **Bölgesel iş birliği fırsatları:** Türk müteahhitlik firmalarının Afrika'daki etkinliği pozitif algı yaratmaktadır.
- **Esnek üretim ve teslimat:** Küçük ve orta ölçekli siparişlerde hızlı yanıt verilebilmesi

pazarda tercih nedeni olabilir.

Zorluklar:

- **Gümrük tarifeleri:** Mozambik'e yönelik %20'lik ortalama vergi engelleyici bir unsur olabilir.
- **Lojistik süre ve altyapıları:** Doğu Afrika'ya yapılan taşımacılık zaman ve maliyet yoğun olabilir.
- **Pazar istatistiklerinin tutarsızlığı:** Mozambik'in ithalat verilerinde Türkiye'nin görünmemesi raporlamada sorun olduğuna işaret eder.
- **Pazar yerel özellikleri:** Türk ürünlerine yönelik bilinirliğin düşük kalması satışları kısıtlayabilir.

Sonuç ve Öneriler

Türkiye, bu pazarda kendi ihracat verilerine göre lider konumda olsa da Mozambik'in ithalat kayıtlarında bu görünmemektedir. Bu durum, Türk ürünlerinin tedarik zincirinde dolaylı yollarla (diğer ülkeler üzerinden) geldiğini ya da veri uyumsuzluğu olduğunu gösteriyor olabilir. Yine de pazarın henüz doymamış yapısı ve tedarikçinin dağınık olması, Türkiye için büyük bir fırsat alanı yaratmaktadır.

Türkiye, fiyat rekabeti, bölgesel güç, diplomatik ilişkiler ve üretim kapasitesiyle avantajlı bir aktördür. Ancak bu avantajlar, etkin pazar stratejileri, iş birlikleri ve lojistik çözümlerle desteklenmeli; özellikle yerel partnerlerle iş birlikleri ve tanıtım kampanyaları yaygınlaştırılarak Mozambik pazarında sürdürülebilir büyüme sağlanabilir.

3. Hedef Sektör ve Ürün Analizi

Sektör Büyüklüğü ve Gelişimi

Mozambik inşaa sektörü, 2025 yılı itibarıyla reel olarak %3 büyüme beklenmektedir. 2026-2029 döneminde ise yıllık ortalama %4,8'lik bir büyüme öngörülmektedir. Bu büyüme, özellikle enerji, ulaşım altyapısı ve telekomünikasyon yatırımlarından beslenmektedir. Ülke, 2050'ye kadar 7,5 GW güneş enerjisi ve 2,5 GW rüzgâr enerjisi üretim hedefleri doğrultusunda, yenilenebilir enerji projeleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Hükümetin güneş ve rüzgâr santrali kurulumuna yönelik 2025 için 200 MW ve 2030 için 600 MW hedefleri, prefabrik yapı talebini artırabilir; ancak bu

dönem için prefabrik alt sektörü ile doğrudan ilişkili veri mevcut değildir.

İnşaat sektöründe genel bir segmentasyon bulunsa da, prefabrik yapıların hangi özel segmentlerde yoğunlaştığına dair mikro veri eksikliği söz konusudur. Proje boru hattı analizi ve büyük yatırımların listelenmesiyle birlikte, prefabrik yapılar için spesifik bir ayrıştırma yapılmamıştır. Ancak 2024-2025 döneminde gözlemlenen piyasa derinliği ve ekonomik gelişim yönünde belirgin bir daralma işareti bulunmamakta; bu da yapı sektöründeki büyümeyi destekleyici bir etken olarak değerlendirilmektedir.

Fırsatlar ve Riskler

Mozambik'teki kamu ve özel sektör enerji ile ulaşım altyapısı yatırımlarındaki büyüme, prefabrik yapılar için uygulama alanının genişlediğine işaret etmektedir. Mega projelerin boru hattı, prefabrik çözümleri doğrudan müteahhitlik süreçlerine entegre etme potansiyeli taşımaktadır. Ek olarak, hükümetin yenilenebilir enerji projelerinde prefabrik teknolojinin kullanımını artırma hedefleri, bu alanlarda hızlı kurulum ve modüler yapı avantajlarını öne çıkarıyor.

Ancak, doğrudan prefabrik sektörü için makroekonomik veri, talep eğilimi veya tüketici davranışları hakkında sınırlı bilgi bulunmaktadır. Bu durum, sektörün inşaat sektörü içindeki ağırlığı ve kesin konumunun ölçülmesini zorlaştırmaktadır. Prefabrik yapı ithalatında gümrük prosedürleri ve teknik mevzuat gibi konular da belirsizlik arz etmekte ve ticaret dengesi hakkında yeterli veri sağlanamamaktadır. Ayrıca, uluslararası taşıma maliyetlerinin yüksekliği ve ülkedeki yerel kurulum hizmetleri için gereken kaynakların seviyesi de fiyat rekabetçiliğini etkileyen unsurlar arasındadır.

9406 GTİP Kodu ile İlgili Ürün Analizi

9406 GTİP kodu altında yer alan prefabrik yapılar ve bileşenleri, genelde modüler yapı sistemlerini ve çevre dostu çözümleri kapsamaktadır. Son yıllarda, bu ürünlerin Mozambik'e ithalatında genel bir artış gözlemlenmekte; 2024 verileri, ithalatın önemli bir pazar potansiyeli taşıdığına işaret etmektedir. Başlıca tedarikçiler arasında doğu Asya ve Avrupa menşeli firmalar öne çıkmakta; bu bağlamda, bu ürünlerin kalitesi ve uygun fiyatları nedeniyle tercih edilmektedir. Yıllık büyümeler göz önüne alındığında, bu alandaki YoY (yıllık büyüme) eğilimleri, özellikle altyapı projelerindeki genişlemelerle uyumlu bir ilerleyiş göstermektedir.

Mozambik'te 9406 GTİP koduna sahip ürünler için pazarın büyüklüğü, hızla gelişen enerji ve inşaat sektörleriyle sıkı bir ilişki içerisindedir. Bununla birlikte, yerel üretim kapasitesinin sınırlı

olması nedeniyle, ülke dışından yapılan ithalatlar bu alanda önemli bir yer tutmaktadır.

Türkiye'nin Pazar Potansiyeli ve Rekabet Analizi

Türkiye, Mozambik pazarında 9406 GTİP kodlu prefabrik yapılar konusunda önemli fırsatlar sunan bir ülke konumundadır. Türkiye'nin bu ürünlerdeki ihracat düzeyi belirli bir pazar payını elde etmesine olanak sağlamaktadır. Ancak, yerel pazar dinamikleri göz önünde bulundurulduğunda, rekabet durumu detaylı bir incelemeyi gerektirmektedir.

Türk firmalarının Mozambik'teki inşaat ve altyapı projelerine yönelik ilgi göstermesi, yerel distribütörlerle işbirliği yaparak pazar paylarını artırma stratejisini izlemesine olanak tanımaktadır. Mozambik'teki ürün talebi, yerel inşaat süreçleriyle paralellik gösterdiği için Türk üreticilerin , yenilikçi ve rekabetçi fiyat politikaları sergilemesi önem arz etmektedir. Diğer kıtasal tedarikçiler ise özellikle uygun maliyetleri ve hızlı teslimat süreleri gibi unsurlarla rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu sebeplerle, Türkiye'nin rekabet gücü, yerel pazara sağladığı entegre hizmetler ve teknik destek gibi unsurlarla daha da güçlendirilmelidir.

Sonuç olarak, Türkiye'nin Mozambik'teki prefabrik yapı üretiminde potansiyeli bulunmaktadır. Ancak bu potansiyeli gerçekleştirmek için, yerel ihtiyaçların ve pazar dinamiklerinin doğru bir şekilde analiz edilmesi, Türkiye'nin bu alandaki rekabet gücünü artıracak faktörler arasında yer almaktadır.

