

BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ

AYŐE BETÜL ÖZTÜRK

Uzman Yardımcısı

İKTİSADİ ARAŐTIRMALAR BÖLÜMÜ

MART 2016

İÇİNDEKİLER

I. YÖNETİCİ ÖZETİ	3
II. DÜNYADA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ	6
III. TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ.....	13
A. ÜRETİM	15
B. HAMMADDE.....	21
C. İŞGÜCÜ MALİYETLERİ	22
D. LOJİSTİK VE AR-GE HARCAMALARI.....	23
E. İÇ TALEP.....	24
F. DIŞ TİCARET.....	28
G. FİNANSMAN YAPISI	35
H. MEVZUAT	36
IV. GENEL DEĞERLENDİRME VE BEKLENTİLER	37

I. YÖNETİCİ ÖZETİ

YÖNETİCİ ÖZETİ

- Dünya beyaz eşya pazarının büyüklüğünün 2014 yılında %2,4 artışla 185 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir. Çin, dünyanın en büyük beyaz eşya üreticisi konumundayken, dünyanın ikinci, Avrupa'nın ise en büyük beyaz eşya üreticisi olan Türkiye sektörün önemli bir oyuncusudur. Çin ve Türkiye'nin dışında ABD, İngiltere, Almanya ve İtalya gibi ülkelerin halen küresel beyaz eşya pazarında rekabet gücünü koruduğu görülmektedir.
- Son yıllarda Polonya Avrupa pazarında Türkiye'nin rakibi olarak öne çıkmaktadır. 2005'te BSH, 2007'de Electrolux ve 2009'da Indesit, Almanya ve İtalya'daki fabrikalarını Polonya'ya taşımış, Güney Kore firmaları LG ve Samsung ise Polonya'yı Avrupa'nın bölgesel üretim üssü seçmiştir.
- Dünyada beyaz eşya üretiminin bölgesel bazda yaygınlaşması ve rekabetin artması ile birlikte sektörde konsolidasyonun arttığı görülmektedir. Özellikle AR-GE'ye ağırlık vererek rekabet avantajı kazanmak isteyen üreticilerin verimliliği artırmak amacıyla organik büyüme yerine daha çok birleşme ve satın almaları tercih ettiği görülmektedir.
- İlk üretimin montaj sanayine dayalı olarak 1955 yılında gerçekleştiği Türk beyaz eşya sektörü günümüzde gelişmiş teknolojisi, inovatif yapısı, sağladığı ihracat geliri ve yarattığı istihdam ile Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörleri arasında yer almaktadır.
- Türkiye'de beyaz eşya üreticisi firmalardan 7'si İstanbul Sanayi Odası (İSO) tarafından hazırlanan ve Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşunun bulunduğu İSO-500 listesinde yer almaktadır.
- 2015 yılında Türkiye'de beyaz eşya üretimi bir önceki yıla göre %8,7 artarak 24,6 milyon adede ulaşmıştır. Sektörde üretimin %75'i yaklaşık 150 ülkeye ihraç edilmekte olup, sektörün en önemli ihraç pazarı AB ülkeleridir. Sektörün büyümesinde Türkiye'de artan şehirleşme, genç nüfus ve inşaat sektöründeki hareketliliğin yanı sıra AB ülkeleri başta olmak üzere ihraç pazarlarındaki gelişmeler etkili olmaktadır.
- Son yıllarda yurt içi talep koşulları incelendiğinde, 2014 başında bireysel kredilerdeki artış hızını yavaşlatmak amacıyla alınan makroihtiyati tedbirlerin beyaz eşya talebini sınırlandırdığı görülmektedir. 2015'te ise yurt içi satışlar ertelenen talebin devreye girmesi ve konut satışlarındaki yükseliş ile artmıştır.

YÖNETİCİ ÖZETİ

- 2015 yılında beyaz eşya ihracatı AB pazarındaki görelî toparlanma ve euro/TL kurundaki yükseliş paralelinde miktar bazında %7 büyürken, euro bazında yıllık bazda %8,1 artış göstermiştir. Euro/dolar paritesindeki %25'lik düşüş dikkate alındığında ihracatın dolar bazında gerilediği görölmektedir. Orta Doğu'da süregelen siyasi karışıklıklar da bu bölgeye yönelik ihracatı olumsuz yönde etkilemektedir.
- İhracatçı yapıdaki beyaz eşya sektörünün büyümesini istikrarlı bir şekilde sürdürebilmesi için uluslararası piyasada rekabet gücünü koruması gerekmektedir. Bu çerçevede sektörün maliyet yapısı büyük önem arz etmektedir. Sektörün temel maliyet kalemi hammadde olup, en yüksek hammadde girdilerinin plastik ve sac olduğu görölmektedir. İki girdide de ithalata bağlı olunması kur riski yaratırken, hammadde fiyatlarında gözlenen düşüş eğilimi firmaların kâr marjlarını olumlu yönde etkilemektedir. Sektörün diğer maliyet kalemleri ise işçilik, enerji giderleri ve AR-GE harcamalarıdır. Artan asgari ücretin firmalara ek yük getirmesi beklenirken, yılbaşında elektrik fiyatlarına yapılan artış ve yüksek enflasyon ile birlikte sektörde maliyetler artış göstermektedir.
- Öte yandan, sektörün lojistik avantajına sahip olması rekabet gücünü olumlu etkilemektedir. AB ölkelerine coğrafi yakınlığı sebebiyle Türkiye'nin Çin'e kıyasla ortalama lojistik maliyeti açısından %50 daha avantajlı olduğu ifade edilmektedir.
- 2016 yılında Kentsel Dönüşüm Programı çerçevesinde sürecek çalışmaların beyaz eşya sektörüne olumlu etkisinin devam etmesi beklenmektedir. Artan asgari ücret tutarının da tüketim harcamalarını bir miktar canlandıracağı tahmin edilmektedir.
- Öte yandan, Suriyeli mülteciler ile ölkemizde gayrimenkul yatırımı yapan yabancıların yarattığı ve 2015 yılı genelinde beyaz eşya satışlarına olumlu yansıyan ek talebin etkisinin 2016'da yavaşlayacağı öngörülmektedir. Kredi kartı taksit sayısının 9'dan 12'ye çıkarılmasının iç tüketime etkisinin de sınırlı olması beklenmektedir.
- Sektörün ihracatı açısından büyük önem arz eden AB ölkelerinde son dönemde büyümenin yeniden zayıfladığına işaret eden veriler bölgeye yönelik beyaz eşya ihracatındaki artışın sürdürülebilirliğine ilişkin endişeleri artırmaktadır. Öte yandan, sektörün ihracatında pazar payı %1'in altında olan İran'a yönelik ambargonun kaldırılmasının sektör için yeni bir pazar fırsatı yaratacağı düşünülmektedir.

II. DÜNYADA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ

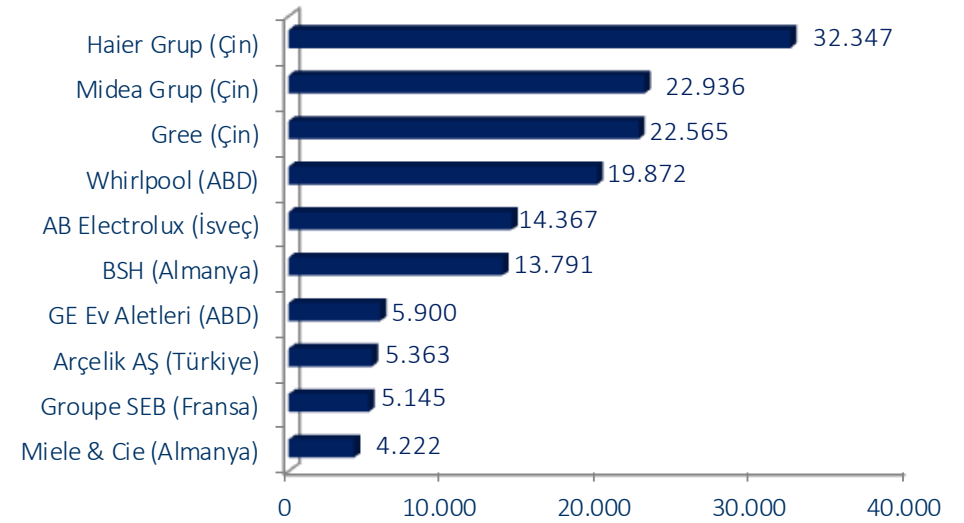
DÜNYADA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ

- Dayanıklı tüketim mallarının alt gruplarından biri olan beyaz eşya sektöründe temel ürünler buzdolabı, derin dondurucu, bulaşık makinesi, fırın, çamaşır makinesi ve kurutuculardır.
- 2015 yılında %3,4 artışla 395 milyon adet gerçekleşen küresel beyaz eşya satışının 2017 yılına kadar 430 milyon adede ulaşması beklenmektedir. Söz konusu dönemde ürün bazında en hızlı büyüyecek ürünlerin ise klima ve çamaşır makinesi olacağı öngörülmektedir.
- Dünya beyaz eşya pazarının büyüklüğü 2014 itibarıyla bir önceki yıla göre %2,4 artışla 185 milyar dolar olarak hesaplanmaktadır.
- Çin dünyanın en büyük beyaz eşya üreticisi konumundadır. Çin'den sonra dünyanın ikinci büyük, Avrupa'nın ise en büyük beyaz eşya üreticisi olan Türkiye de sektörün önemli bir oyuncusudur. Öte yandan, küresel ihracat verileri incelendiğinde, ABD, İngiltere, Almanya ve İtalya gibi ülkelerin küresel beyaz eşya pazarında rekabet gücünü koruduğu görülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, dünyada beyaz eşya üretiminin gelişmiş ülkelere doğru kayma eğiliminde olduğu görülmektedir.
- Çin ve Hindistan gibi gelişmekte olan ülkelere artan yaşam standartlarının yanı sıra ABD ve Batı Avrupa'da toparlanan konut sektörü ve son yıllarda yükselen tüketici güveni sektörün büyümesinde etkili olmuştur.
- Beyaz eşya sektörü, gelişmiş ülkelere daha çok yeniden satın alma ve sahip olunan ürünün yeni teknolojiye sahip olanla değiştirilmesi sonucunda büyümektedir. Penetrasyon oranlarının nispeten düşük olduğu ve yaşam standartlarının yükselme eğiliminde olduğu gelişmekte olan ülkelere ise sektör satışları ilk kez beyaz eşya sahibi olmaya yönelik gerçekleşmektedir.
- 2007-2012 yılları arasında ilk kez beyaz eşya satın alımını destekleyen Çin hükümeti, 2015 yıl sonundan itibaren ise eskiyen ürünlerin enerji verimliliği yüksek ürünler ile değiştirilmesi için teşvik vermeye başlamıştır. Bu kapsamda, Çin'de beyaz eşya pazarının daha çok gelişmiş ülke özelliklerine sahip olduğu görülmektedir.

DÜNYADA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ

- Üretim ve kapasite bakımından Whirlpool dünyada ilk sırada yer alırken, Avrupa pazarında sıralama BSH, Whirlpool ve Electrolux şeklindedir. 2014 yılı itibarıyla net satışlar bazında yapılan değerlendirmeye göre ise, dünya sıralamasında ilk üçteki firmaların Çin menşeli firmalar olduğu görülmektedir.
- Üretimin bölgesel bazda yaygınlaşması ve rekabetin artması ile sektörde konsolidasyon da artmaktadır. Özellikle AR-GE'ye ağırlık vererek rekabet avantajı kazanmak isteyen üreticilerin verimliliği artırmak amacıyla organik büyüme yerine daha çok birleşme ve satın almaları tercih ettiği görülmektedir.

2014 Yılı Net Satışlar (milyon dolar)



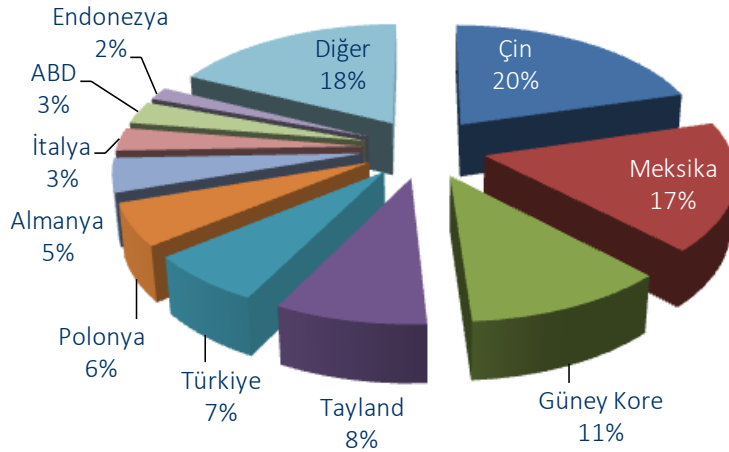
Beyaz Eşya Sektöründe Birleşme ve Satın Almalar

Yıl	Satılan Şirket	Ülkesi	Alan Şirket	Ülkesi	Oran (%)	Satış Değeri (milyon dolar)	Satış Durumu
2014	Sanyo	Çin	Whirlpool	ABD	51%	552	Tamamlandı
2015	Indesit	İtalya	Whirlpool	ABD	60%	1.000	Tamamlandı
2015	BSH Bosch ve Siemens	Almanya	Bosch	Almanya	50%	3.850	Tamamlandı
2015	GE Ev Aletleri	ABD	AB Electrolux	İsveç	-	3.300	Gerçekleşmedi
2016	GE Ev Aletleri	ABD	Haier Grup	Çin	-	5.400	Görüşme Sürecinde
2016	Toshiba Ev Aletleri	Japonya	Arçelik	Türkiye	-	-	Görüşme Sürecinde

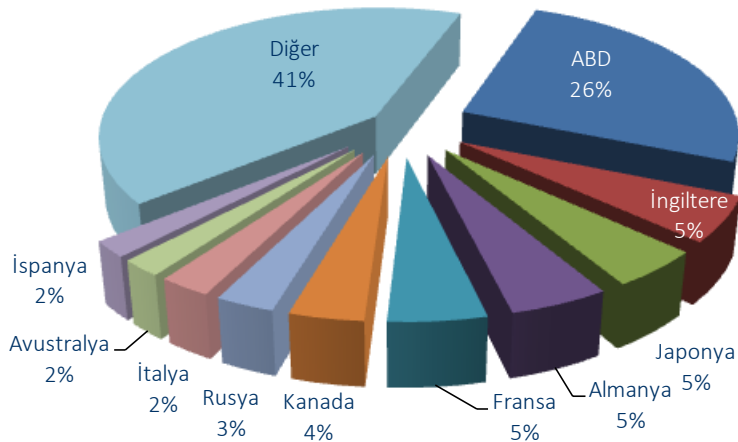
Kaynak: Information Handling Services (IHS), Şirket Faaliyet Raporları, İAB Hesaplamaları

DÜNYADA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - DIŞ TİCARET / BUZDOLABI*

Dünya Buzdolabı İhracatı - 2014



Dünya Buzdolabı İthalatı - 2014



Dünya Buzdolabı İhracatı Değişimi

Ülke	2010-2014 (%)
Polonya	20,6
Çin	8,4
Türkiye	6,0
Tayland	5,6
Endonezya	4,6
Meksika	3,8
Almanya	1,1
Güney Kore	0,6
ABD	-1,0
İtalya	-1,9
Diğer	-2,9
Toplam	3,3

Dünya Buzdolabı İthalatı Değişimi

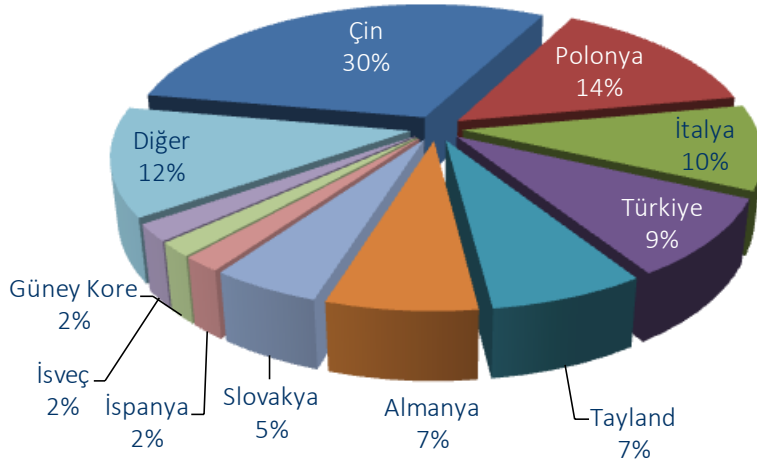
Ülke	2010-2014 (%)
İngiltere	7,7
ABD	6,7
Avustralya	6,4
Almanya	5,2
Rusya	3,0
Japonya	0,2
Fransa	0,0
Kanada	-1,7
İtalya	-1,7
İspanya	-2,2
Diğer	3,1
Toplam	3,6

- Küresel ölçekte penetrasyon oranının en yüksek olduğu ürün buzdolabıdır. 2014 yılında 18 milyar dolar olarak gerçekleşen dünya buzdolabı ihracatında Çin ve Meksika en yüksek paya sahip ülkelerdir. En fazla ihracat yapan ilk 10 ülke arasında son 5 yıllık dönemde ihracatta en yüksek büyüme oranı %20,6 ile Polonya'da görülmüştür. Polonya, Avrupa'daki diğer ülkelerle karşılaştırıldığında nakliye ve işçilik maliyetlerinde sahip olduğu avantajlar nedeniyle yatırım için cazip bir ülke olarak görülürken; 2014 yılı itibarıyla Türkiye'nin ardından Avrupa'nın en büyük beyaz eşya üreticisi konumuna yükselmiştir. Türkiye ise buzdolabı ihracatında 2014 yılında dünyada 5.sırada yer almıştır.
- Dünya buzdolabı ithalatı 2014 yılında 17,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiş, ABD %26 pay ile ilk sırada yer almıştır.

(* GTIP kodları 841821, 841829 ve 841810
Kaynak: International Trade Center (ITC)

DÜNYADA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - DIŞ TİCARET / ÇAMAŞIR MAKİNESİ*

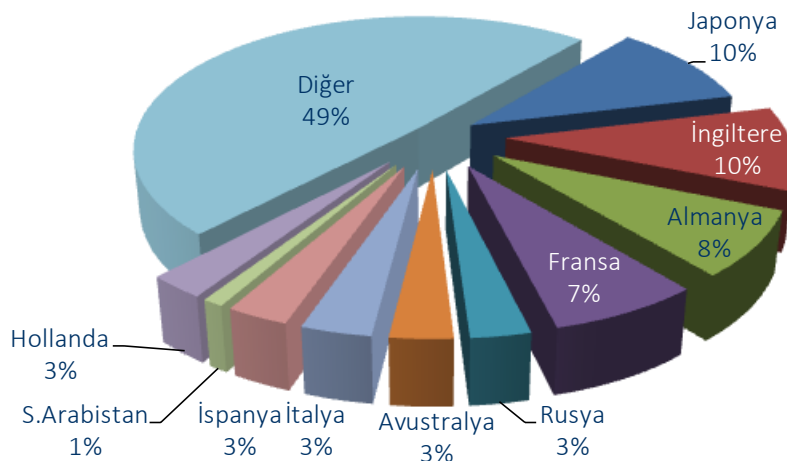
Dünya Çamaşır Makinesi İhracatı - 2014



Dünya Çam.Mak. İhracatı Değişimi

Ülke	2010-2014 (%)
Polonya	11,2
Slovakya	9,7
Türkiye	7,0
Çin	6,2
İsveç	-0,8
Tayland	-1,4
İspanya	-4,7
İtalya	-5,0
Almanya	-11,3
Güney Kore	-18,2
Diğer	-6,2
Toplam	0,5

Dünya Çamaşır Makinesi İthalatı - 2014



Dünya Çam.Mak. İthalatı Değişimi

Ülke	2010-2014 (%)
İngiltere	7,1
Japonya	5,4
Avustralya	2,5
Fransa	1,3
İtalya	-0,6
Hollanda	-1,8
İspanya	-2,0
Almanya	-2,8
Suudi Arab.	-3,8
Rusya	-15,3
Diğer	1,0
Toplam	0,6

2014 yılında 9,7 milyar dolar büyüklüğe ulaşan dünya çamaşır makinesi ihracatında Çin lider konumda iken, Türkiye dördüncü sıradadır. Almanya ve Güney Kore'nin ihracat düşüşünün Polonya'daki ihracat artışına paralel olmasının, 2005'te BSH, 2007'de Electrolux ve 2009'da Indesit'in Almanya ve İtalya'daki fabrikalarını Polonya'ya taşımaları, Güney Koreli LG ve Samsung'un ise Polonya'yı Avrupa'nın bölgesel üretim üssü seçmesi ile ilişkili olduğu düşünülmektedir.

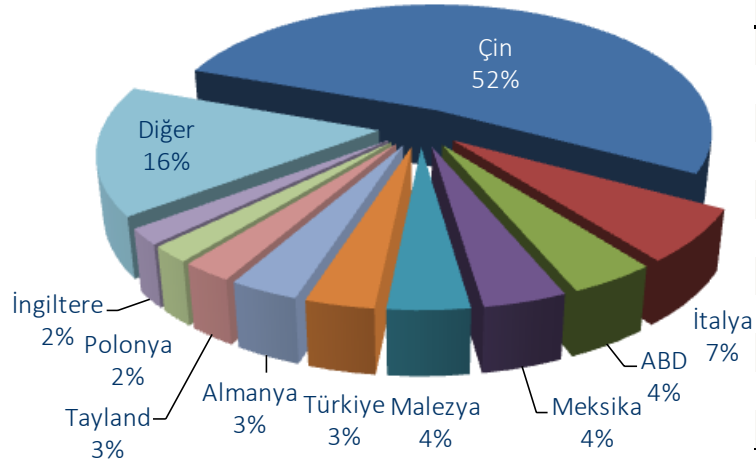
Aynı dönemde dünya çamaşır makinesi ithalatında ise Japonya ilk sırada iken, genelde ithalat yapan ülkeler arasında homojen bir dağılım görülmektedir. Rusya'nın yaptırımlar sonrasında yaşadığı ekonomik kriz ve Euro Alanı ülkelerinde son yıllarda gözlenen zayıf talep ithalat rakamlarındaki düşüşte etkili olmaktadır.

(*) GTIP kodları 845011, 845012, 845019

Kaynak: ITC

DÜNYADA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - DIŞ TİCARET / FIRIN*

Dünya Fırın İhracatı - 2014

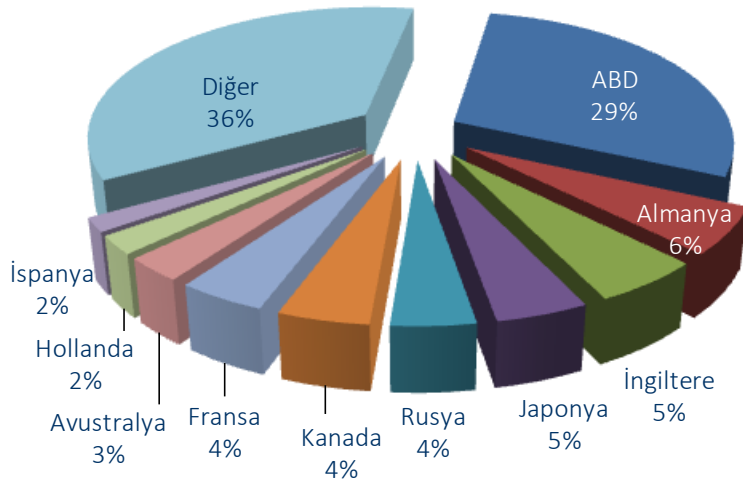


Dünya Fırın İhracatı Değişimi

Ülke	2010-2014 (%)
ABD	8,3
Türkiye	8,0
Çin	7,8
Meksika	6,0
Almanya	6,0
İngiltere	4,3
Malezya	1,9
Polonya	0,2
İtalya	0,2
Tayland	-9,6
Diğer	-0,6
Toplam	4,5

2014 yılında dünya fırın ihracatı 10,2 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. Çin, dünya fırın ihracatının yarısını karşılayan; Türkiye, fırın ihracatında dünyada altıncı sırada yer almaktadır.

Dünya Fırın İthalatı - 2014



Dünya Fırın İthalatı Değişimi

Ülke	2010-2014 (%)
Almanya	10,4
Rusya	9,3
ABD	5,5
Kanada	5,4
Avustralya	5,2
Hollanda	4,9
İngiltere	4,3
Japonya	2,9
Fransa	1,3
İspanya	0,8
Diğer	5,0
Toplam	5,2

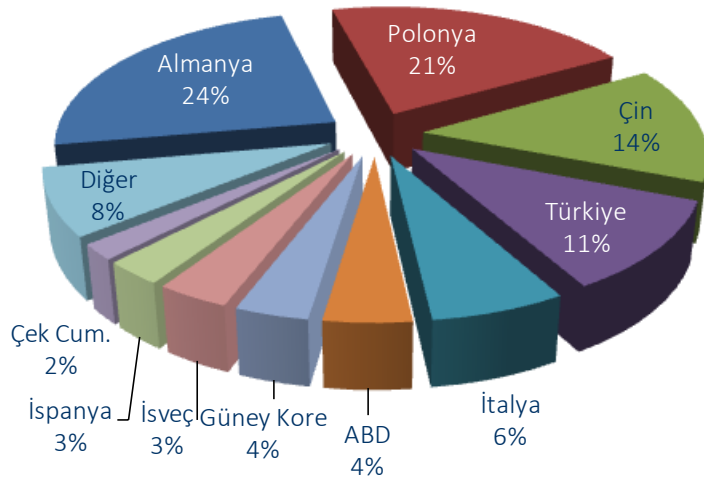
Dünya fırın ithalatında ise buzdolabında olduğu gibi ABD ilk sırada bulunmaktadır. Dünya fırın ithalatının yaklaşık yarısını oluşturan mikrodalga fırının dünya geneli satış gelirlerinin yarısı Kuzey Amerika ülkelerinden gelmektedir.

(* GTIP kodları 732111, 732112, 732119 ve 851650)

Kaynak: ITC

DÜNYADA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - DIŞ TİCARET / BULAŞIK MAKİNESİ*

Dünya Bulaşık Makinesi İhracatı - 2014

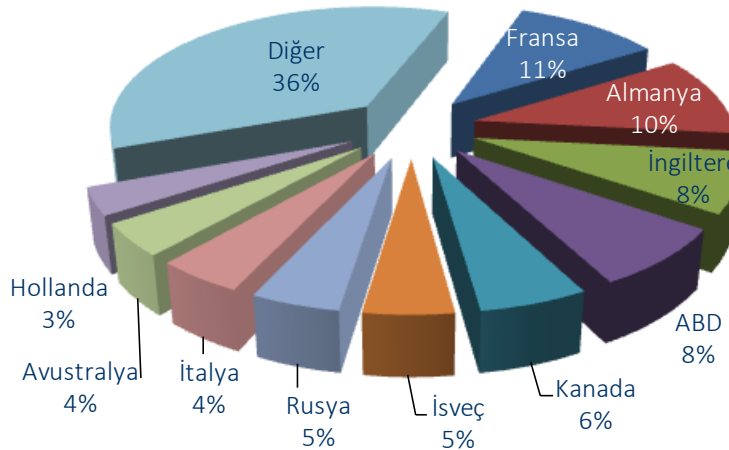


Dünya Bul.Mak. İhracatı Değişimi

Ülke	2010-2014 (%)
Çek Cum.	10,7
Türkiye	9,9
Polonya	8,4
Çin	8,1
İspanya	1,6
Almanya	0,4
Güney Kore	0,1
İsveç	-2,2
ABD	-4,2
İtalya	-8,8
Diğer	2,3
Toplam	2,9

2014 yılı dünya bulaşık makinesi ihracatının büyüklüğü 3,9 milyar dolar iken, ihracatta en yüksek payı sırasıyla Almanya ve Polonya almaktadır. Türkiye ise, bulaşık makinesi ihracatında dünyada dördüncü sıradadır. 2013 yılı itibarıyla nüfusun sadece %1'inin bulaşık makinesine sahip olması nedeniyle üretimin düşük seyrettiği Çin, diğer ürünlere kıyasla dünya bulaşık makinesi ihracatından daha düşük bir pay almaktadır.

Dünya Bulaşık Makinesi İthalatı - 2014



Dünya Bul.Mak. İthalatı Değişimi

Ülke	2010-2014 (%)
ABD	14,3
Rusya	13,0
İngiltere	8,7
Almanya	4,6
İtalya	4,3
İsveç	3,1
Avustralya	2,0
Fransa	1,7
Kanada	0,0
Hollanda	-0,8
Diğer	1,3
Toplam	3,5

Dünya bulaşık makinesi ithalatından 2014 yılında en yüksek payı AB ülkelerinin aldığı, ilk sırada Fransa'nın yer aldığı gözlenmektedir.