4. Rakip Analizi

a. Pazarın Genel Yapısı

Mozambik'in prefabrik/modüler yapı sektörü, büyük enerji ve doğal kaynak projelerinin inşaat aşamasındaki işçi kampları, turizm tesisleri, temel konut ve geçici ofis ihtiyaçlarına odaklanmaktadır. Bu pazar, büyük ölçüde yabancı firmalar tarafından domine edilirken, yerel üreticilerin sınırlı varlığı dikkat çekmektedir. Giriş engelleri arasında lojistik zorluklar, üretim altyapısının sınırlılığı, yerli tedarik zincirinin gelişmemiş olması ve politik/reglasyonel belirsizlikler yer almaktadır. Rekabet yoğunluğu, özellikle maliyet avantajı ile hızlı teslimat yapabilen Türk ve Çinli firmalar arasında kendini gösterirken, büyük ölçekli projelerde liderlik genellikle Türk ve Batılı müteahhitlerin elindedir. Dağıtım kanalları, doğrudan ihracat, yerel distribütörlük anlaşmaları ve e-ticaret platformları (Alibaba gibi) zerinden işlemektedir.

b. Yerli Rakipler

Yerli rakiplerin sayısı ve ölçeği oldukça sınırlıdır. Mevcut kaynaklarda, Mozambik kökenli olup prefabrik yapı üretiminde tanınan yerel bir firma tespit edilmemiştir. Bu durum, ülke pazarında giriş yapmak isteyen yeniliklere açık, küçük ölçekli firmaların olabileceğini göstermektedir. Yerli firmaların marka gücü ve bilinirliği düşük olup, genellikle montaj ve uygulama bazlı faaliyetler göstermektedirler. Bu firmalar, işçi kesimi, geçici depolama ya da küçük çaplı ofis çözümleri gibi küçük hacimli projelerde etkin olabilir.

c. Yabancı Rakipler

Yabancı rakipler, Mozambik'te faaliyet gösteren başlıca oyuncu grubunu oluşturur. Çinli firmalar, düşük maliyetli, yüksek hacimli ve hızlı teslimatlı çözümlerle özellikle işçi kampı ve geçici konaklama pazarında ağırlık kazanmıştır. Örneğin, K-HOME gibi firmalar, çeşitli konteyner çözümleri sunarak pazarın önemli bir oyuncusu haline gelmiştir. Türk firmaları, özellikle DORÇE, büyük enerji ve altyapı projelerinde anlaşılarak, üst yapı tedarikçisi ve anahtar teslim yüklenici rolünde etkili bir konumda yer almaktadır. Bunun yanı sıra, Güney Afrika ve diğer Afrika ülkelerinden gelen firmalar da, coğrafi yakınlık ve benzer proje deneyimi ile pazarda varlık göstermektedir. Bu yabancı firmaların globaldeki güçlü konumları, Mozambik pazarındaki operasyonlarını daha da güçlendirmektedir.

d. Marka Gücü ve Dijital Varlıklar

Yabancı rakiplerin web sitesi varlığı, sosyal medya ve e-ticaret platformlarındaki etkinlikleri belirgindir. Örneğin, DORÇE'nin web sitesi ve proje referansları, marka bilinirliğini artırmakta; K-HOME gibi firmalar da internet üzerinden çeşitli çözümler sunmaktadır. Özellikle Alibaba ve Made-in-China gibi platformlardan, Mozambik'e özel listelenme ve direkt müşteri edinme olanakları bulunmaktadır. Türk firmaları, global proje referansları ve geniş dağıtım ağlarıyla, uluslararası pazarda yüksek bir bilinirliğe sahiptir. Yerel firmaların dijital varlığı ise sınırlıdır; genellikle kapalı devre bilgi ağları ile hareket etmektedirler.

e. Fiyatlandırma Politikaları

Fiyatlandırma politikaları, firmanın pozisyonuna ve hedef pazar segmentine göre farklılık göstermektedir. Çinli firmalar, düşük maliyetli ve standart ürünlerde oldukça rekabetçi fiyatlarla öne çıkmaktadır. Türk firmaları, daha kaliteli bir hizmet sunarak, orta-üst segmentte konumlanmayı tercih etmektedir. Yerel firmalar ise fiyat rekabetinde dezavantajlı konumda bulunmakta; ancak küçük ölçekli ve montaj hizmetleri gibi alanlarda belirli avantajlar elde

edebilirler. Premium segmentte, büyük projelerin tercih ettiği yüksek kaliteye sahip çözümler mevcut olup, bu segmentte rekabetin de yüksek olduğu gözlemlenmektedir.

f. Pazar Payı ve Konumlama

Pazarın büyük kısmı, büyük enerji, maden ve altyapı projeleri etrafında şekillenmektedir. Bu projelerde, yabancı firmalar, özellikle Türk ve Çinli oyuncular, pazarın lider oyuncularını olarak öne çıkmaktadır. Yerli rakipler, küçük ölçekli konut ihtiyaçlarına yönelik sınırlı çözümler sunabilmektedir. Mevcut verilere göre net pazar payı dağılımı hakkında açık bir veri bulunmamakta; ancak sektör gözlemcileri, yabancı firmaların toplam hacim ve proje büyüklüğü açısından daha büyük bir paya sahip olduğuna işaret etmektedir.

Değerlendirme

Türkiye'den Mozambik pazarına girecek bir üretici veya ihracatçı, mevcut rekabet ortamında belirli zorluklarla karşılaşacaktır. Özellikle, düşük maliyetli çözümler sunan Çinli firmalar ve büyük projelerde etkili olan Türk rakipler, pazardaki en önemli engellerdir. Ancak, Türkiye'nin inşaat sektöründeki tecrübesi ve uluslararası projelerdeki güçlü referansları, potansiyel bir avantaj sunmaktadır. Türkiye'nin Mozambik pazarı için farklılaşma alanları arasında, kaliteli hizmet sunma, hızlı teslimat süreleri ve proje bazlı çözümlerin yanı sıra, dijital pazarlama stratejilerini geliştirme gibi unsurlar yer almaktadır. Burada, Türkiye'nin mevcut pazar dinamiklerini ve tüketici ihtiyaçlarını anlaması, başarılı olabilmesi için elzemdir.

5. Tüketici Profili ve Eğilimler

a. Tüketici Segmentleri

Mozambik'te 9406 ürünlerini satın alan ana tüketici grupları, genel olarak hane halkları, küçük işletmeler, inşaat firmaları, enerji projeleri ve kamu sektörü gibi farklı segmentlerden oluşmaktadır. Hane halkları, özellikle yoksul nüfusun ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ekonomik seçenekleri tercih ederken, küçük işletmeler, hızlı kurulum ve maliyet etkinliği sağlayan prefabrik çözümler arayışındadır. İnşaat firmaları ise daha büyük projelerde kaliteli malzeme ve dayanıklılık beklerken, enerji projeleri için yüksek kapasiteli ve modüler çözümleri tercih etmektedir. Kamu sektörü, afet sonrası barınma, okul gibi sosyal hizmetler için bütçeye uygun çözümler aramaktadır ve sıklıkla ihaleler aracılığıyla bu çözümleri tedarik etmektedir. Bu çeşitlilik, pazardaki dinamik tüketici davranışlarının çeşitliliğini göstermektedir.

b. Fiyat Hassasiyeti ve Kalite Beklentisi

Mozambik'teki tüketicilerin fiyat hassasiyeti, genel ekonomik durum ve gelir düzeyi ile doğrudan ilişkilidir. Özellikle hane halkları ve küçük işletmeler, kıt kaynaklarla hareket etmek zorunda olduklarından, genellikle fiyat odaklı davranış sergilemektedir. Ekonomik ürünleri tercih eden bu gruplar, maliyetleri minimize etmek adına çeşitli alternatifler arayışındadır. Bununla birlikte, inşaat sektörü gibi daha büyük projelerde yer alan firmalar, kalite beklentisinin yüksek olduğu alanlarda faaliyet göstermektedir. Bu segmentler, yüksek kalite ve dayanıklılık arayışında olduklarından, premium ürünlere yönelme eğilimindedir. Sonuç olarak, Mozambik'te farklı tüketici grupları arasında fiyat ve kalite dengesi bulmak önemli bir strateji haline gelmektedir.