(* GTIP kodu 842211

Kaynak: ITC

III. TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ

1955-1965	1965-1990	1990-2000	2000+
<p>1955-İlk beyaz eşya üretimi Sütlüce'de montaj sanayine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir.</p> <p>1959-İlk yerli çamaşır makinesi üretimi</p> <p>1960-İlk yerli buzdolabı üretimi</p> <p>1963-İlk yerli fırın üretimi</p>	<p>1974-İlk yerli tam otomatik çamaşır makinesi üretimi</p> <p>1989-Beyaz eşya ürünleri ithalatından alınan gümrük vergilerinde indirim yapılması</p>	<p>1993-İlk yerli bulaşık makinesi üretimi</p> <p>1995-Sektörde kapasite arttırımı için 500 milyon dolarlık yatırım gerçekleştirilmesi</p> <p>1996-Gümrük Birliği Anlaşması</p> <p>1997-Üretim ve yurtiçi satışta rekor yıl</p>	<p>Fabrikalarda modernizasyon</p> <p>Teknolojik ve verimlilikte yükseliş</p> <p>İhracat odaklı üretim</p>

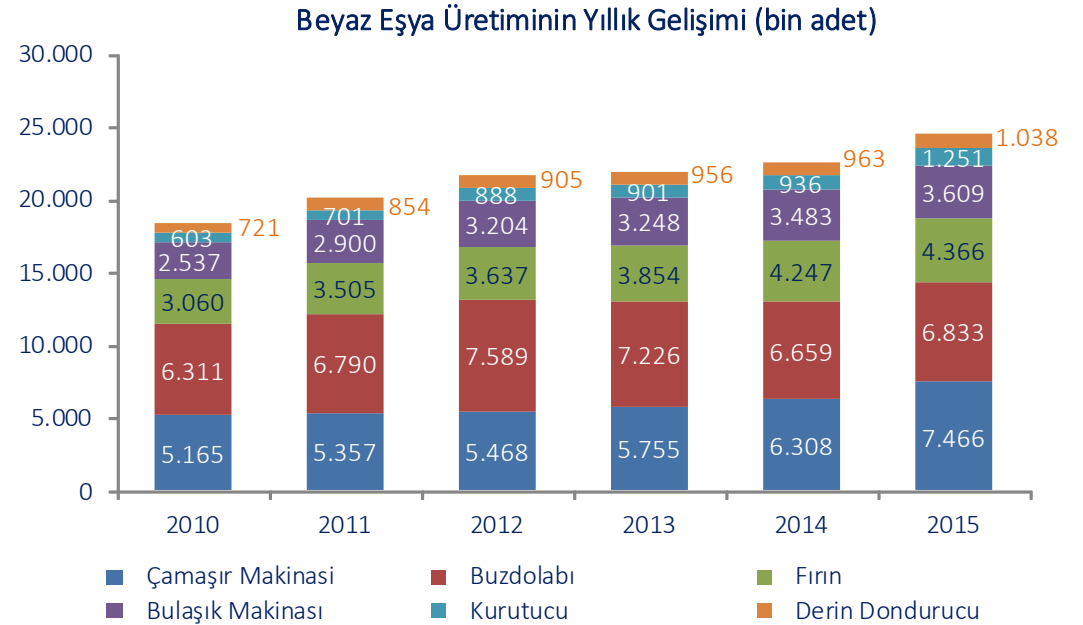
- Türk beyaz eşya sektöründe ilk üretim montaj sanayine dayalı olarak 1955 yılında gerçekleştirilmiştir.
- 1980li yıllara kadar az sayıda firmanın faaliyet gösterdiği sektörde, 1980 sonrasında piyasa ekonomisine ağırlık verilmesiyle birlikte gelişim hızlanmıştır.
- 1996'da AB ülkeleri ile Gümrük Birliği Anlaşması'nın imzalanmasına bağlı olarak sektör yurt dışı ile rekabet etmek durumunda kalmış, buna rağmen üretim teknolojisini yenilemeye devam etmiştir.
- Günümüzde Türk beyaz eşya sektörü gelişmiş teknolojisi, inovatif yapısı, sağladığı ihracat geliri ve yarattığı istihdam ile Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörleri arasında yer almaktadır.
- Türkiye'de artan şehirleşme oranı, genç nüfus ve inşaat sektöründeki hareketlilik pazarın büyümesinde etkili olmaktadır.
- Sektör 2015 yılında 6 ana ürün grubunda 3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Sektörde üretimin %75'i yaklaşık 150 ülkeye ihraç edilmekte olup, sektörün en önemli ihraç pazarı AB ülkeleridir.
- Yaklaşık 15.000 bayi ile 3.500 yetkili servisin faaliyet gösterdiği sektörde 500 adet civarı da yan sanayii/tedarikçi bulunmaktadır.

Kaynak: MÜSİAD, TÜRKBEŞD, BEYSAD, İstanbul Sanayi Odası (İSO), GFK

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - ÜRETİM

- 2015 yılında Türkiye'de beyaz eşya üretimi bir önceki yıla göre %8,7 artarak 24,6 milyon adede ulaşmıştır. Ürün bazında incelendiğinde en fazla üretim çamaşır makinesinde gerçekleşirken, üretimi en hızlı artan ürün ise kurutucu olmuştur. Kurutucu ve çamaşır makinesi hariç diğer ürün gruplarında üretimdeki büyümenin sektör ortalama büyümesinin altında olduğu görülmektedir.
- 2010-2015 döneminde beyaz eşya üretiminde yıllık ortalama büyüme oranı %6 olmuştur. Bu dönemde buzdolabı (%1,6) hariç bütün ürünlerde yıllık ortalama büyüme oranı sektör ortalamasının üzerindedir. Aynı dönemde tüm ürünlerde üretim zamanla artarken; sadece buzdolabı üretimi 2013 ve 2014 yılında gerilemiştir.

Beyaz Eşya Sektöründe Üretim (adet)		
2015	Üretim	Yıllık Değişim (%)
Çamaşır Makinesi	7.466.366	18,4
Buzdolabı	6.833.284	2,6
Fırın	4.365.929	2,8
Bulaşık Makinesi	3.608.652	3,6
Kurutucu	1.250.929	33,7
Derin Dondurucu	1.037.973	7,8
Genel Toplam	24.563.133	8,7

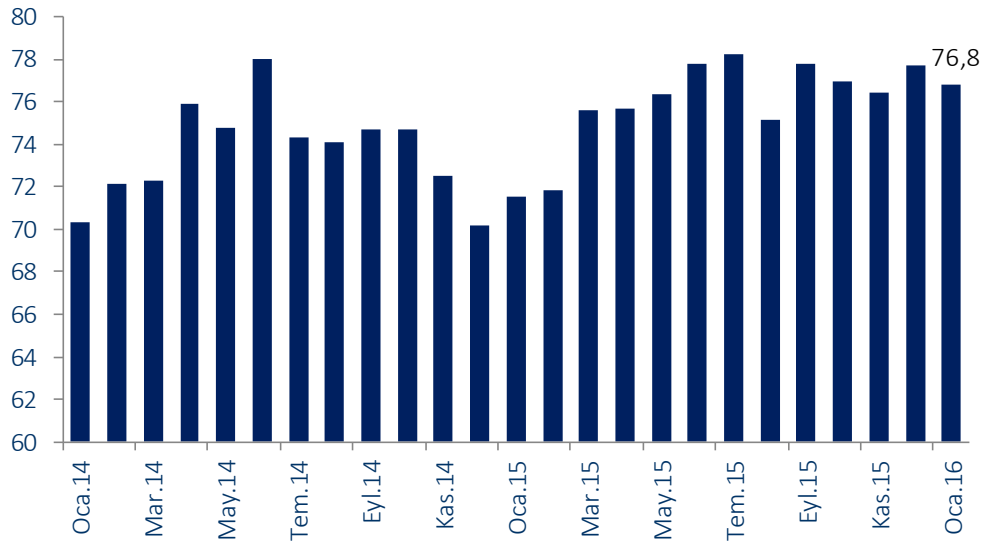


Kaynak: TÜRKBEŞD

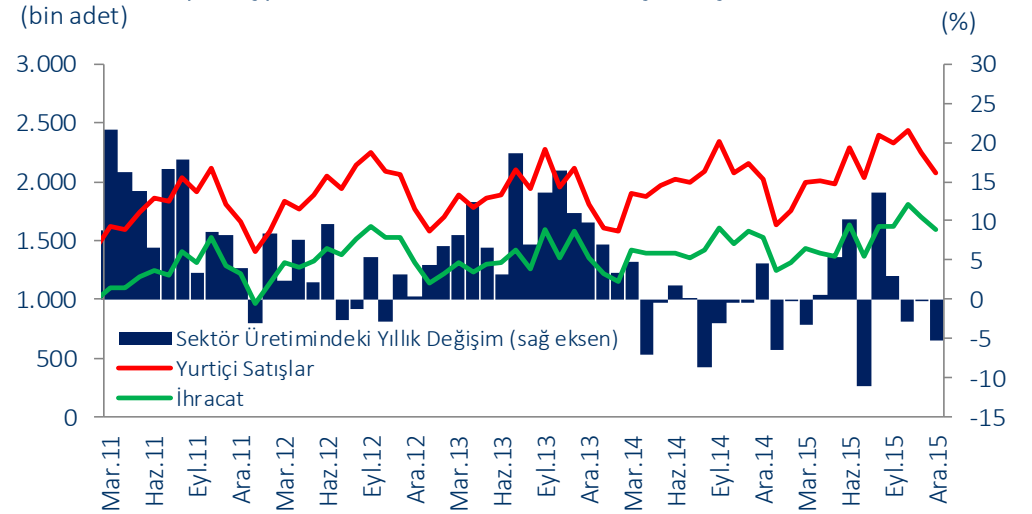
TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - ÜRETİM VE KAPASİTE KULLANIM ORANI

- Beyaz eşya sektöründe* kapasite kullanım oranı (KKO), 2015'te bir önceki yıla göre iç ve dış talepteki görece toparlanma paralelinde yükselmiştir. Ocak 2016 itibarıyla sektörde KKO %76,8 seviyesine çıkmıştır. Sektöre ait sanayi üretimi verileri ise görece dalgalı bir seyir izlemektedir. 2015 yılında takvim etkisinden arındırılmış verilere göre üretimde en hızlı artış yurt içi satışların en yüksek olduğu Ağustos ayında gerçekleşmiştir.
- 2014 başında yurt içinde bireysel kredi artış hızını sınırlandırmak amacıyla alınan önlemler beyaz eşya talebinin gerilemesine yol açmıştır. 2015'te ise üretim ve satışlar, ertelenen talebin devreye girmesi ve konut satışlarındaki yükseliş ile artmıştır.

Beyaz Eşya Sektöründe* KKO (%)



Beyaz Eşya Sektöründe* Üretim, Yurt içi Satışlar ve İhracat



Kaynak: TÜİK, TCMB

(*)KKO ve sanayi üretiminde NACE.2 27 kodlu Elektrikli Teçhizat Sektörü verileri kullanılmıştır.

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - ÜRETİM

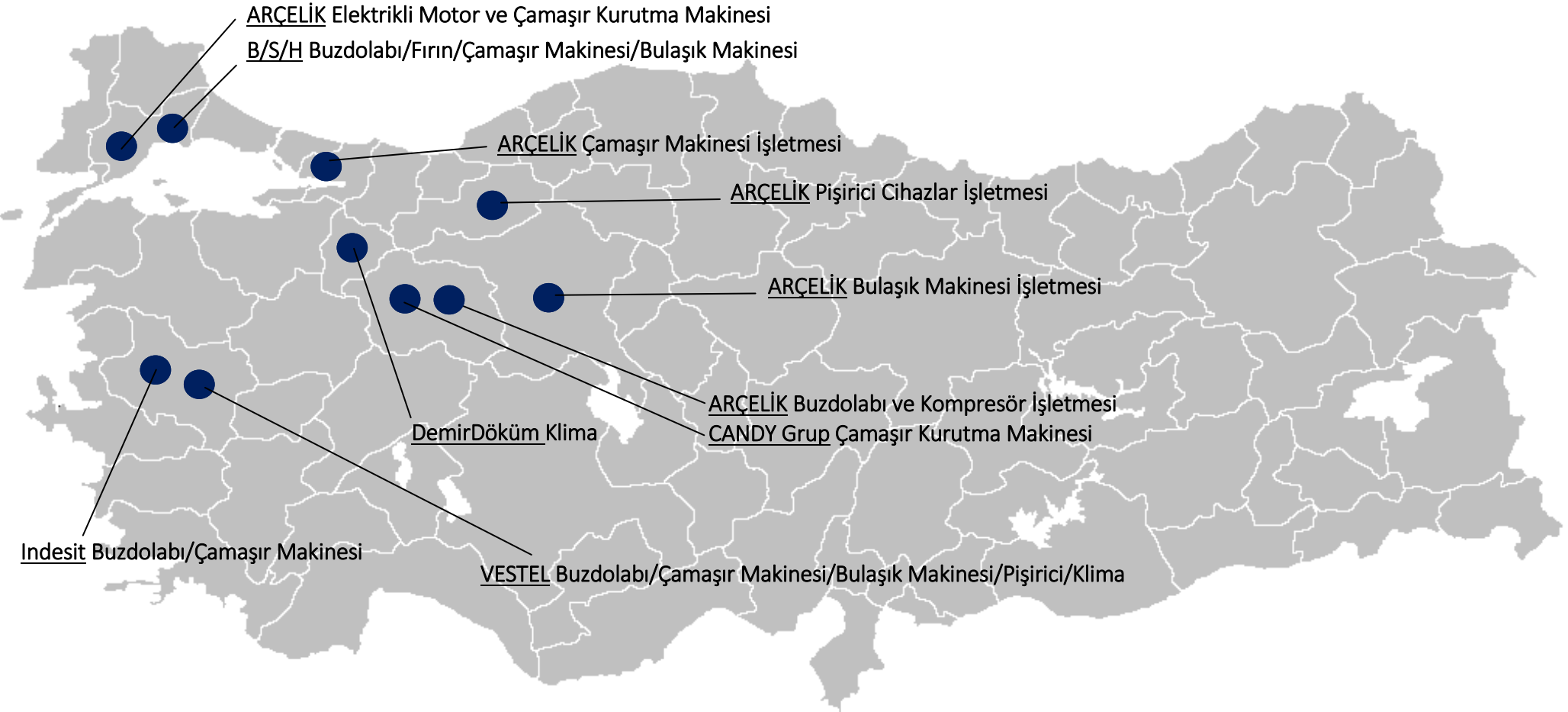
- Türkiye'de beyaz eşya sektörünü temsil eden firmalardan 3'ü, ISO 500 listesinde ilk 30'da yer almaktadır.
- Arçelik toplam beyaz eşya pazarında lider konumda bulunurken; Sersim ve Vestel firmaları en yüksek yurt dışı satış oranına sahip firmalar olarak öne çıkmaktadır.

ISO 500 Listesinde Yer Alan Beyaz Eşya Firmaları - 2014

Firma Adı	Menşei	Markalar	Yeri	Genel Sıra	Üretimden Satışlar (Milyon TL)	Satışlarda Yurt Dışı Payı (%)
Arçelik A.Ş.	Türkiye	Arçelik, Beko, Grundig, Flavel, Altus	İstanbul	4	8.521	63%
BSH Ev Aletleri San. ve Tic. A.Ş.	Almanya	Bosch, Siemens, Profilo, Gaggenau	İstanbul	18	3.273	50%
Vestel Beyaz Eşya San. ve Tic. A.Ş.	Türkiye	Vestel, Vestfrost, Regal, Finlux, Seg, Nexon, Sharp	İstanbul	30	2.281	75%
Indesit Company Beyaz Eşya San. ve Tic. A.Ş.	İtalya	Indesit, Hotpoint, Scholtes, Aristo, Stinol	İstanbul	167	569	50%
Türk Demir Döküm Fabrikaları A.Ş.	Türkiye	Demirdöküm, Vaillant	İstanbul	195	498	23%
Kumtel Dayanıklı Tüketim Malları Plastik San. Tic. A.Ş.	Türkiye	Kumtel, Luxell	Kayseri	342	301	70%
Sersim Dayanıklı Tüketim Malları San. ve Tic. Koll. Şti.	Türkiye	Simfer	Kayseri	487	219	80%

- Arçelik, B/S/H Ev Aletleri, Vestel, Indesit ve Demirdöküm'ün hakim olduğu Türk beyaz eşya sektörünün dünyadaki rekabet gücünü ve marka değerini geliştirmek amacıyla Ekonomi Bakanlığı, TİM ve ihracat birlikleri ile oluşturulan Turquality programı kapsamında Arçelik ve Vestel firmaları desteklenmektedir. Öte yandan, sektörde Arçelik ve Vestel'in elektrikli teçhizat imalatı için dahilde işleme rejiminden dönem dönem yararlandığı görülmektedir.
- Sektörde önde gelen firmaların yurt dışı yatırımları da bulunmaktadır. Arçelik'in Çin, Romanya, Rusya ve Güney Afrika'da, Kumtel'in ise Çin'de ki üretim tesisleri firmalara, hem üretim maliyetini düşürme hem de diğer ihraç pazarlarına ulaşma konusunda kolaylık sağlamaktadır.

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - ÜRETİM



- Türkiye beyaz eşya sektöründe üretimin yoğunlaştığı başlıca şehirler Kocaeli, Manisa, Tekirdağ, Ankara, İzmir, Kayseri, Bursa, Eskişehir, Konya, Yalova ve Bilecik'tir.

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - ÖNDE GELEN FİRMALARA İLİŞKİN GELİŞMELER

- **Arçelik:** 2014 yılında Güney Avrupa pazarlarına odaklanmaya devam ederken Almanya'da özellikle küçük ev aletleri satışlarında güçlü bir performans sergilemiştir. Şirket, önümüzdeki dönemde Grundig markasıyla Almanya ve Kuzey Avrupa'daki yerini sağlamlaştırmayı hedeflemektedir. Şirketin, Beko markasıyla Avrupa'nın yanı sıra ABD'de de beyaz eşya satışlarına yönelik yatırımlar üzerinde çalıştığı belirtilmektedir. ABD'de pazar payının artırılması için şirket satın alma seçeneğinin düşünüldüğü açıklanmıştır. Ayrıca 130'dan fazla ülkede satış yapan firma, Tayland'da üretim ve satış-pazarlama şirketi olarak kurduğu Beko Tahi Co. Ltd. firmasının 2015 yılı sonunda test üretimine geçtiğini ifade etmiştir.
- Şirket, 2016 yılında Romanya'da çamaşır ve bulaşık makinesi üreteceği yeni bir fabrika yatırımı için Romanya devletinden 105 milyon euroluk teşvik alacağını ilan etmiştir. Türkiye'de sahip olduğu 7 işletmenin 2020 yılına kadar modernizasyonu için ise 1,14 milyar TL'lik 2., 3. ve 5.bölge yatırım teşviklerinden yararlanacağını açıklayan şirket, 2016 yılında iç pazar satış adedinde %3-5 ve ihracatta %2 büyüme öngörmektedir.
- 2016 Şubat ayında Arçelik, Japon Toshiba grubunun ev aletleri bölümünü satın almak için görüşmede bulunduğunu açıklamıştır. Henüz satış fiyatıyla ilgili herhangi bir bilgi verilmemiştir.
- **Vestel:** Ocak 2015 tarihinden itibaren Avrupa'da üretim, ürün geliştirme, satış ve pazarlama için 5 yıl süreyle geçerli olmak üzere Japon Sharp firması ile lisans anlaşması imzalanmıştır. 2015 yılında Sharp markası satışlarının şirketin cirosuna 150 milyon euro katkı sağladığı tahmin edilmektedir.
- **B/S/H Ev Aletleri:** Tekirdağ'ın Çerkezköy ilçesinde bulunan BSH küçük ev aletleri fabrikasının kapatılacağı; bu bölgeye yapılacak yeni yatırımlar paralelinde ortaya çıkacak kapasitenin ise beyaz eşya üretimi için değerlendirileceği açıklanmıştır. Beyaz eşya üretimi kapasitesini yeni yatırımlar ile 5 milyon adetten 7 milyon adede çıkarmayı hedefleyen şirket, küçük ev aletleri üretimini ise grup bünyesinde başka bir fabrikaya aktaracağını belirtmiştir. Şirketin ayrıca yurt içinde yeni bir AR-GE merkezi kurulmasına yönelik faaliyetleri bulunmaktadır.

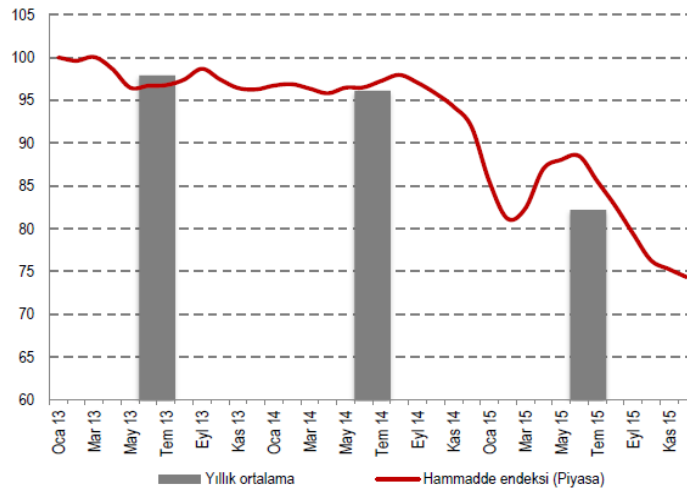
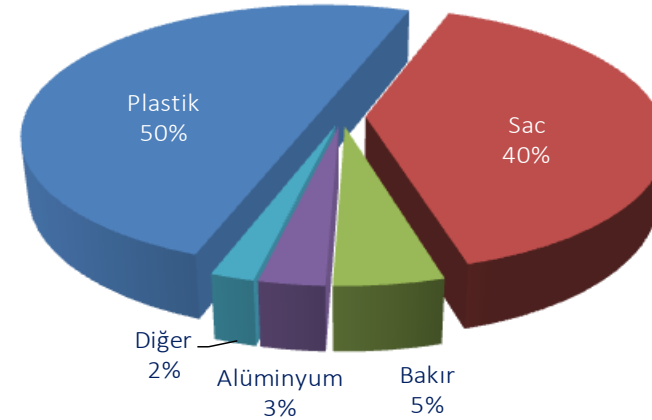
TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - ÖNDE GELEN FİRMALARA İLİŞKİN GELİŞMELER

- **Whirlpool:** ABD'li firma, Indesit'in %60 hissesini satın alarak Türkiye pazarına girmiştir. Firmanın 2014 yılında Manisa'da başladığı çamaşır kurutma makinesi üretimini İtalya'ya kaydırmayı planladığı ifade edilmektedir. Firma yakın zamanda beyaz eşyada Whirlpool ve Maytag markalarını; ankastrede ise Kitchenaid markasını Türkiye pazarında lanse edebileceklerini ve 2 yıl içinde mağaza sayısını 450'den 800'e çıkarmayı planladıklarını açıklamıştır. Türkiye'yi Orta Doğu ve Orta Asya için stratejik bir pazar olarak konumlandıran Whirlpool, sadece Türkiye'de Hotpoint ismi ile faaliyet gösteren mağazalarının yanı sıra Whirlpool markası ile de mağazacılık yatırımlarına devam edebileceklerini belirtmiştir.
- **Candy Group:** 2007 yılında Türk Doruk-Süsler firmasının %99 hissesini satın alarak Türkiye pazarına giren İtalyan firması, 2016 yılında Türkiye'ye yaptığı toplam yatırımı 25 milyon euroya çıkaracağını açıklamıştır.
- **DemirDöküm:** 2007 yılında Koç Holding'den Vaillant Gruba satılan firma Çin'de ortak bir firma ile radyatör üretimi gerçekleştirmektedir. Halen Çin pazarına şofben, halı kurutucusu, radyatör ve kombi satışı devam etmektedir.
- **Kumtel:** Kumtel ve Luxell markaları ile ısıtıcı, vantilatör ve pişirici üretimi yapan firma, üretiminin %70'ini ihraç etmektedir.
- **Sersim:** Simfer ve Oscar markaları ile Türkiye'deki 3 fabrikasında solo, ankastre, ısıtıcı ve soğutucu üretimi yapan firmanın cirosunun %80'ini yurt dışı satışlar oluşturmaktadır.

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - HAMMADDE

- Beyaz eşya üretiminde temel maliyet kalemi hammadde olup, plastik, sac, bakır ve alüminyum kullanılan başlıca hammaddelerdir. Sektörün diğer maliyet kalemleri ise işçilik, enerji ve test giderleri ve AR-GE harcamalarıdır.
- Sektördeki firmaların faaliyet raporları incelendiğinde en yüksek hammadde girdilerinin plastik ve sac olduğu görülmektedir. İki ürünün üretiminde kullanılan girdilerin çoğunlukla ithal edilmesi sektörün üretim maliyetleri üzerinde kur riski oluştururken, hammadde fiyatlarındaki düşüş eğilimi firmaların kâr marjlarını olumlu yönde etkilemektedir.
- Sektörün önemli bir diğer hammaddesi kalıptır. Beyaz eşya ve otomotiv sektörünün gelişimine paralel olarak son 10 yılda %250 büyüyen kalıp üretimi sektöründe teknoloji ve nitelikli işgücü eksikliği gibi sorunlar devam etmektedir. Türkiye halen kalıp talebini önemli ölçüde ithalatla karşılamaktadır. Sektör 2017 yılında Yalova'da faaliyete geçecek Kalıpçılar Vadisi'nde 70 kalıp fabrikası ile 2030 yılına kadar üretimini 10 milyar dolara çıkarmayı hedeflese de, orta-uzun vadede Türkiye'nin kalıp ihtiyacının ithalata bağımlı olmaya devam edeceği tahmin edilmektedir.

Hammadde piyasa endeksi *

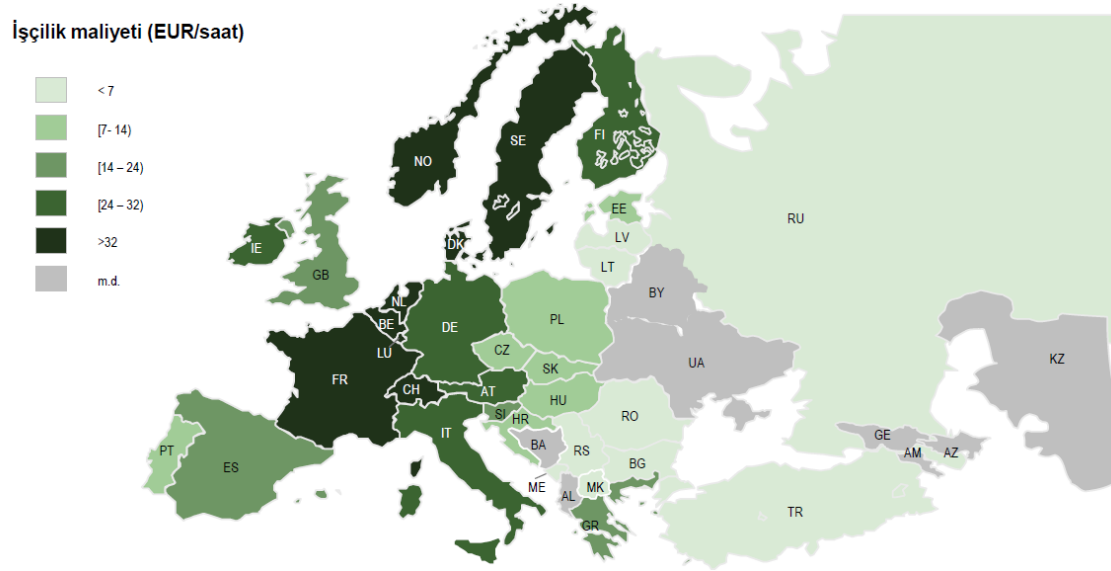
Beyaz Eşya Sektörü Hammadde Girdi Dağılımı (%)
- 2014

Kaynak: Şirket faaliyet raporları

(*) Hammadde piyasa endeksi 2012=100 kabul edilerek hesaplanmıştır.

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - İŞGÜCÜ MALİYETLERİ

- Beyaz eşya sektörü doğrudan 40.000, yan sanayi ve tedarikçileri ile birlikte dolaylı olarak toplamda 500.000 kişiye istihdam sağlamaktadır.
- Türkiye'nin bölgesinde işçilik maliyetlerinin en uygun olduğu ülkelerden biri olduğu görülmektedir. Bu durum beyaz eşya üretiminde maliyet avantajı olarak görülürken, Türk firmalarının yurt dışı fabrika yatırımlarının işgücü maliyetlerinin düşük olduğu ülkelerde konumlanması dikkat çekmektedir. Öte yandan, 2016 yıl başında asgari ücrette yapılan artışın Türkiye'nin rekabetçi gücünü bir miktar olumsuz etkileyebileceğini düşünüyoruz.



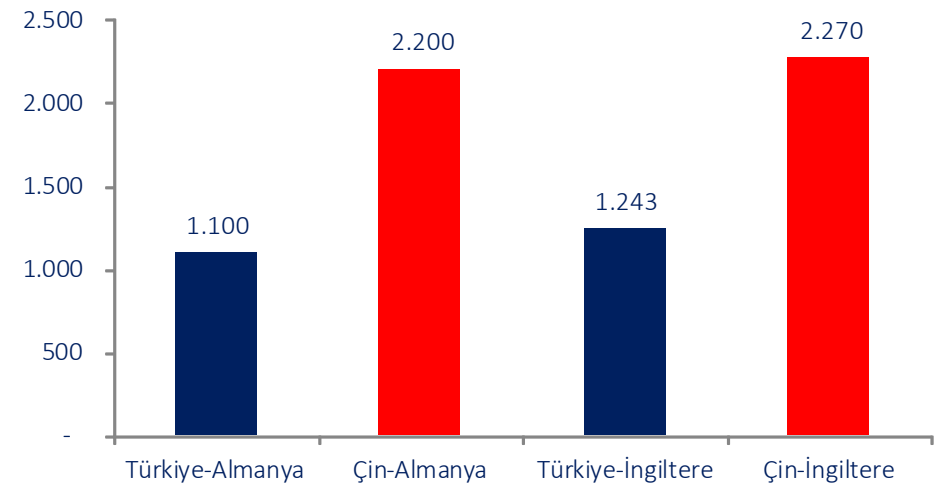
Kaynak: Eurostat

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - LOJİSTİK VE AR-GE MALİYETLERİ

- AR-GE'ye önemli bir kaynak ayıran beyaz eşya sektörü, yurt içinde 1.500 adet patent sayısı ile en fazla patent başvurusunda bulunan sektörler arasındadır. 2011 yılında tüm elektrikli teçhizat imalatı sektöründeki AR-GE çalışan sayısı 3.166 iken, 2014 yılında bu sayı 4.108'e yükselmiştir. AR-GE harcama kalemleri içinde en yüksek artış personel harcamalarında görülmüştür. Sektörde faaliyet gösteren 35 tane AR-GE merkezinin Türkiye'deki dağılımı üretim tesislerine paralellik göstermektedir.
- OECD genelinde toplam AR-GE harcamalarının GSYH'ye oranı %2 iken Türkiye'de bu oranının %1 olması AR-GE alanında yatırımlarının devam etmesi gerektiğini göstermektedir. Ocak 2016'da getirilen hibe, gelir vergisi ve stopaj muafiyeti gibi teşvikler ile sektörün AR-GE yatırımlarını arttırması beklenmektedir.
- Sektörün üretimde rekabet gücünü arttıran diğer bir etken ise lojistik avantajıdır. AB ülkelerine ihracatta coğrafi yakınlık sebebi ile Türkiye'den ithal edilebilecek ürünler Çin'le karşılaştırıldığında ortalama lojistik maliyeti açısından %50 daha uygundur. Bunun yansıması olarak Çinli firmaların yakın zamanda Türkiye'ye beyaz eşya üretimi için yatırım yapmak istedikleri ve Türk ortak arayışında oldukları belirtilmektedir.