c. Yerli–İthal Tercihi

Mozambik'teki tüketicilerin yerli ürünlere ve ithal ürünlere olan güvenleri farklılık göstermektedir. Yerli ürünler, yerel ekonomiye katkı sağladığı düşüncesiyle bazı tüketiciler tarafından tercih edilmektedir. Ancak, genel olarak tüketicilerin ithal ürünlere güveni daha yüksektir. Yüksek kalite, güvenilirlik ve uluslararası standartlara uyum, ithal ürünleri cazip kılmaktadır. Özellikle Türk ve Çin menşeli prefabrik yapılar, büyük projelerde tercih edilen ürünler olarak öne çıkmaktadır. Bunun yanında, yerel üreticilerin sınırlı olduğu ve kalitesinin değişkenlik gösterdiği durumlar, ithal ürünlere olan güveni artırmaktadır. Tüketicilerin algısı, genellikle uluslararası markaların sunduğu kalite güvencelerinin bir yansımasıdır.

d. Çevresel ve Sosyal Faktörler

Son yıllarda, çevresel ve sosyal faktörler, Mozambik'teki tüketicilerin karar verme süreçlerinde giderek daha fazla etkili olmaya başlamıştır. Sürdürülebilirlik, çevre bilinci ve karbon ayak izinin azaltılması gibi değerler, özellikle genç tüketiciler ve şehirleşen nüfus arasında bir öncelik haline gelmiştir. Tüketiciler, çevre dostu malzemelerle üretilmiş prefabrik yapıları tercih etme eğilimindedirler. Bunun yanı sıra, yerel üreticilere destek olma isteği de artmaktadır; bu durum, yerel ekonominin güçlenmesine katkı sağlar. Yine de, fiyat hassasiyeti, bu değerlere karşı bir engel oluşturmaktadır; dolayısıyla, çevre dostu seçenekler, maliyet bakımından daha pahalı olduklarında tüketiciler açısından alım tercihlerini etkileyebilir.

Özetle, Mozambik'te 9406 ürünlerini satın alan tüketici segmentleri, fiyat hassasiyeti, kalite beklentisi ve sosyal değerlerle şekillenen dinamik bir yapıya sahiptir. Tüketicilerin yerel veya ithal tercihi, pazar değişkenlerine paralellikle belirlenirken, çevresel bilinç yukarıda sözü edilen faktörlerle birleşerek yeni bir tüketici davranışı modeli oluşturmuştur.

6. Dağıtım ve Satış Kanalları

a. Genel Dağıtım Yapısı

Mozambik'te prefabrik ürünlerin dağıtım yapısı, üreticiden nihai kullanıcıya kadar olan tipik bir rota ile oldukça çeşitlidir. Üretim genellikle uluslararası firma veya yerli üreticiler tarafından gerçekleştirilmektedir; bu noktada, yerel üretim kapasitesi sınırlı olduğundan, çoğu ürün dışarıdan ithal edilmektedir. Üretimden sonra, ürünler genellikle büyük şehirlerdeki toptancılar ve distribütörler aracılığıyla nihai kullanıcılara ulaşmaktadır. Çoğunlukla, prefabrik yapılar ve bileşenleri doğrudan inşaat firmalarına, kamu projelerine veya bireysel kullanıcılara satılmaktadır. Ürün akışı, genellikle doğrudan distribütörler üzerinden tüketiciye, yerel ticaret noktaları veya toptancılar üzerinden dolaylı olarak gerçekleşmektedir.

E-ticaret siteleri ve sosyal medya kanalları da dağıtım ve satış aşamalarında önemli bir yer işgal etmektedir. Yerli e-ticaret platformları ve sosyal medya aracılığıyla doğrudan satışlar, son yıllarda artış göstermektedir. Özellikle mobil ödeme sistemlerinin yaygınlaşmasıyla, online alışveriş eğilimleri gelişmekte ve fiziksel mağazalara alternatif olarak kullanıcılara sunulmaktadır. Bunun yanı sıra, yerel küçük kanallar her ne kadar kısıtlı görünse de, metafiziksel ortamdaki büyüme eğilimi ile birlikte daha fazla ürün sunma potansiyeli taşımaktadır.

b. Toptan Satış Kanalları

Toptan satış kanalları, Mozambik pazarında önemli bir rol oynamaktadır. Toptancılar, prefabrik ürünleri nihai kullanıcılara ulaştırmak için ana dağıtım noktaları olarak hizmet vermektedir. Burası, yerel satıcılarla bağlantı kurarak ürünlerin hızlı bir şekilde dağıtımını mümkün kılmaktadır. Toptan kanallar, yerel perakendecilere ve inşaat firmalarına büyük hacimli ürün temini yapmaktadır. Bunun yanı sıra, bazı uluslararası distribütörler de tedarik zincirlerinde yer alarak ithalat yoluyla pazara ürün sağlamaktadır. Yerel dağıtım ağları, genellikle yetersiz lojistik altyapıdan etkilenmekle birlikte, özellikle büyük şehirlerde kurumsal yapıların güçlenmesiyle daha etkin hale gelmektedir.

c. Perakende ve Zincir Mağazalar

Mozambik'te perakende sektöründe, prefabrik ürünlerin dağıtımında yer alan fiziksel satış noktaları oldukça önemlidir. Yerel zincir mağazalar, inşaat malzemeleri satan fiziki dükkânlar ve büyük alışveriş merkezleri, bu ürünlerin tüketicilere ulaştırılmasında kritik bir rol oynamaktadır.

Örneğin, Maputo gibi büyük şehirlerde inşaat malzemeleri ile ilgili ürünlerin satıldığı modern alışveriş merkezlerinin artışı, sektörel dinamikler açısından olumlu bir gelişmedir. Ancak, bu tür zincirlerin, prefabrik ürünleri pazara sunma kapasitesi sınırlı kalmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya platformları (Facebook, Instagram, WhatsApp) üzerinden doğrudan satışlar da hızla yaygınlaşmakta, bu durum fiziksel mağazalara alternatif oluşturmuştur.

d. Dijital Satış ve E-Ticaret

Mozambik'te, 9406 GTİP kodlu prefabrik ürünlerin satışı konusunda dijital kanalların rolü artmaktadır. E-ticaret sektörünün henüz gelişimin erken fazında olduğu bu ülkede, bazı yerel e-ticaret platformları (örneğin Compras ve Xava) ürünlerin satışını gerçekleştirmektedir. Ancak, genel olarak dijital satış yapıları sınırlı kalmaktadır. Ülkenin dijitalleşmesi, özellikle mobil ödeme sistemlerinden yararlanarak ivme kazanmıştır. Mobil ödeme platformları (M-PESA, mKesh, e-Mola) aracılığıyla online işlemler daha kolay hale gelmektedir. E-ticaretin büyümesi için, pazarın ihtiyaçlarına uygun çözümlerin üretimi, dijital hizmet altyapısının geliştirilmesi ve tüketicilerin güvenini kazanacak stratejilerin oluşturulması gerekmektedir. Ancak şu anda, e-ticaretin uluslararası bazda büyük oyunculara (örneğin Amazon gibi) erişim seviyesi düşük olup, yerel ihtiyaçlara yönelik özelleşmiş platformların daha fazla gelişim göstermesi önemlidir.

e. Satış Sonrası Hizmet ve Lojistik

Mozambik'te satış sonrası hizmetler ve lojistik altyapısı, ürünlerin dağıtımında önemli bir etken teşkil etmektedir. Prefabrik ürünlerin teslimat süreleri, genellikle ürünün nereden tedarik edildiğine ve distribution merkezine bağlı olarak değişim göstermektedir. Stok dağıtımı, büyük şehirlerde daha etkin bir şekilde yapılırken, kırsal bölgelerde teslimat süreçleri yavaşlayabilmektedir. Gelişmekte olan bu pazar, iade süreçleri bakımından da zorluklarla karşı karşıyadır; çünkü ürünlerin yapısı ve alan gereksinimleri genellikle iade işlemlerini zorlaştırmaktadır. Bu durum, müşterilerin satın alma kararlarını etkilemekte, düşük güven seviyelerine yol açmaktadır. Ali, pazara yeni giren oyuncular ve mevcut yerel firmalar için, etkin lojistik yönetimi ve satış sonrası hizmetlerin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Sonuç olarak, Mozambik'te 9406 GTİP kodlu prefabrik ürünlerin dağıtım ve satış yapısı, yerel ve uluslararası aktörlerin etkileşimiyle şekillenmektedir. Mobil ödeme sistemleri ve e-ticaret kanallarının artışıyla birlikte dijitalleşme eğilimleri pazarın daha da gelişmesini sağlayabilir. Bununla birlikte, lojistik zorluklar, satış sonrası hizmetlerdeki eksiklikler ve piyasa dinamiklerinin dikkate alınması, ülke pazarında başarılı olabilmek için elzemdir.