Başlıca Firmalarda AR-GE Harcamaları (2014)			
Firma	Çalışan Sayısı	AR-GE Çalışan Sayısı	AR-GE Giderleri (Milyon TL)
Arçelik	16.718	1.000	102
B/S/H	5.769	188	41
Vestel Beyaz Eşya	5.566	358	27
Indesit	1.650	60	-
Demirdöküm	1.144	-	0.31
Candy Group	560	-	-

Ortalama Lojistik Maliyeti (EUR/40 dc konteyner)



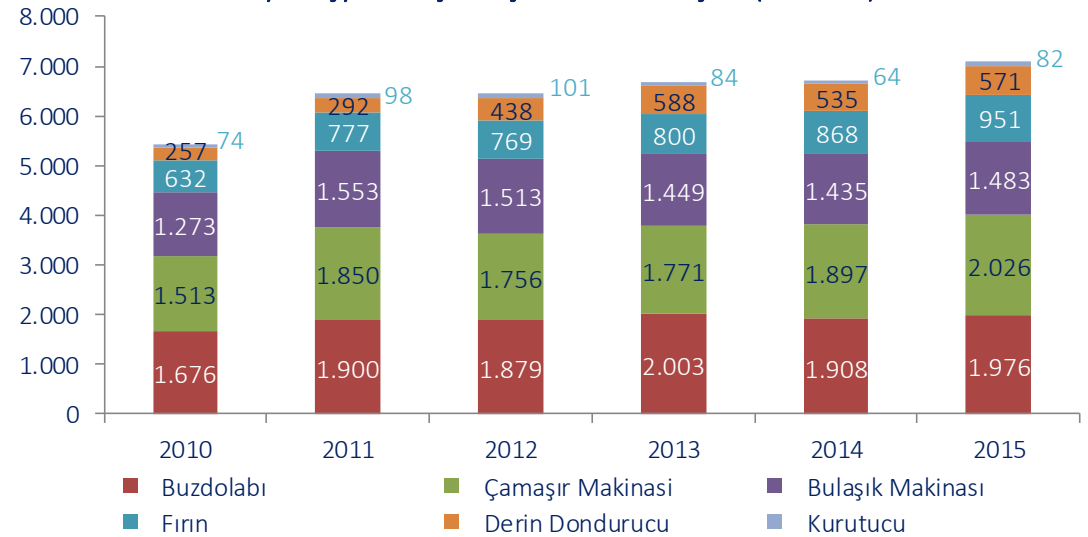
Kaynak: BEYSAD, Şirket Faaliyet Raporları

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - İÇ TALEP

- 2015 yılında yurt içi beyaz eşya satışları bir önceki yıla göre %5,7 artarak 7 milyon adede ulaşmıştır. Ürün bazında incelendiğinde en fazla satış çamaşır makinesinde gerçekleşirken, satışı en hızlı artan ürün ise kurutucular olmuştur.
- 2010-2015 döneminde yurt içi satışlarda yıllık ortalama büyüme oranı %5,5 olmuştur. Bu dönemde buzdolabı, kurutucu ve bulaşık makinelerinde yıllık ortalama büyüme oranı sektör ortalamasının altındadır. Aynı dönemde yurt içi satışlarda yıllık bazda en yüksek büyüme üretimde olduğu gibi 2011'de gerçekleşmiştir.
- 2016 yılında sektörün yurt içi satışlarının nüfus artışı ve yeni konut satışları paralelinde %5 büyümesi beklenmektedir.

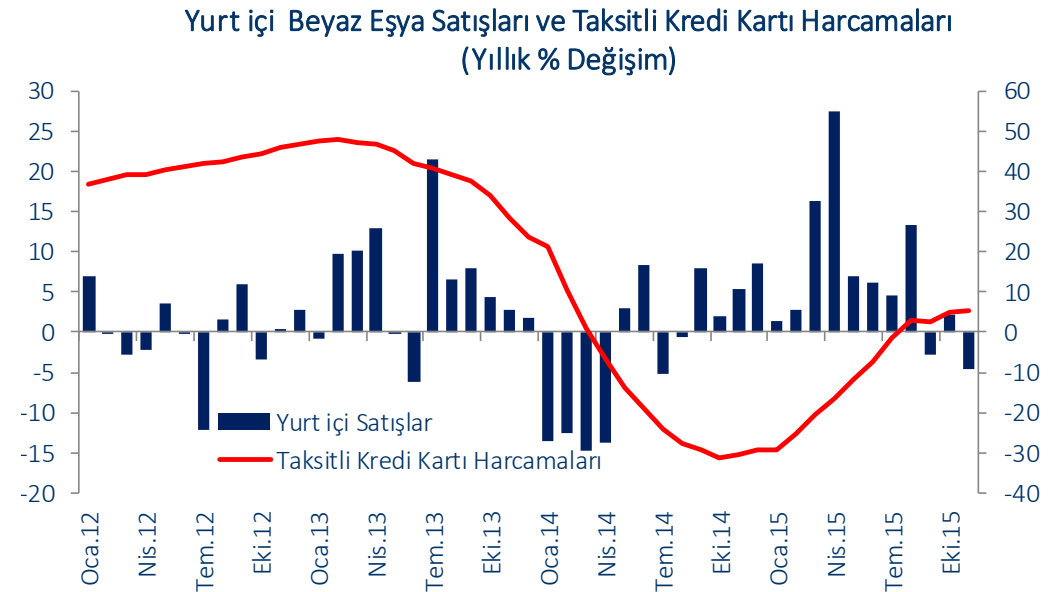
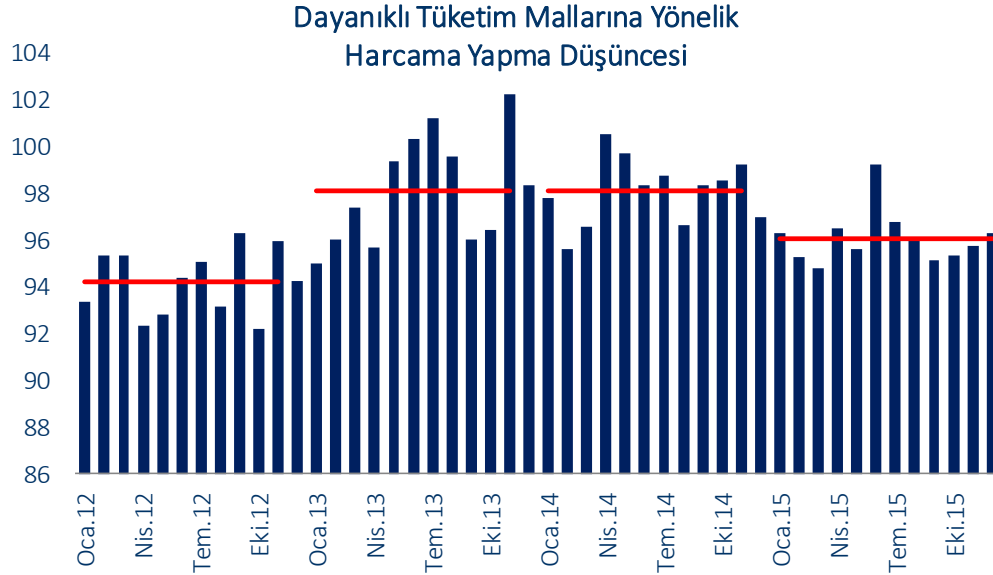
Beyaz Eşya Sektöründe Yurtiçi Satışlar (adet)		
2015	Yurtiçi Satışlar	Yıllık Değişim (%)
Çamaşır Makinesi	2.026.292	6,8
Buzdolabı	1.976.199	3,6
Bulaşık Makinesi	1.483.435	3,4
Fırın	951.231	9,6
Derin Dondurucu	571.160	6,7
Kurutucu	81.734	26,9
Genel Toplam	7.090.051	5,7

Beyaz Eşya Yurtiçi Satışların Yıllık Gelişimi (bin adet)



TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - İÇ TALEP

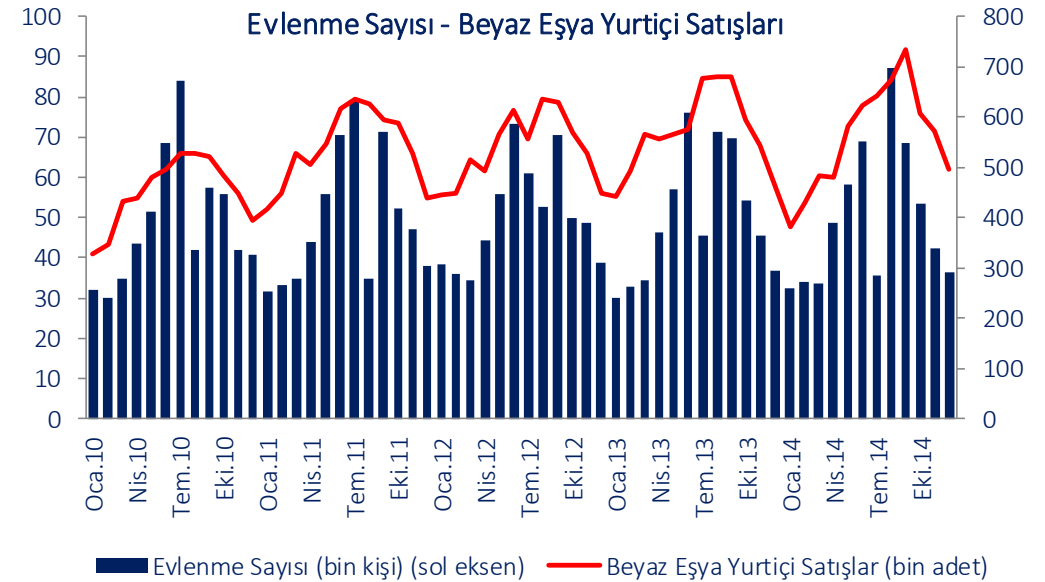
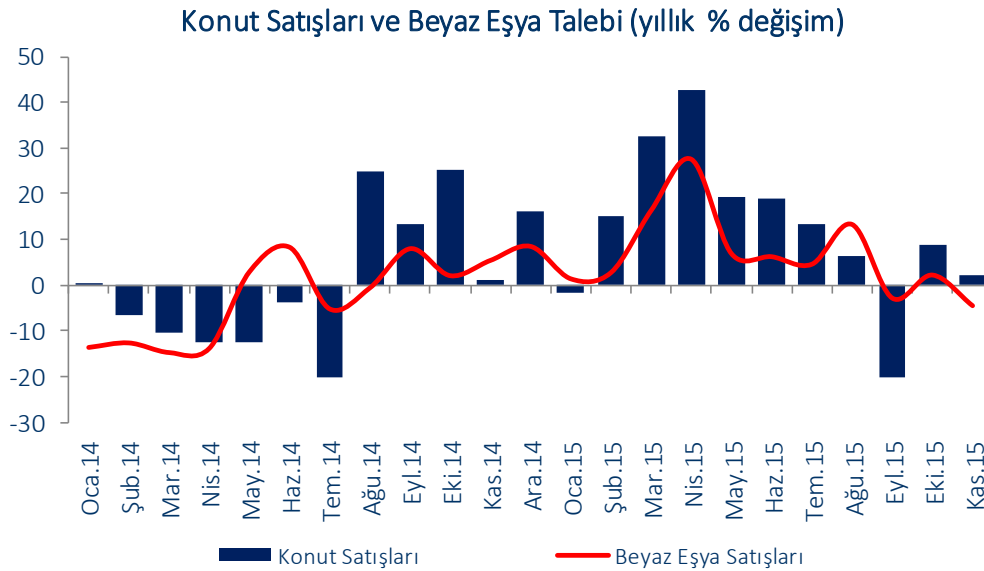
- Türkiye'de yoğun rekabetten dolayı yapılan kampanyalar sebebi ile tüketiciler beyaz eşyalarını değiştirirken farklı bir markaya ve daha inovatif bir ürüne yönelmektedir. TÜİK tarafından yapılan "Dayanıklı Tüketim Mallarına Yönelik Harcama Yapma Düşüncesi" çalışmalarında verilen bilgiye göre; tüketicilerin 2013-2014'e göre 2015'te harcama yapma eğilimleri düşmüştür.
- Beyaz eşya satışlarının %80'i kredi kartıyla yapılmaktadır. Dolayısıyla kartlı ödemelerle ilgili tedbirler sektördeki satışları önemli ölçüde etkilemektedir. 2014'te beyaz eşya satışlarına getirilen 9 taksit sınırlaması 2014'ün ilk aylarında satışlarda düşüşe sebep olmuştur. İzleyen aylarda sektör senetli satışlara yönelmiş ve taksit sınırlamasının etkileri sınırlanmıştır. 25 Kasım 2015 itibarıyla tavan taksit sayısı tekrar 12 aya çıkarılmıştır. Bu gelişmenin 2016 yılı iç satışlarında sınırlı bir etki yaratması beklenmektedir.



Kaynak: TÜİK, BKM

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - İÇ TALEP

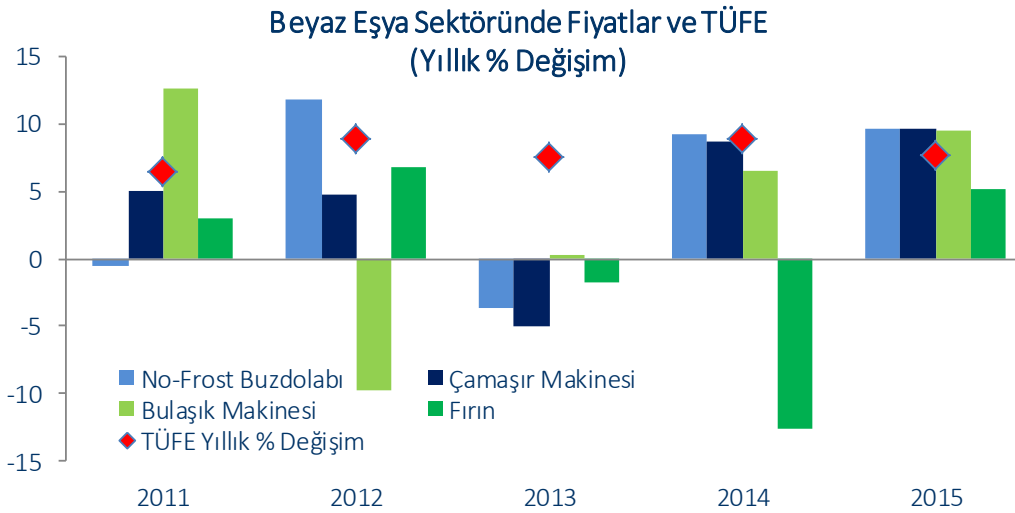
- Konut satışlarındaki artış, yurt içinde beyaz eşya talebini olumlu yönde etkilemektedir. 2012 yılında başlatılan Kentsel Dönüşüm Programı çerçevesinde 6,5 milyon konutun yenilenmesi planlanırken, 2016 yılında sürecek çalışmaların beyaz eşya sektörüne olumlu etkisi devam edecektir.
- Suriyeli mültecilerin ve ülkemizde gayrimenkul yatırımı yapan yabancıların yarattığı ek talep 2015 yılı genelinde beyaz eşya satışlarına olumlu yansımıştır. Söz konusu gelişmenin etkisinin 2016'da yavaşlayacağı tahmin edilmektedir.
- Türkiye'de beyaz eşya satışları evlilik sezonu olması nedeniyle yaz aylarında artmaktadır. Evlenen çiftlerin yanı sıra, boşanmaların artması da beyaz eşya satışlarına olumlu etki etmektedir.



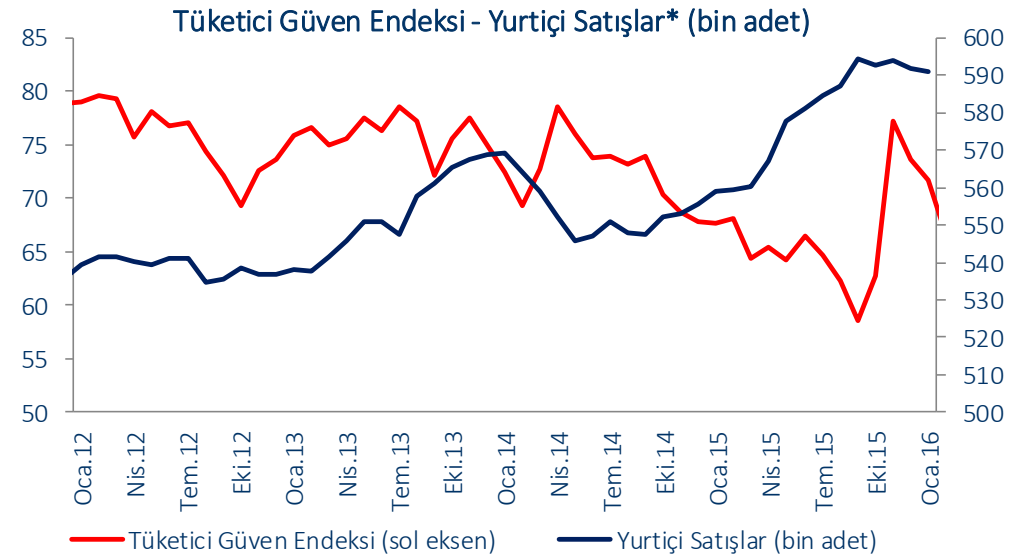
Kaynak: TÜİK

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - İÇ TALEP

- Türkiye'de beyaz eşya sektöründe artan rekabet paralelinde firmalar promosyonlara yönelmektedir. Garanti sürelerinin artması da tüketici lehine bir durum oluştururken, gelişen teknoloji ile beraber tüm ürün kategorilerindeki ortalama fiyatların 2015 yılında artış gösterdiği gözlenmektedir.
- Fiyat artışlarına paralel olarak sektörün kârlılığı da yükselmektedir. Yıllar itibarıyla fiyat değişimleri incelendiğinde, sektördeki fiyatların TÜFE artışından daha dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir.
- Kasım ayına kadar 2015 yılı boyunca düşüş eğilimi sergileyen tüketici güven endeksi Kasım seçimleri sonrasında toparlanmış; Aralık ayında ise jeopolitik krizler sebebi ile yeniden gerilemiştir. Yurt içi satışların geçtiğimiz iki yıl boyunca tüketici güven endeksiyle ilişkisinin zayıfladığı görülürken; endeksteki seyrin beyaz eşya satışları üzerindeki etkisinin önümüzdeki dönemde de sınırlı olacağı tahmin edilmektedir.



Kaynak: TÜİK



(*) 12 aylık hareketli ortalama

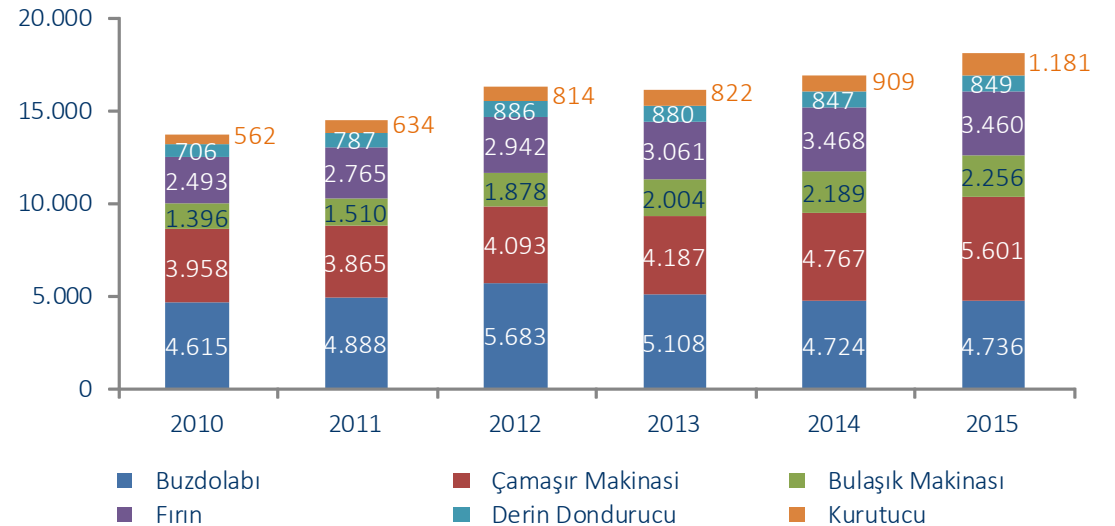
TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - DIŞ TİCARET

- 2015 yılında beyaz eşya ihracatı bir önceki yıla göre %7 artarak 18 milyon adet, ithalat da %14,8 artarak 942 bin adede ulaşmıştır. Bu dönemde en fazla ihraç edilen ürün çamaşır makinesi olurken, en yüksek ithalat ise derin dondurucularda gerçekleşmiştir.
- 2010 - 2015 döneminde ihracatta yıllık ortalama büyüme hızı %5,7 olmuştur. Bu dönemde kurutucu, bulaşık ve çamaşır makinesi ihracatı ortalamanın üzerinde artarken, buzdolabı ihracatının ortalama sadece %0,5 büyüdüğü gözlenmiştir. Ülkemizde kurutucu kullanma bilinci artarken, Kuzey Avrupa ülkelerine ihracat yükselmektedir. Buzdolabı ihracat artışındaki gerileme, buzdolabının en büyük ihraç pazarı İngiltere'de son yıllarda konut fiyatlarının yükselmesi ve beyaz eşya talebinin düşmesi ile açıklanabilmektedir.
- İller bazında ihracat, üretimin yoğun olduğu bölgelerden gerçekleştirilmektedir. Yüksek ihracat yapan illerin limanlara (İstanbul, Kocaeli, Yalova ve İzmir) ve demir-çelik sanayi gibi metal-makine sanayi işletmelerine yakın olduğu görülmektedir. Türkiye genelinde ihracatın büyük kısmı İstanbul'dan yapılmaktadır.
- 2016 yılında beyaz eşya sektörü ihracat büyümesinin Ortadoğu'da devam eden sorunlar ve Rusya ile yaşanan gerilim sebebi ile %5 olacağı tahmin edilmektedir.

Beyaz Eşya Sektöründe İhracat ve İthalat (adet)				
2015	İhracat	Yıllık Değişim (%)	İthalat	Yıllık Değişim (%)
Çamaşır Makinesi	5.600.506	17,5	291.861	7,7
Buzdolabı	4.736.172	0,3	98.323	18,1
Fırın	3.459.846	-0,2	61.787	-11,8
Bulaşık Makinesi	2.255.847	3,1	145.679	-1,7
Kurutucu	1.180.833	29,9	29.465	49,5
Derin Dondurucu	849.286	0,3	314.574	37,8
Genel Toplam	18.082.490	7,0	941.689	14,8

Kaynak: TÜRKBEŞD

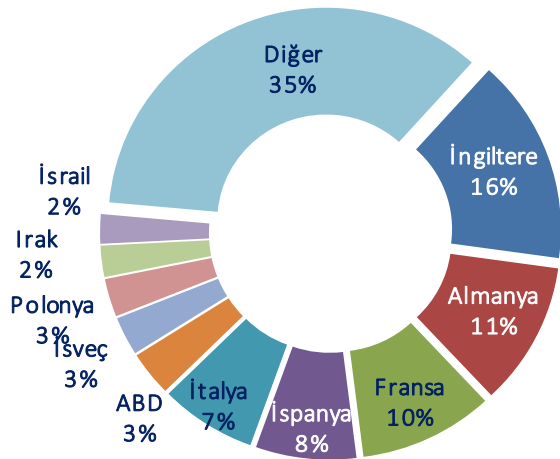
Beyaz Eşya İhracat Yıllık Gelişimi (bin adet)



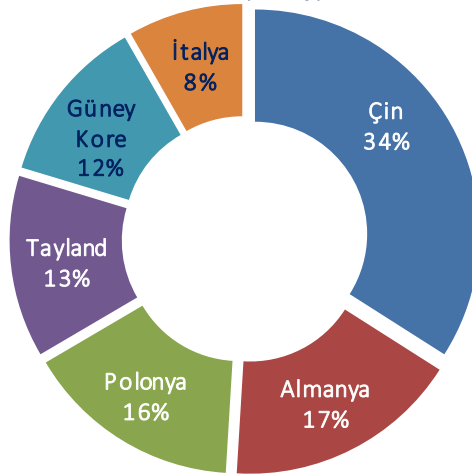
TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - DIŞ TİCARET

- Sektörün en önemli ihraç pazarı olan AB ülkelerindeki ekonomik gelişmeler sektörün ihracat performansını önemli ölçüde etkilemektedir. 2015 yılı genelinde AB pazarındaki görece toparlanma ve euro/TL paralelinde sektörün ihracatı bir önceki yıla göre artış kaydetmiştir. Öte yandan, son dönemde Euro Alanı ekonomilerinde büyümenin yeniden zayıfladığına işaret eden veriler bölgeye yönelik beyaz eşya ihracatına ilişkin kısa vadeli endişeleri artırırken, AB ülkeleri 2016 ve 2017 IMF büyüme tahminlerinin ılımlı seyri ihracat artışının sürdürülebilirliğine yönelik pozitif bir sinyal vermektedir.
- Orta Doğu'da süregelen siyasi karışıklıklar bu bölgeye yönelik ihracatı olumsuz yönde etkilemektedir. Buna karşılık, sektör ihracatında payı %1'in altında olan İran'a yönelik ambargonun kaldırılmasının, sektör için yeni bir pazar fırsatı yaratacağı düşünülmektedir. Halihazırda İran'da hakimiyeti bulunan Güney Koreli üreticilerle rekabette başarılı olunması durumunda, ilerleyen dönemlerde üretici firmaların bölgedeki yatırımlarını hızlandırması da söz konusu olabilecektir. Beyaz eşya ithalatına bakıldığında ise, pazardan en büyük payı %40 ile Çin'in aldığı, onu Almanya ve İtalya'nın izlediği görülmektedir.

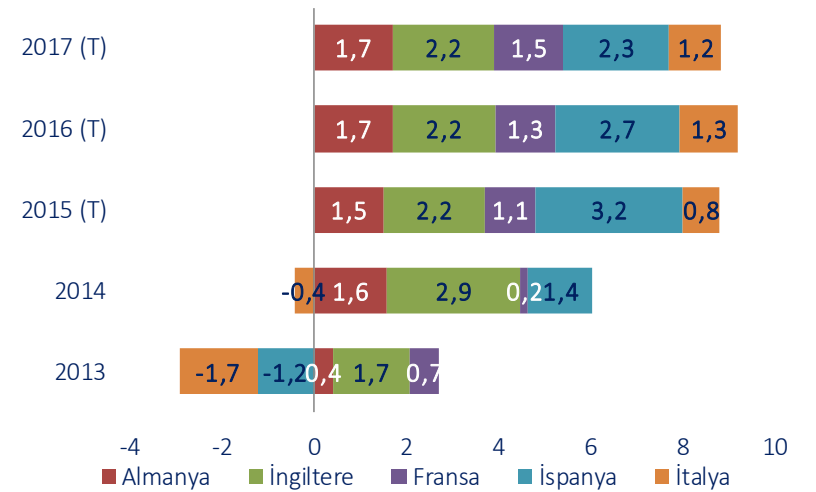
Ülkelere Göre Beyaz Eşya İhracatı - 2015



Ülkelere Göre Beyaz Eşya İthalatı - 2015



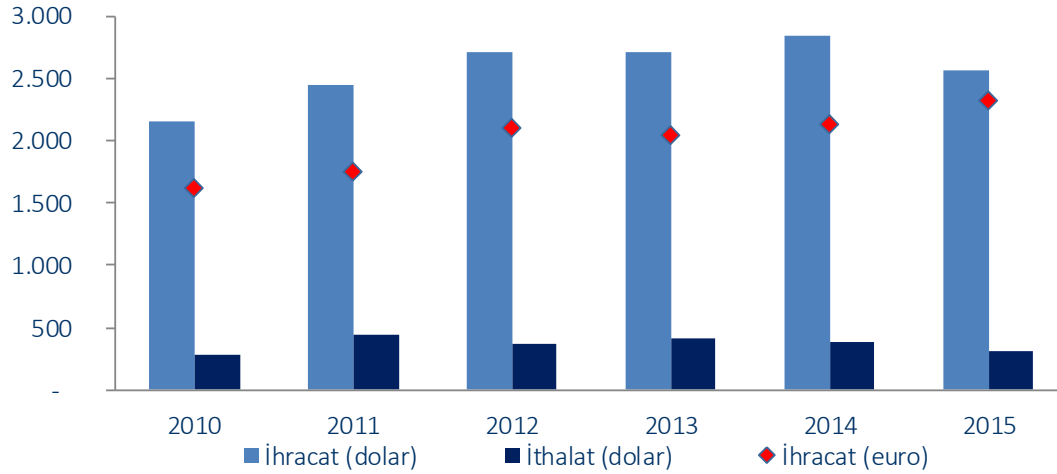
Türkiye'nin En Büyük İhracat Pazarlarında GSYH Büyümesi (%)