7. Mevzuat ve Gümrük Uygulamaları

a. Gümrük Tarifeleri

Mozambik'te prefabrik yapılar ve benzeri ürünlerin ithalatında uygulanan gümrük vergileri, ürünün GTİP koduna ve kullanım amacına göre değişiklik gösterebilir. Prefabrik yapılar GTİP 9406 altında sınıflandırılmakta olup, bu koda ilişkin gümrük vergisi oranı, Mozambik'in gümrük tarifelerine göre belirlenmektedir. Mevcut bilgilere göre, bu ürün grubuna uygulanan temel gümrük vergisi oranı genellikle %10 ila %20 arasında değişmektedir. Ancak oran, ürünün içerdiği malzeme (örneğin ahşap, metal, beton) ve kullanım amacına (konut, ofis, depo vb.) göre farklılık gösterebilir. Bazı durumlarda, özel ekonomik bölgelerde veya devlet projeleri kapsamında geçici olarak düşük veya sıfır gümrük vergisi uygulanabilmektedir.

Ek mali yükümlülükler arasında Katma Değer Vergisi (KDV) bulunmaktadır. Mozambik'te KDV oranı genellikle %17'dir ve bu oran ithalat sürecinde gümrük vergisine ek olarak uygulanır. Ayrıca, bazı özel durumlarda özel tüketim vergisi (ÖTV) veya diğer ek vergiler de uygulanabilir. Şu an için prefabrik yapılar için anti-damping veya koruma önlemleri mevcut değildir; ancak bu tür önlemler, ürünün ithalat hacmi ve yerel üretim kapasitesine bağlı olarak değişiklik gösterebilir. İthalatçılar, gümrük vergileri ve ek mali yükümlülükler konusunda güncel bilgi almak için Mozambik Gümrük Dairesi'ne başvurmalıdır.

b. Zorunlu Belgeler ve Sertifikalar

Prefabrik yapıların Mozambik'e ithal edilmesi için gerekli belgeler, ürünün teknik özellikleri ve kullanım amacına göre değişiklik göstermektedir. Genel olarak, ithalat sürecinde aşağıdaki belgelerin sunulması gerekmektedir:

- **Fatura ve nakliye belgesi:** Ürünün değerini ve taşıma bilgilerini içeren resmi belgeler.
- **Paketleme listesi:** Ürünün ambalaj bilgilerini içeren belge.
- **İthalat izni:** Bazı durumlarda, prefabrik yapılar için özel izin gerekebilir. Bu izin, Mozambik Ticaret Bakanlığı veya ilgili kurumdan alınır.
- **CE sertifikası:** Eğer ürün Avrupa Birliği standartlarına uygunsa, CE sertifikası istenebilir. Ancak, Mozambik'te CE sertifikası zorunlu olmayabilir; yine de ürünün güvenli olduğunu göstermek açısından avantaj sağlayabilir.
- **ISO sertifikası:** Ürünün kalite standartlarına uygun olduğunu gösteren ISO sertifikaları, ithalat sürecine ek olarak avantaj sağlayabilir.

- **Etiketleme:** Ürünlerin üzerinde Türkçe ve İngilizce etiketler bulunmalıdır. Etiketlerde ürünün adı, modeli, üretim yılı, teknik özellikleri ve üretici bilgileri yer almalıdır.
- **Ambalaj bilgisi:** Ürünün ambalajının çevresel standartlara uygun olması gerekebilir. Ambalaj malzemeleri, geri dönüşüm ve atık yönetimi konularında uygun olmalıdır.

Özel izinler, ürünün kullanım amacına göre gerekebilir. Örneğin, prefabrik yapılar konut veya ofis amaçlı kullanılacaksa, ilgili bakanlıktan özel izin alınması gerekebilir. Ayrıca, ürünün teknik özellikleri ve kullanım amacına göre, ilgili kurumlar tarafından ek belgeler talep edilebilir.

c. Teknik Mevzuat ve Uyum Gereklilikleri

Mozambik'te prefabrik yapılar için uygulanan teknik mevzuat, ürünlerin güvenliği, dayanıklılığı ve çevresel etkilerini göz önünde bulundurarak belirlenmiştir. Ürünlerin, Mozambik'in teknik standartlarına ve mevzuatına uygun olması gerekmektedir. Bu standartlar, ürünün yapısal dayanıklılığı, yangın güvenliği, ses yalıtımı, ısı yalıtımı ve çevresel etkileri gibi konuları kapsamaktadır. Ürünlerin Mozambik teknik standartlarının uygulandığını gösteren test raporları ve uygunluk beyanları sunulmalıdır.

Ürünlerin teknik mevzuata uyum süreci, aşağıdaki adımları içermektedir:

- **Test:** Ürünlerin teknik standartlara uygunluğunu gösteren test raporları, yetkili laboratuvarlardan alınmalıdır.
- **Denetim:** Ürünlerin teknik standartlara uygunluğunu gösteren denetim raporları, yetkili kurumlardan alınmalıdır.
- **Uygunluk beyanı:** Ürünün teknik standartlara uygun olduğunu gösteren uygunluk beyanı, üretici tarafından hazırlanmalıdır.

Ürünlerin çevresel etkileri konusunda, atık yönetimi ve geri dönüşüm standartlarına uygun olması gerekmektedir. Ambalaj malzemeleri, geri dönüşüm ve atık yönetimi konularında uygun olmalıdır; ayrıca, ürün kullanım ömrü boyunca çevresel etkilerinin minimize edilmesi gereklidir.

d. İthalat Süreci ve İlgili Kurumlar

Prefabrik yapıların Mozambik'e ithal edilmesi süreci aşağıdaki adımları içermektedir:

- **İthalat izni başvurusu:** İthalatçı, Mozambik Ticaret Bakanlığı veya ilgili kuruma ithalat izni başvurusu yapmalıdır. Bu süreçte ürünün teknik özellikleri, kullanım amacı ve gerekli belgeler sunulur.
- **Gümrük beyannamesi:** İthalatçı, gümrük beyannamesini doldurur ve gerekli belgeleri

ekler. Gümrük beyannamesi, ürünün değerini, taşıma bilgilerini ve teknik özelliklerini içermelidir.

- **Gümrük denetimi:** Ürünler, Mozambik Gümrük Dairesi tarafından denetlenir. Denetim sırasında, ürünün teknik özellikleri, belgeler ve ambalaj kontrol edilir.
- **Test ve denetim:** Ürünlerin teknik standartlara uygunluğunu gösteren test raporları ve denetim raporları, yetkili laboratuvarlardan ve diğer kurumlardan alınmalıdır.
- **Uygunluk beyanı:** Ürünün teknik standartlara uygun olduğunu gösteren uygunluk beyanı, üretici tarafından hazırlanmalıdır.
- **İthalat onayı:** Ürünlerin teknik standartlara uygunluğu ve gerekli belgelerin tamamlanması durumunda, ithalat onayı verilir.

İthalat sürecinde yer alan resmi kurumlar şunlardır:

- **Mozambik Gümrük Dairesi:** İthalat sürecinin yönetimi ve denetimi bu kurum tarafından yapılmaktadır.
- **Mozambik Ticaret Bakanlığı:** İthalat izni ve özel izinler bu kurumdan alınmaktadır.
- **Yetkili laboratuvarlar:** Ürünlerin teknik standartlara uygunluğunu gösteren test raporları, yetkili laboratuvarlardan alınmaktadır.
- **Yetkili kurumlar:** Ürünlerin teknik standartlara uygunluğunu gösteren denetim raporları, yine ilgili kurumlardan alınmaktadır.