Kaynak: TÜİK, IMF

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - İHRACAT

Beyaz Eşya Sektörü Dış Ticaret Verileri (milyon dolar/euro)

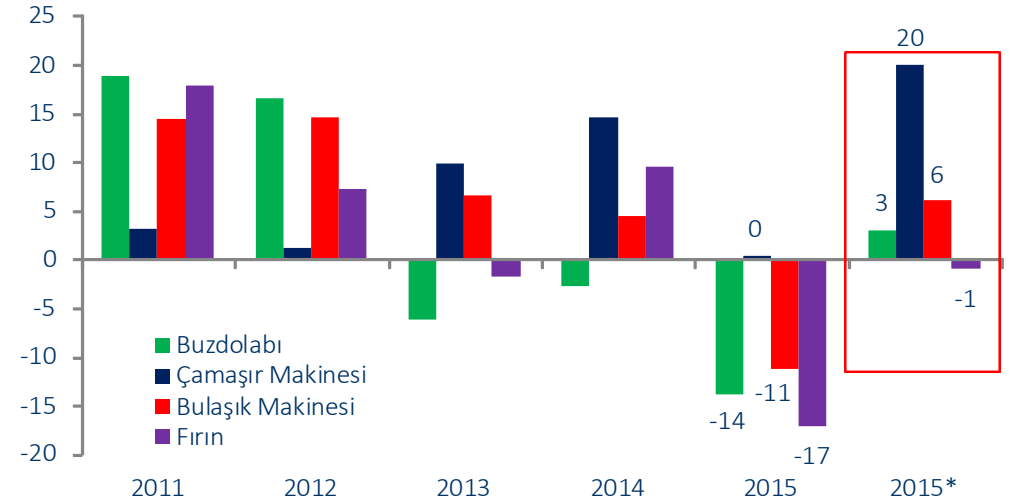


Avrupa Tüketici Güven Endeksi



- 2013 yılından bu yana Avrupa'da tüketici güveninde görülen artış eğilimi sektörün ihracatını olumlu yönde etkilemektedir. 2015 yılında beyaz eşya ihracatı euro bazında yıllık bazda %8,1 artış göstermiştir. Bu yükselişe rağmen euro/dolar paritesindeki %25'lik düşüş sebebi ile ihracat dolar bazında gerilemiştir.
- Ürün bazında ihracat incelendiğinde, fırın dışında tüm alt kalemlerde euro cinsinden ihracatta artış gözlenmiştir.

Beyaz Eşya Sektörü Ürün Bazında İhracatın Yıllık Değişimi (%)

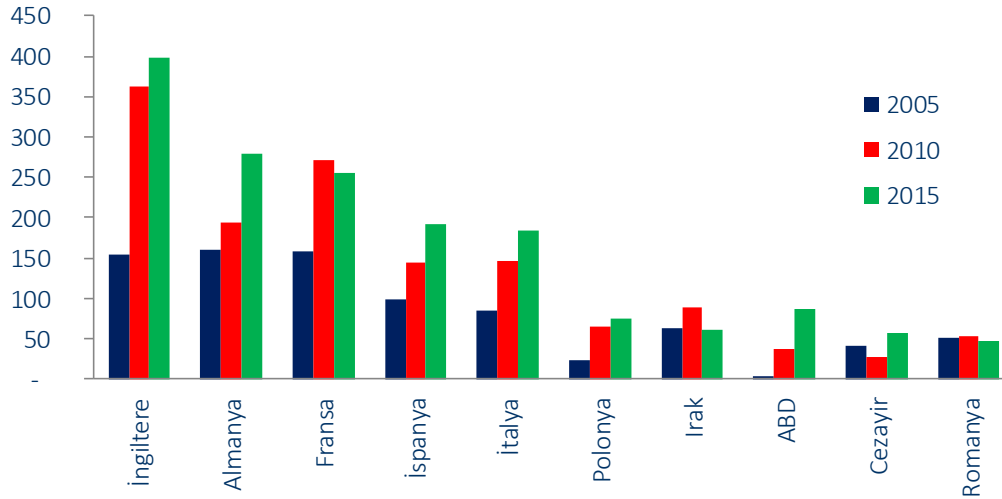


Kaynak: TÜİK, Reuters

(*) Euro bazında ihracattaki değişim

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - İHRACAT

İhracatın Ülkelere Göre Dağılımı (milyon dolar)



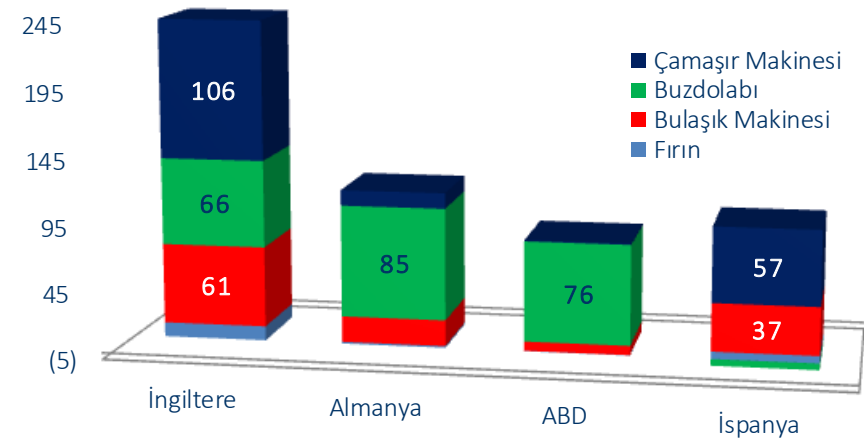
- Beyaz eşya sektöründe en çok ihracat yapılan ülkeler Batı Avrupa ülkeleridir.
- 2005-2015 yılları arasında ihracatta yıllık ortalama en yüksek artış, şehirleşme oranının ve satın alma gücünün hızla yükseldiği Çin'de görülmüştür. Öte yandan, bu dönemde Afrika ve Uzak Doğu ülkeleri, sektörün ihraç pazarlarını çeşitlendirmesine bağlı olarak ihracat artışında öne çıkmıştır. Son 10 yılda ihracat artışı gerçekleştirilen ülkelere daha çok buzdolabı ve çamaşır makinesinin satışının yükseldiği gözlenmektedir.

Kaynak: TÜİK

2005-2015 Beyaz Eşya İhracatının En Hızlı Arttığı Ülkeler

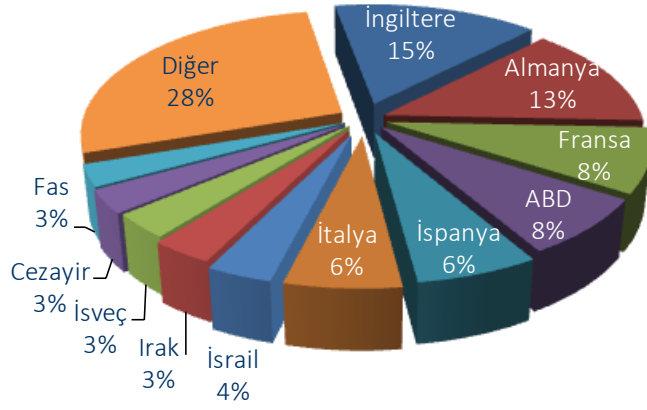
Ülke	2005	2015	Yıllık Ortalama % Değişim
Çin	1.771	11.626.498	141
Kanada	3.287	18.003.197	137
Çad	130	228.649	111
Filipinler	540	486.606	97
Tayland	1.601	1.282.492	95
Endonezya	15.529	2.154.594	64
Bahreyn	17.610	1.699.217	58
Vietnam	5.784	348.450	51
Bangladeş	15.826	857.512	49
Sri Lanka	34.067	1.676.413	48
Uruguay	29.842	1.387.469	47
Suudi Arabistan	398.213	17.414.232	46

2005-2015 İhracat Tutarındaki Artışın Ülkelere ve Ürünlere Göre Kırılımı (milyon dolar)

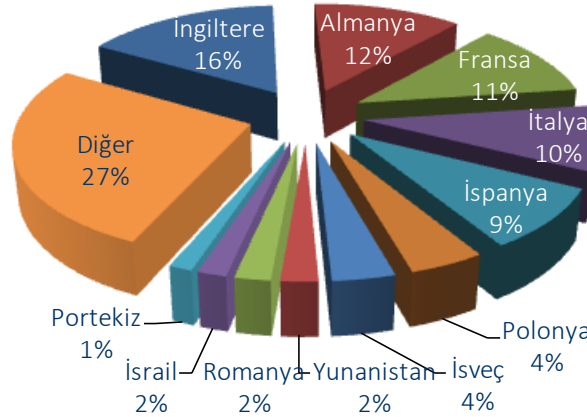


TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - İHRACAT

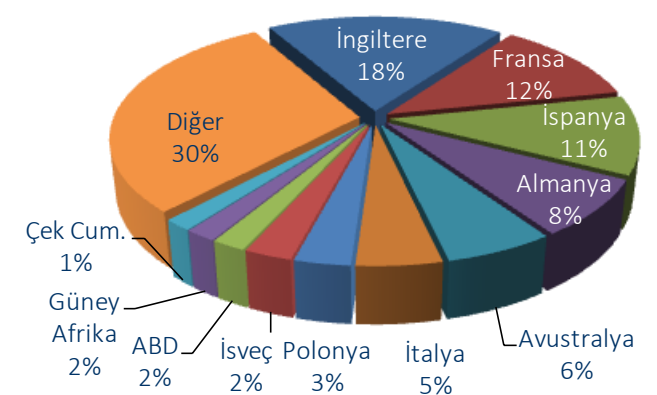
Buzdolabı İhracatı Dağılımı - 2015



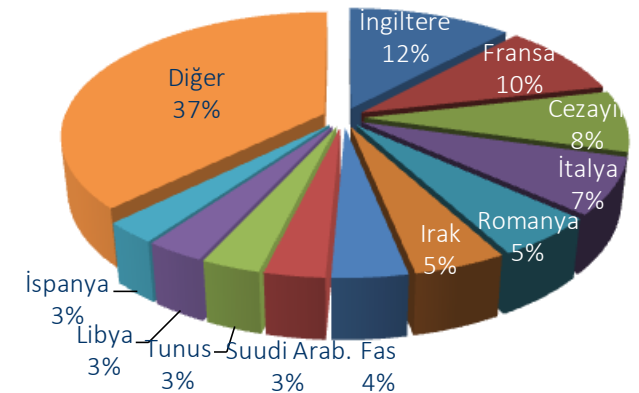
Çamaşır Makinesi İhracatı Dağılımı - 2015



Bulaşık Makinesi İhracatı Dağılımı - 2015

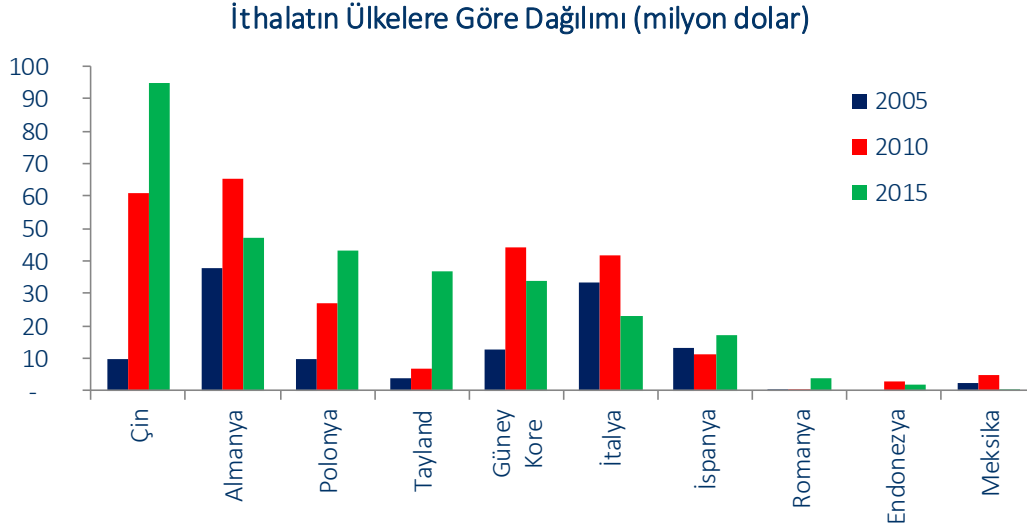


Fırın İhracatı Dağılımı - 2015



- Beyaz eşya sektörü genelinde 2015 yılı verilerine göre ihracatta 4 ana ürün grubunda ilk sırada İngiltere bulunurken, diğer ürünlerden farklı olarak sadece fırın ihracatında AB ülkeleri dışında Cezayir ve onu izleyen Ortadoğu ülkeleri göze çarpmaktadır.
- 2015 yılında Türkiye'nin ihracatı buzdolabında 1,034 milyar dolar, çamaşır makinesinde 873 milyon dolar, bulaşık makinesinde 376 milyon dolar ve fırında 282 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - İTHALAT

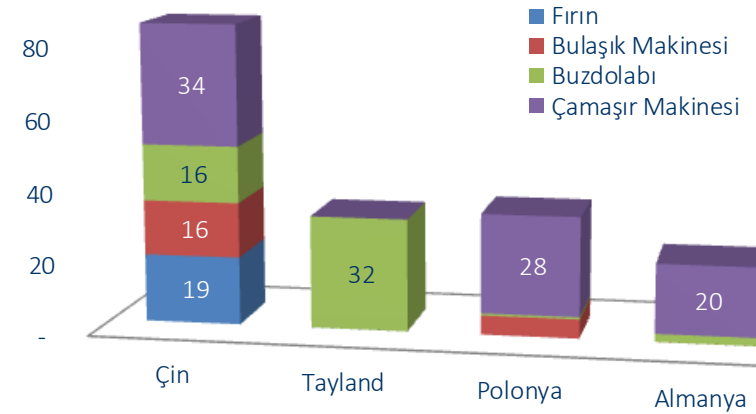


- Beyaz eşya sektöründe ithalat yıllara göre dalgalı bir seyir izlemektedir. 2011 yılında küresel ekonomideki yavaşlama ve Avrupa'daki borç krizleri nedeniyle ithalat daha çok Çin ve Güney Kore'den gerçekleşmiş, ürün bazında ithalat yaklaşık %50 büyümeye göstermiştir.
- İthalatın 2005-2015 yılları arasında ülkelere göre dağılımı incelendiğinde yıllık ortalama bazda en yüksek artış %104 ile Romanya ve %90 ile Hindistan'da gözlenmiştir.