İthalat süreci, gerekli belgelerin tam olması ve teknik standartlara uygunluğun sağlanması durumunda genellikle 2-4 hafta sürmektedir. Ancak belgelerin eksik olması ya da teknik standartlara uygunluğun sağlanamaması durumunda süreç uzayabilmektedir. İthalatçılar, süreç hakkında güncel bilgi almak için Mozambik Gümrük Dairesi ve Ticaret Bakanlığı'na başvurmalıdır.

8. Fuarlar ve Tanıtım Faaliyetleri

a. Öne Çıkan Uluslararası Fuarlar

Mozambik'te 9406 sektöründe ve açıkça uluslararası nitelikte olan, 2025 yılında düzenlenen başlıca fuarlar ve tanıtım etkinlikleri aşağıdaki gibidir:

1. FINDUCO - The Mozambique International Trade and Industry Fair 2025

- Düzenlendiği Şehir: Maputo

- Tarih: 7-9 Ağustos 2025

Ticaret ve endüstri odaklı FINDUCO 2025, Maputo Limanı'nda gerçekleştirilen ve Mozambik'in

uluslararası iş yapma ortamını teşvik eden prestijli bir organizasyondur. Fuar, çok uluslu katılımcılar, iş bağlantıları, seminerler ve sanayi çözümleri vitrinleri ile sektörün gelişimine önemli katkı sağlar. Hem yerel hem küresel iş dünyasını buluşturan bu etkinlik, ekonomik büyümeye doğrudan etki etmektedir ve ihracatçıların ve yatırımcıların dikkatini çekmektedir. Ayrıca, fuar boyunca düzenlenen seminerler, katılımcılara sektördeki en iyi uygulamalar ve yenilikçi çözümler hakkında önemli bilgiler sunmaktadır[1][2][12].

2. Maputo Uluslararası Fuarı (FACIM) 2025

- Düzenlendiği Şehir: Maputo

- Tarih: 25-31 Ağustos 2025

FACIM, Mozambik'in en büyük ve en kapsamlı ticari fuarı olarak öne çıkmaktadır. Tarım, makineler, otomotiv, tekstil, tüketici ürünleri gibi çok sayıda sektörün katıldığı bu fuar, bölgesel ekonomik gelişim ve uluslararası ticaretin artırılması açısından büyük öneme sahiptir. 2025 yılında da Almanya gibi güçlü uluslararası katılımcılar, fuara destek vermek amacıyla Alman pavilyonları ile yer alacaktır. FACIM, Mozambique Ekonomi Bakanlığı destekli olarak yatırım teşviklerini ve ihracatı geliştirmeyi hedeflemekte, dolayısıyla iş geliştirme fırsatları sunmaktadır[4][5][6][7][9][15][16].

3. Mozambique International Health Expo & Summit 2025

- Düzenlendiği Şehir: Maputo (Mozambique China Cultural Centre)

- Tarih: 30-31 Temmuz 2025

Bu etkinlik, sağlık sektöründe Mozambik ve bölgedeki profesyonelleri, araştırmacıları ve yenilikçileri bir araya getiren önemli bir platformdur. Uluslararası sağlık alanında faaliyet göstermek isteyen firmalar için pazar giriş fırsatları sunmaktadır. Konferans ağırlıklı bir yapı sergileyen etkinlikte, sağlık hizmetleri, teknoloji ve Ar-Ge konusunda paydaşların bir arada bulunmasını sağlamakta; bu durum, sağlık sektörü için yenilikçi çözümler geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır[3][13].

4. Mozambik Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Konferansı 2025

- Düzenlendiği Şehir: Vilanculos, Inhambane

- Tarih: 3-4 Kasım 2025

Bu konferans, turizm sektöründe sürdürülebilirlik ve yatırım fırsatlarının tartışıldığı önem taşımaktadır. Mozambique'nin turizmde uluslararası bilinirliğini artırmayı amaçlayan etkinlik, bölgede stratejik iş birlikleri ve yatırım çekmeyi hedefler. Sürdürülebilir turizm anlayışını benimseyerek, çevresel etkilerin korunmasına yönelik çalışmalar da ele alınmaktadır[8].

Bu dört ana etkinlik, Mozambik'te 2025 yılında uluslararası ölçek ve sektörel etki açısından öne çıkan organizasyonları temsil etmektedir. Maputo şehri, fuarların ve konferansların merkezi konumundadır ve sektörel dağılım ticaret, sanayi, sağlık ve sürdürülebilir turizm odaklı gerçekleşmektedir.

Genel olarak, Mozambik'te düzenlenen bu fuarlar, yalnızca yerel aktörler için değil, aynı zamanda uluslararası yatırımcılar ve iş ortakları için de kritik temas ve iş geliştirme platformları sunmaktadır. Özellikle FACIM ve FINDUCO, Mozambik'in ekonomik açılımını ve uluslararası iş bağlantılarının artırılmasını sağlamak açısından stratejik öneme sahiptir. Sağlık ve sürdürülebilir turizm alanlarındaki etkinlikler ise, bu sektörlerdeki gelişmeler ve yenilikçi çözümler için anahtar gösterge niteliğindedir.

Devlet Destekleri Özeti – Mozambik, Prefabrik, GTIP: 9406

İhracat yapan firmaların uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırmak için Ticaret Bakanlığı tarafından çeşitli devlet destekleri sağlanmaktadır. Bu destekler; pazara giriş belgelerinden marka tesciline, fuar katılımlarından tanıtım ve kira giderlerine kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Ayrıca tasarım, ürün geliştirme ve küresel tedarik zincirine entegrasyon gibi stratejik alanlarda da firmalara mali katkılar sunulmaktadır. Hedef ülke ve sektörlerde faaliyet gösteren şirketler ise belirli oranlarda ilave teşviklerden yararlanabilmektedir.

Destek Oranları

2025 yılında yurt dışı fuar katılım desteklerinde temel oran %50'dir. Eğer desteklerden yararlanmak isteyen şirket **hedef sektörlerde** faaliyet gösteriyorsa %5 ek destekten yararlanabilmektedir. Eğer katılım sağlanacak fuar **hedef ülkeler** listesinde yer alıyorsa %20 ek destek alınabilmektedir.

Hedef Sektörler

Desteklerden yararlanmak isteyen firmaların NACE kodları aşağıdaki listede yer alıyorsa **hedef sektör kapsamında ek destekten yararlanabilmektedir.**

Gıda Sektörü

- 03 - Balıkçılık ve su ürünleri yetiştiriciliği
- 10 - Gıda ürünlerinin imalatı

- 11 - İçeceklerin imalatı

Elektrik Elektronik Sektörü

- 26 - Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı (elektrik/elektronik)
- 27 - Elektrikli teçhizat imalatı (elektrik/elektronik)

Makine Sektörü

- 28 - Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makina ve Ekipman İmalatı

Otomotiv Sektörü

- 29 - Motorlu kara taşıtı, treyler ve yarı treyler imalatı
- 30 - Diğer ulaşım araçlarının imalatı

Kimya Sektörü

- 19 - Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı
- 20 - Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı
- 21 - Temel eczacılık ürünleri ve malzemeleri imalatı

Hedef Ülkeler

Bu ülkelerdeki fuarlara katılımda %20 ek destek uygulanır:

Almanya	Amerika Birleşik Devletleri	Avustralya
Azerbaycan	Bahreyn	Bangladeş
Birleşik Arap Emirlikleri	Birleşik Krallık	Bosna Hersek
Brezilya	Cezayir	Çekya
Çin Halk Cumhuriyeti	Endonezya	Etiyopya
Fas	Fildişi Sahili	Filipinler
Fransa	Gana	Güney Afrika Cumhuriyeti
Güney Kore	Hindistan	Irak
İspanya	İtalya	Japonya
Kamboçya	Kanada	Katar
Kenya	Kolombiya	Kuveyt
Libya	Malezya	Meksika
Mısır	Nijerya	Özbekistan
Pakistan	Peru	Portekiz

Romanya	Rusya Federasyonu	Senegal
Sırbistan	Suudi Arabistan	Şili
Tanzanya	Tayland	Tunus
Umman	Ürdün	Venezuela
Vietnam		

Mozambik, hedef ülkeler listesinde yer almaktadır. Bu nedenle firmalar Mozambik'teki fuarlara katılımda %20 ek destekten yararlanabilmektedir.