2005-2015 Beyaz Eşya İhracatının En Hızlı Arttığı Ülkeler

Ülke	2005	2015	Yıllık Ortalama % Değişim
Romanya	2.997	3.802.407	104
Hindistan	812	501.199	90
Avustralya	554	271.899	86
Güney Afrika	510	32.936	52
Malezya	35.662	789.880	36
Slovakya	5.088	84.000	32
Mısır	222	3.092	30
Çek Cum.	79.252	1.041.010	29
Tayland	3.643.774	36.565.311	26
Çin	9.957.221	94.857.836	25
İsrail	33.612	231.592	21
Ukrayna	372	1.835	17

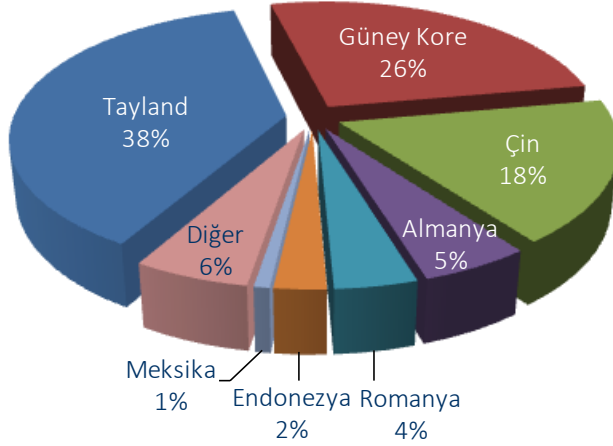
2005-2015 İthalat Tutarındaki Artışın Ükelere ve Ürünlere Göre Kırılımı (milyon dolar)



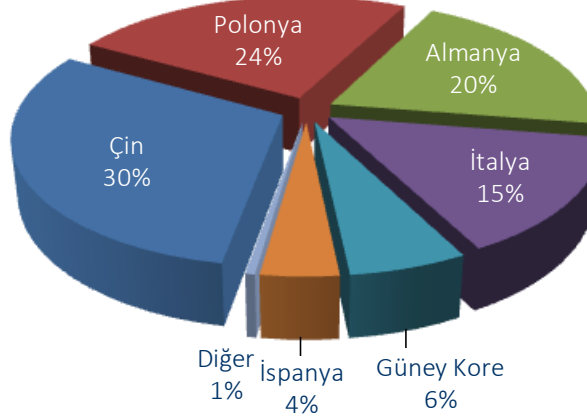
Kaynak: TÜİK

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - DIŞ TİCARET

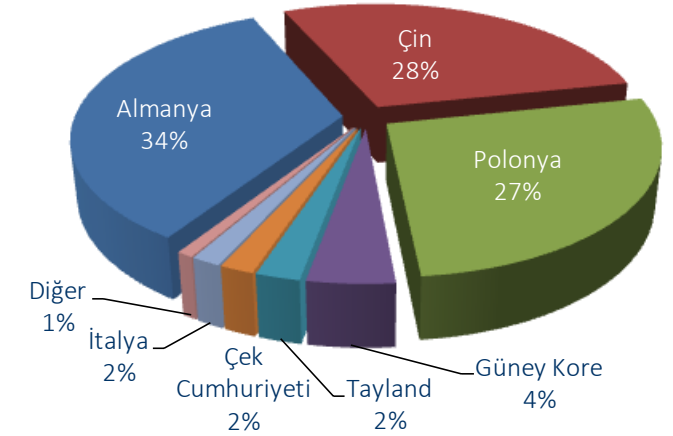
Buzdolabı İthalatı Dağılımı - 2015



Çamaşır Makinesi İthalatı Dağılımı - 2015

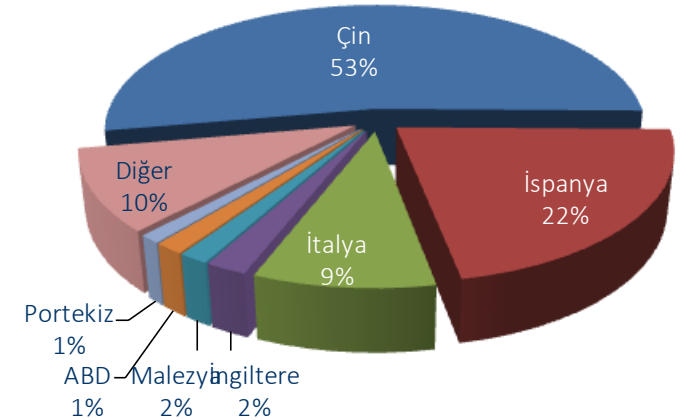


Bulaşık Makinesi İthalatı Dağılımı - 2015



- Beyaz eşya sektörü genelinde Türkiye'nin en yüksek ithalat gerçekleştirdiği ülke %30 ile Çin olurken ürün bazında buzdolabında Tayland ve Güney Kore'nin, çamaşır makinesinde Çin, Polonya ve Almanya'nın, bulaşık makinesinde Almanya, Çin ve Polonya ve fırında Çin ve İspanya'nın başı çektiği görülmektedir.
- Fırında Çin'in bu üstünlüğü dünya genelinde en büyük mikrodalga fırını üreticisi olmasından kaynaklanırken, Güneydoğu Asya Birliği'nin bir numaralı elektrikli eşya üreticisi Tayland'ın Türkiye'den buzdolabı ithalatının, Arçelik'in 2016'da ülkede faaliyete geçireceği buzdolabı fabrikası ile bir miktar düşmesi beklenmektedir. Güney Kore'den yapılan ithalat daha çok LG ve Samsung markalarının yurt içi satışlarını göstermektedir.

Fırın İthalatı Dağılımı - 2015



Kaynak: TÜİK

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - FİNANSMAN YAPISI

- Beyaz eşya sektörünün dahil olduğu elektrikli teçhizat imalatında finansal tablo analizi yapıldığında likiditenin, karlılığın ve finansal kaldıraç rasyolarının olumlu yönde ilerlediği izlenmektedir. Öte yandan, 2013 yılında ihracatta miktar bazında görülen gerileme nedeniyle firmaların daha stoklu çalıştığı gösterirken, 2015 yılında yapılan stok optimizasyon çalışmalarıyla stok gün sayısı rakamlarının iyileştiği düşünülmektedir.
- Beyaz eşya sektöründeki firmaların döviz ve nakit akım riskine karşı daha çok özel bankalardan uzun vadeli kredi ve Eximbank kredileri kullandığı, sektörün ihraç pazarının Euro Alanı olması sebebi ile eurobond ihracı yaptıkları, bazı firmaların Avrupa Yatırım Bankası'ndan AR-GE çalışmaları için finansman kredisi kullandıkları, çapraz swap işlemleri yaptıkları, döviz alım-satım işlemleri gerçekleştirdikleri ve vadeli döviz mevduat hesapları kullandıkları; teminat için çoğunlukla kefalet ve gayrimenkul ipoteğini tercih ettikleri gözlemlenmektedir. Hatta bazı firmaların hammaddede ithale bağımlı olan sektörde emtia fiyatları riskine karşı Avrupa ülkeleriyle kontrat imzaladıkları görülmektedir.

Beyaz Eşya Sektörü Finansal Tablo Analizi				
Finansal Veriler	2011	2012	2013	2014
Cari Oran	1,48	1,51	1,57	1,54
Net Kar/Net Satışlar	2,5%	3,4%	3,9%	3,8%
Ort.Aktifler/Ort.Öz Kaynaklar	2,58	2,70	2,77	2,85
Ortalama Tahsil Süresi (Gün)	88	97	101	101
Stok Gün Sayısı (Gün)	43	46	59	58

TÜRKİYE'DE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ - MEVZUAT

- Türkiye'de beyaz eşya sektöründe klima ve sektörün hammaddesi yassı çelik için ithalatta koruyucu önlemler uygulanmaktadır.

Ürün	Ülke	Türkiye'nin Uyguladığı Gümrük Vergisi Oranları
Buzdolabı, Dondurucu, Soğutucular		0 - %2,5
Bulaşık Makineleri		%1,7 - %2,7
Çamaşır Makineleri		%2,2 - %3,7
Fırınlr elektrikli ısıtıcılar		%2,7
Klimalar (Duvar Tipi Split Klimalar Dış ve İç Ünitesi)	Çin, Vietnam, Endonezya, Filipinler, Pakistan, Malezya	%25 (Malezya 0-%25)
Sıcak Haddelenmiş Yassı Çelik	Çin	%15,47 - %35,15
Sıcak Haddelenmiş Yassı Çelik	Japonya	%6,95 - %8,9
Sıcak Haddelenmiş Yassı Çelik	Rusya	%2,22 - %3,76
Sıcak Haddelenmiş Yassı Çelik	Slovakya	%7,02 - %9,8

- Ayrıca Türkiye, beyaz eşya üreten firmaları desteklemek adına ithal edilen makine ve ekipmanlara çeşitli gümrük vergisi muafiyeti, yurt içi ve yurt dışından alınan yatırım mallarına KDV muafiyeti, AR-GE kapsamında teşvikler, indirimli kurumlar vergisi, damga vergisi muafiyeti, işveren sigorta primi desteği, Turquality ve TÜBİTAK aracılığı ile sektöre kolaylık sağlamaya çalışmaktadır.
- Hükümetin "64.Hükümet 2016 Yılı Eylem Planı"nda yer alan imalat sanayi makine ve teçhizat yatırımlarının finansmanına %5 BSMV istisnası uygulaması da öngörülmektedir.

IV. GENEL DEĞERLENDİRME VE BEKLENTİLER

GENEL DEĞERLENDİRME VE BEKLENTİLER

- 2015'te beyaz eşya sektöründe üretim %8,7 artmıştır. Aynı dönemde yurt içi satışlar %5,7, ihracat %7 artış kaydetmiştir. Beyaz eşya sektöründe ihracatta son yıllarda yakalanan büyüme hızının 2016'da da süreceği tahmin edilmektedir. İç pazarda da seçim sonrası belirsizliğin kalkmasının etkisiyle yurt içi satışların 2016 yılında %5 civarında artması beklenmektedir.
- Enflasyonun üzerindeki fiyat artışları ve güçlü iç talep nedeniyle sektörün yurt içi cirosunda yükseliş gözlenmiştir.
- 2015 yılında konut satışlarında gözlenen artışın yanı sıra Suriyeli mültecilerden gelen talep sektörü olumlu yönde etkilemiştir.
- Üretiminin %75'ini ihraç eden beyaz eşya sektörünün en büyük ihraç pazarları İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya ve İspanya'dır. Sektör ihracatının yaklaşık %60'ı Avrupa ülkelerine yapıldığından 2015'te %1,5 ve 2016'da %1,7 olarak tahmin edilen Euro Alanı ekonomik büyümesinin talep artışıyla sektör ihracatını arttıracığı beklenmektedir. Öte yandan, sektördeki firmaların maliyetlerinin dolar ve gelirlerinin euro cinsinden olması sebebi ile euro/dolar paritesindeki hareketler sektörün kârlılığı üzerinde etkili olmaktadır. 2016'da euro/dolar paritesinde beklenen sınırlı ölçüde aşağı yönlü hareketin sektörün kârlılığına etkisinin de marjinal olması beklenmektedir.
- İran'a yönelik yaptırımların kaldırılmasının sektör ihracatına olumlu etkisi öngörülürken, Rusya ile yaşanan krizin, Rusya'nın Türkiye beyaz eşya ihracatındaki payının küçük olması nedeniyle etkisinin sınırlı olacağı düşünülmektedir.
- Beyaz eşya sektörü, teknoloji odaklı yapısı ile Türkiye'nin en çok AR-GE yatırımı yapılan ve en yüksek patent sayısına sahip sektördür. Ocak 2016 yılında hükümetin açıkladığı AR-GE reform paketinin sektör yatırımlarına destek olması beklenmektedir.
- Beyaz eşya üretiminde temel maliyet kalemi hammadde olup, sektörün en önemli hammadde girdileri sac ve plastiktir. Her iki ürünün üretiminde kullanılan girdilerde ithalata bağımlılığın yüksek olması sektör için kur riski oluştururken, hammadde fiyatlarındaki düşüş eğilimi firmaların kâr marjlarını olumlu yönde etkilemektedir. Global emtia fiyatlarındaki düşük seviyelerin süreceği beklentisi de dikkate alındığında 2016 yılında sektörün hammadde maliyetlerinde önemli bir değişiklik olması beklenmemektedir.
- Elektrik fiyatlarına yapılan zam ve asgari ücretteki artışın 2016 yılında sektör maliyetlerini yukarıya taşıyacağı düşünülmektedir. Öte yandan, asgari ücret artışının etkisiyle yükselecek hanehalkı gelirinin sektörün satışlarını olumlu etkilemesi beklenmektedir.
- Beyaz eşya satışında Kasım 2015'te 9 aydan 12 aya yükseltelen taksit sayısının ılımlı etkisinin 2016 yılında da devam etmesi tahmin edilirken, sektörde bayi kanallı geleneksel satışın sürmesi ve sektörün perakende ayağında büyümenin devam etmesi beklenmektedir. Özellikle teknoloji marketlerinin kârlılığı teknoloji ürünlerinden daha yüksek olan beyaz eşya ve küçük ev aletlerine daha fazla odaklanması beklenmektedir.

YASAL UYARI



Bu rapor Bankamız uzmanları tarafından güvenilir olduğuna inanılan kamuya açık kaynaklardan elde edilen bilgiler kullanılmak suretiyle, sadece bilgilendirme amacıyla hazırlanmıştır ve hiçbir şekilde finansal enstrümanların alım veya satımı konusunda tavsiye veya finansal danışmanlık hizmeti sağlanması olarak yorumlanmamalıdır. Bu raporda yer verilen görüş ve değerlendirmeler, hiçbir şekilde Türkiye İŐ Bankası A.Ő.'nin kurumsal yaklaşımını yansıtmamakta olup, raporu kaleme alan uzmanların kişisel görüş ve değerlendirmeleridir. Türkiye İŐ Bankası A.Ő. bu raporda yer alan bilgi, görüş ve değerlendirmelerin doğru, değişmez ve eksiksiz olması konusunda herhangi bir şekilde garanti vermemektedir. Türkiye İŐ Bankası A.Ő. bu raporda yer alan bilgilerde herhangi bir bildirimde bulunmaksızın değişiklik yapma hakkına sahiptir. Bu rapor ve içindeki bilgilerin kullanılması nedeniyle doğrudan veya dolaylı olarak oluşacak zararlardan Türkiye İŐ Bankası A.Ő. hiçbir şekilde sorumluluk kabul etmemektedir.

İŐbu rapor üzerinde Bankamızın telif hakkı olup, Bankamızın yazılı izni alınmaksızın herhangi bir kişi tarafından, herhangi bir amaçla, kısmen veya tamamen çoğaltılamaz, dağıtılamaz veya yayımlanamaz. Tüm haklarımız saklıdır.