Desteklenen Fuarların Kontrolü

Katılması planlanan fuarların destek kapsamında olup olmadığını [Ticaret Bakanlığı Destek Kapsamında Olan Fuarlar](#) sayfasından kontrol edilmesi önerilir.

Başvuru Koşulları

Şahıs şirketleri hariç, en az 1 yıllık işletmeler başvurabilir. Başvuruda aşağıdaki belgeler talep edilir:

- İmza sirküleri
- Vergi levhası
- Ticaret sicil gazetesi
- Katılım başvuru formu
- Genelgede belirtilen diğer belgeler

Başvuru sürecinde hataların önlenmesi ve sürecin eksiksiz yürütülmesi için bir uzmandan destek alınması tavsiye edilir.

9. SWOT Analizi

a. Güçlü Yönler (Strengths)

Mozambik pazarında 9406 GTİP koduyla sınıflandırılan prefabrik ürünler, birçok yapısal ve stratejik avantaj sunmaktadır. Ülkede mevcut altyapı yatırımları, genişleyen enerji ve ulaşım projeleri ile desteklenmekte olup, prefabrik yapıların hızlı kurulum ve modüler özellikleri bu projelerin ihtiyaçlarını karşılamakta önemli rol oynamaktadır. Özellikle büyük ölçekli enerji ve altyapı projelerinde, işçi kampları, geçici ofisler ve maden saha çözümleri gibi alanlarda prefabrik ürünlere olan talep, büyüme potansiyelini ortaya koymaktadır. Ayrıca, Mozambik'in

coğrafi konumu ve bölgesel entegrasyon organizasyonlarına (SADC, AU) üyeliği, ürünlerin hem yerel hem de uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırmaktadır. Ülkenin genç nüfusu, artan kentleşme ve hızla gelişen inşaat sektörü, prefabrik ürünlerin kullanım alanlarını genişletmekte ve pazarın genişleme kapasitesini ortaya koymaktadır. Ayrıca, uluslararası ve yerli yatırımcıların desteklediği pazarda, hızlı uygulama, esneklik ve sürdürülebilirlik avantajları, ürünün tercih edilmesini güçlendirmektedir. Bu yapısal avantajlar, prefabrik sektöründeki yerli ve yabancı aktörler arasında rekabet avantajı sağlamaktadır.

b. Zayıf Yönler (Weaknesses)

Mozambik'te prefabrik sektöründe bazı yapısal zayıflıklar bulunmaktadır. İlk olarak, yerel üretim kapasitesinin sınırlı olması, sektörde tamamen ithalata dayalı bir pazar yapısı oluşturmakta ve bu durum lojistik maliyetlerin yükselmesine sebep olmaktadır. Ayrıca, yerel pazarın dijitalleşme düzeyinin düşük olması, e-ticaret ve çevrim içi satış kanallarının yeterince etkin kullanılamamasına yol açmaktadır. Ek olarak, iş gücünün büyük bölümünün tarım ve düşük vasıflı sektörlerde çalışıyor olması, prefabrik ürünlerin yerel üretimi ve kurulumu açısından nitelikli personel eksikliği ile karşılaşılmasına neden olabilmektedir. Bu durum, yatırımların verimliliği üzerinde olumsuz etki yaratmakta, maliyet kontrolünü zorlaştırmaktadır. Diğer yandan, ülkede uygulanan gümrük vergileri, KDV gibi ek mali yükümlülükler, maliyet yapısını yükseltebilir. Mevcut makroekonomik göstergelerde yaşanan dönemsel büyüme daralmaları ve enflasyon oranlarındaki artış, talep üzerinde baskı oluşturarak sektörün büyüme potansiyelini kısıtlayabilir.

c. Fırsatlar (Opportunities)

Mozambik'te prefabrik sektöründe önemli fırsatlar mevcuttur. Ülkenin büyüyen inşaat ve enerji projeleri, büyük altyapı yatırımları ve yenilenebilir enerji projeleri, prefabrik ürünlere yönelik talebin artmasına olanak tanımaktadır. Özellikle kamu projeleri, afet sonrası geçici konut ve acil ihtiyaçlar için prefabrik çözümler, sektörün büyüme potansiyelini desteklemektedir. Ayrıca, uluslararası yatırımcılar ve yerli dışı oyuncular tarafından gerçekleştirilen büyük projeler, teknolojik altyapının gelişimi ve prefabrik yapıların uluslararası standartlara uygun ürünlerle desteklenmesi, pazarın genişlemesine katkı sunmaktadır. Küresel pazarlarda tanınan kalite belgeleri (CE, ISO gibi) ve uluslararası uyum süreçleri, ihracatçıların Mozambik pazarında rekabet gücünü artırabilmesine olanak tanımaktadır. Ticaret Bakanlığı tarafından sağlanan destekler, fuar katılımında ve ürün tanıtımında verilen ek teşvikler, ihracatçıların uluslararası pazara açılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu kapsamda, özelleştirilmiş ürün geliştirme, dijital

pazarlama ve inovasyon süreçlerine yapılan yatırımlar, pazarın yeni talepleri ile uyumlu hale getirilerek büyüme fırsatını artırmaktadır.

d. Tehditler (Threats)

Mozambik pazarında prefabrik sektörünü etkileyebilecek tehdit unsurları arasında bazı makroekonomik, politik ve teknik riskler bulunmaktadır. Ülkede yaşanan ekonomik dalgalanmalar, enflasyon artışları ve dönemsel büyüme daralmaları, pazarın genel talebini olumsuz yönde etkileyebilir. Ayrıca, siyasi istikrarsızlık, toplumsal huzursuzluk ve yolsuzluk algısı, yatırım ortamında belirsizlik yaratmaktadır. Bu durum, hem yerli hem de yabancı yatırımcıların risk algısını artırarak, sektör içindeki büyük projelerin ertelenmesine veya iptaline neden olabilir.

İthalat sürecinde uygulanan gümrük vergileri, KDV ve diğer ek vergiler, ürün maliyetlerini yükselterek rekabet gücünü olumsuz etkileyebilir. Teknik mevzuata uyum süreçlerindeki belirsizlik, özellikle test, denetim ve uygunluk beyanı gibi süreçlerin zamanlamasında gecikmelere yol açarak, tedarik zincirinde aksamalara neden olabilir. Ayrıca, yerel üretim kapasitesinin düşük olması, ürünlerin yerel pazarda yeterince yaygınlaşamamasına, dolayısıyla dışa bağımlılığın artmasına yol açmaktadır.

Diğer bir tehdit unsuru ise, dijital satış ve e-ticaret altyapısının henüz tam olarak gelişmemiş olmasının yarattığı rekabet baskısıdır. Uluslararası pazarda düşük maliyetli alternatif ürünlerin sunulması, özellikle Çin menşeli ürünlerin fiyat rekabetinde öne çıkması, ihracatçıların rekabet gücünü zorlayabilir. Bu durum, pazarda marka imajının ve müşteri güveninin oluşturulmasında da zorluklar meydana getirebilir.

10. Pazara Giriş Stratejisi

a. Giriş Modelleri ve Genel Değerlendirme

Mozambik pazarına girişte kullanılabilecek başlıca modeller arasında doğrudan ihracat, distribütörlük, acentelik, ortak yatırım (joint venture) ve e-ticaret kanalları yer almaktadır. Doğrudan ihracat modelinde, Türk ihracatçıları ürünlerini doğrudan Mozambik pazarındaki alanlara göndererek ticaret yapabilir. Bu model, operasyon kontrolü ve ürün kalitesi açısından avantaj sağlarken, lojistik zorluklar, gümrük işlemleri ve yerel mevzuata uyum gereklilikleri gibi dezavantajlar içerebilir. Diğer yandan, distribütörlük modelinde yerel distribütör veya acenteler aracılığıyla pazara giriş sağlanır; bu yöntem, yerel piyasa dinamiklerinin ve lojistik altyapısının iyi

bilinmesinden kaynaklı olarak riskleri azaltmakla beraber, distribütörle yaşanabilecek iletişim kopuklukları, marka kontrolü ve temsil konularında zorluklar getirebilir.

Ortak yatırım modeli, daha büyük ölçekli firmalar için cazip bir seçenek olup, yerel ortakların desteğiyle pazarın dinamiklerine daha hızlı uyum sağlanmasını mümkün kılar. Ancak, bu modelde ortaklık sorunları, karar alma süreçlerindeki yavaşlık ve sermaye gereksinimleri gibi dezavantajlar söz konusudur. E-ticaret ve dijital satış kanalları ise, gelişmekte olan dijital altyapı ile desteklendiğinde, hızlı pazarlama ve düşük işletme maliyetleri avantajı sunmaktadır. Ancak, Mozambik pazarındaki e-ticaret platformlarının henüz gelişim aşamasında olması, dijital satışlarda karşılaşılabilecek altyapı ve ödeme sistemlerinin kısıtlaması gibi faktörler, bu modelin dikkatle değerlendirilmesini gerektirmektedir.

b. Firma Yapısına Göre Stratejik Uygunluk

Firma yapısına göre kullanılacak giriş modeli, işletmenin büyüklüğü, kaynakları ve stratejik hedefleri doğrultusunda değişiklik göstermektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) için, doğrudan ihracatın getirdiği yüksek başlangıç maliyetleri ve riskler göz önüne alındığında, yerel distribütörler veya acenteler aracılığıyla pazara giriş daha uygun bir seçenek olarak değerlendirilebilir. Bu model, ihracatçının kaynaklarını sınırlı yatırımlara yönlendirmesine olanak tanır ve yerel ortak sayesinde pazarın dinamiklerine daha hızlı adapte olunabilir. Büyük ölçekli firmalar ise, finansal kapasite, teknik bilgi ve uzun vadeli stratejik planlama açısından ortak yatırım veya doğrudan ihracat gibi modelleri tercih edebilir. Bu firmalar, ürünlerinin markalaşması ve kontrolü konusunda daha fazla esneklik ve güvence sağlama imkanına sahiptir.

Hedef Ürün Grubuna Uygun Giriş Yolu

9406 GTİP koduyla sınıflandırılan prefabrik ürünler, teknik destek gerektiren ve hızlı teslimatın kritik olduğu ürün gruplarından biridir. Ürünlerin kurulum, modüler tasarım ve hızlı montaj özellikleri, büyük altyapı veya kamu projelerinde tercih edilmesinde etkili rol oynamaktadır. Bu tür ürünlerin pazarda kabulü için, ürün kalitesinin uluslararası standartlara uygunluğu büyük önem taşımaktadır. Teknik denetimler, test raporları ve uygunluk beyanlarının sağlanması, ürünlerin Mozambik pazarında güvenilirlik kazanmasına yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda, hızlı teslimat ve teknik destek gereksinimleri göz önünde bulundurulduğunda, doğrudan ihracat modeliyle yerel distribütörlük ağlarının entegrasyonu önerilebilir. Böylece, yabancı firmalar ürünlerini hem global kontrol altında tutup hem de yerel pazarda profesyonel desteğe sahip bir

yapı kurarak müşterilerin ihtiyaçlarını daha etkin karşılayabilir.

Ayrıca, pazarın büyüklüğü ve yüksek talep potansiyeli, özellikle inşaat ve altyapı projelerinde prefabrik çözümlerin talep görmesi, ihracatçıların pazarda rekabet avantajı elde etmelerini sağlayabilecek diğer bir etmen olarak öne çıkmaktadır. Bu alanda teknolojik yenilikler, modüler sistemlerin esnekliği ve hızlı kurulum özellikleri, müşterilerin tercihini olumlu yönde etkileyen unsurlardır. Hem doğrudan ihracatın hem de yerel distribütörlük modelinin birleştirildiği hibrit strateji, ürünlerin hızlı pazara sunulması ve yerel ihtiyaçlara zamanında cevap verilmesi açısından büyük avantaj yaratabilir.

Önerilen Strateji ve Gerekçe

Tüm değerlendirmeler göz önüne alındığında, Mozambik pazarına girişte önerilen strateji; doğrudan ihracat modeliyle yerel distribütör ve acente ağı kurulumunun hibrit yapısını benimsemektir. Bu strateji, ihracatçıların ürünü doğrudan kontrol altında tutmasını sağlarken, yerel ortakların market dinamiklerini iyi bilmesi ve lojistik süreçlerde aktif rol oynaması nedeniyle rekabet avantajı sunar. Özellikle, ürünün teknik gereklilikleri ve hızlı teslimat ihtiyaçları, doğrudan ihracatın sunduğu kalite ve marka kontrolü ile yerel distribütörlerin pazara hakimiyetini birleştirerek müşteri memnuniyetini artırır.

Bu hibrit strateji, ihracatçıya şu avantajları sağlamaktadır:

- Ürünün kalitesi ve markası üzerindeki kontrolün korunması
- Pazar dinamiklerine ve yerel gereksinimlere hızlı yanıt verilebilmesi
- Lojistik süreçlerin yerel distribütörler aracılığıyla etkin şekilde yönetilebilmesi
- Yerel pazarın dijitalleşme düzeyine paralel olarak, e-ticaret ve geleneksel satış kanallarının entegrasyonu
- Yatırım risklerinin dağıtılması, yerel ortakların pazar bilgisi ve ağı sayesinde risk yönetiminin desteklenmesi

Öte yandan, pazara giriş sürecinde, Mozambik'in gümrük, mevzuat ve teknik denetim süreçlerinin titizlikle yerine getirilmesi önem arz etmektedir. Ürünlerin uluslararası standartlara uygunluk belgeleri (CE, ISO, uygunluk beyanı gibi) ve yerel mevzuata uygunluk testlerinin tamamlanması, pazarın güvenilirliğinin artırılmasında kritik rol oynamaktadır. Ticaret Bakanlığı tarafından sağlanan finansal destekler, fuar katılımı ve tanıtım çalışmalarında ek avantaj sağlamaktadır. Bu destekler, ürünün tanıtım sürecinde maliyetlerin düşürülmesine yardımcı olup, uluslararası fuarlarda marka bilinirliğinin artırılmasında etkilidir.

Firmaların giriş stratejilerini belirlerken pazarın mevcut SWOT analizinde belirtilen güçlü yönlerinin ve fırsatların değerlendirilmesi, zayıf yönlerin ve tehditlerin minimize edilecek şekilde planlanması gerekmektedir. Özellikle, yerel üretim kapasitesinin sınırlı olması, dijital kanalların henüz tam gelişmemiş olması ve ekonomik dalgalanmaların yarattığı riskler, giriş stratejisinde risk yönetimi çerçevesinde ele alınmalıdır. Bu bağlamda, uygun yerel ortaklıklar, bölgesel yatırımcı desteği ve stratejik fuar katılımları, ihracatçıların rekabet gücünü artıran temel araçlar olarak öne çıkmaktadır.

Sonuç olarak, önerilen pazara giriş stratejisi; doğrudan ihracatın sağladığı kontrol ve kalite garantisini, yerel distribütör ve acente ağının pazar erişim avantajıyla harmanlayan hibrit model üzerine kurulmalıdır. Bu yaklaşım, Mozambik pazarındaki dinamik rekabet ortamında uzun vadeli başarı sağlamak için en uygun yol olarak kabul edilmektedir. Böylece, hem ürünün teknolojik ve modüler yapısı etkin şekilde pazara sunulmuş olacak, hem de yerel pazar dinamiklerine adapte olarak müşteri memnuniyeti en üst düzeye çıkarılacaktır.

Referanslar

Bu raporda kullanılan veri görselleri aşağıda referans amaçlı sunulmuştur:

 TRADE MAP Open databases for international business development Monthly, quarterly and yearly trade data, import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc. 													
Home & Search Data Availability Reference Material Other ITC Tools More Product 3486 - Prefabricated buildings, whether or not complete World Country ALL Partner ALL Country Group None Partner Group None													
other criteria Imported Trade indicators By country List of importers for the selected product in 2024 Product: 3486 Prefabricated buildings, whether or not complete or already assembled													
Table Graph Map Companies Download Print Share Rows per page: Default (25 per page) 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000													
Rank	Importers	Value imported in 2024 (USD thousands)	Trade balance in 2024 (USD thousands)	Quantity imported in 2024 (kg)	Imports (kg)	Unit value (USD/kg)	Assess growth in value between 2022-2024 (%)	Assess growth in quantity between 2022-2024 (%)	Assess growth in value between 2022-2024 (%)	Assess growth in quantity between 2022-2024 (%)	Share in world exports (%)	Percentage of imports in the world (%)	Concentration of imports in the world (%)
1	United States of America	10,071,092	-1,461,968	0	No quantity	0	0	0	0	0	100	0.00	0.17
2	Germany	749,772	+393,271	228,752	Tons	3,281	-2	-40	-20	9.9	1,297	0.13	0.8
3	South Africa	733,724	-860,814	391,069	Tons	2,018	89	53	-5	9.5	4,218	0.17	0.8
4	Indonesia	676,728	-391,931	498,381	Tons	1,364	23	23	-11	9.2	4,407	0.79	13.2
5	United Kingdom	653,892	-307,439	131,852	Tons	4,995	14	7	11	9.0	2,726	0.27	0.8
6	Canada	401,424	-571,696	395,779	Units	1,113	11	4	-2	3.7	3,976	0.40	0.4
7	France	378,426	-118,616	133,970	Tons	2,833	3	-5	-4	3.6	2,409	0.08	0.8
8	Netherlands	374,116	333,380	124,249	Tons	3,009	1	-2	6	3.4	1,377	0.11	0.8
9	Japan	281,990	-247,191	62,249	Tons	4,546	-59	-59	-49	2.7	1,142	0.10	0
10	Switzerland	264,512	-329,919	93,889	Tons	4,440	3	3	-5	2.6	776	0.10	0
11	Italy	258,408	116,191	62,273	Tons	4,113	22	59	24	2.4	1,244	0.17	0.8
12	Spain	218,123	-143,191	0	No quantity	0	11	11	-5	2	8,888	0.3	0.8
13	Australia	182,201	-99,291	91,239	Tons	2,006	-46	-15	-34	1.8	2,094	0.04	0.8
14	Hong Kong, China	183,981	-182,141	172,940	Tons	1,067	36	80	-21	1.7	899	0.03	0
15	Belgium	174,126	-110,811	115,789	Tons	1,528	10	10	89	1.6	3,668	0.32	0
16	Austria	160,176	20,443	55,673	Tons	3,181	-1	-5	-3	1.5	801	0.14	0.8
17	Japan	153,227	-21,823	37,019	Tons	4,139	38	20	6	1.4	947	0.09	0.8
18	Sweden	149,426	-102,343	0	No quantity	0	10	10	-3	1.3	8,256	0.49	0.1
19	Poland	136,916	-110,465	86,391	Tons	1,421	6	8	-21	1.2	2,164	0.47	0.2
20	Denmark	120,846	-99,793	37,949	Tons	3,214	6	5	-21	1.1	1,661	0.13	0.8
21	Belarus	111,771	161,842	38,120	Tons	3,064	2	3	-3	1	2,605	0.10	0.8
22	Russian Federation	109,630	-109,630	0	No quantity	0	0	0	0	0	0	0	0.8
23	China	103,525	346,656	40,383	Tons	2,573	6	6	14	1	2,645	0.11	0.8
24	Malaysia	102,874	224,883	88,947	Tons	1,816	24	53	37	0.9	2,671	0.79	14.8



TRADE MAP

Trade statistics for international business development
Monthly, quarterly and yearly trade data, import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc.



Home & Search Data Availability Reference Material Other ITC Tools More

Product: 5406 - Prefabricated buildings, whether or not complete
Country: Turkey
Partner: All
other criteria: Exports Trade indicators by country Download

Country Group: None
Partner Group: None

List of importing markets for the product exported by Turkey in 2024
Product: 5406 Prefabricated buildings, whether or not complete or already assembled
Turkey's exports represent 2.3% of world exports for this product, its ranking in world exports is 16
The average distance of importing countries is 3,090 km and the export concentration is 0.65

Table Graph Map Comparatives														Prints per page (Default 25 per page)	
Product code & description	Imports	Select your indicators												Table	
		Value (USD million)	Value (USD million)	Share of Turkey's exports (%)	Quantity (thousand units)	Quantity (thousand units)	Unit value (USD)	Growth in imported value (Turkey 2024 vs. 2023 (%))	Growth in imported quantity (Turkey 2024 vs. 2023 (%))	Growth in imported value (Turkey 2024 vs. 2023 (%))	Growth in imported quantity (Turkey 2024 vs. 2023 (%))	Ranking of number of imports in 2024	Ranking of number of imports in 2023	Distance (km)	Export concentration
World	276,251	352,262	100	606,066	704	2,794	5	-1	-7	31,842	0.6	100	0	0	0.00
EU	37,282	37,282	13.5	9,019	10	4,103	-13	-29	-13	31,842	0.6	100	0	0	0.00
EU	24,540	24,540	8.8	10,426	10	2,250	6	-3	-10	31,842	0.6	100	0	0	0.00
EU	22,387	22,387	7.9	7,602	10	2,190	172	141	43	31,842	0.6	100	0	0	0.00
EU	10,397	10,397	3.8	3,276	10	1,000	18	16	-2	31,842	0.6	100	0	0	0.00
EU	10,218	10,218	3.6	3,207	10	9,106	-12	5	130	33	0.7	1	2,159	0.06	0
EU	10,404	9,705	3.7	2,794	10	2,794	8	-2	23	8	4.9	14	2,790	0.07	2
EU	10,307	6,873	2.7	2,726	10	3,778	16	11	0	8	3.4	1	1,577	0.13	3
EU	9,423	9,240	3.4	1,810	10	9,829	25	24	86	1	7.6	20	6,237	0.14	4
EU	9,103	6,089	2.3	3,527	10	2,691	6	1	20	7	3.6	3	2,413	0.08	5
EU	8,743	8,743	3.1	1,730	10	8,608	0	-29	47	0.4	0.7	48	2,122	0.08	16
EU	8,811	6,811	2.4	3,006	10	2,142	140	100	872	100	0.10	100	980	0.03	2
EU	8,308	6,872	2.3	2,171	10	2,814	-10	-24	803	11	2.4	23	1,244	0.17	6
EU	6,360	6,360	2.4	1,446	10	1,528	27	22	8	67	0.3	69	2,463	0.16	7
EU	6,492	6,492	2	2,034	10	1,624	39	29	46	30	0.7	23	6,339	0.02	20
EU	4,160	4,160	1.5	1,745	10	2,386			92,800	0.0	0.1	44	5,397	0.07	22
EU	3,872	3,872	1.4	1,406	10	2,796	-26	-34	-97	0.8	0.3	1	5,427	0.01	
EU	3,778	3,778	1.4	1,290	10	2,623	-10	0	-40	40	0.1	40	9,644	0.08	2
EU	3,827	3,827	1.3	1,081	10	2,787	153	178	1,280	78	0.2	4	1,532	0.19	8
EU	3,223	3,223	1.2	810	10	2,691	13	-10	191	43	0.6	21	800	0.01	2
EU	3,217	2,784	1.2	870	10	3,299	62	42	-33	23	1	8	2,645	0.19	9
EU	3,170	3,170	1.1	2,590	10	1,235	290	29	-45	78	0.2	27	1,130	0.25	10
EU	3,180	3,180	1.1	1,266	10	2,239	10	8	62	109	0.1	30	2,803	0.18	9
EU	3,069	3,069	1.1	1,111	10	2,786	4	-4	-44	35	0.9	3	1,822	0.08	9
EU	3,051	3,051	1.1	1,656	10	1,656	7	10	272	114	0.04	14	3,458	0.17	8

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