

TÜRKİYE CUMHURİYETİ BAŞBAKANLIK

Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı

TÜRKİYE BEYAZ EŞYA VE ELEKTRONİK SEKTÖRÜ RAPORU

TEMMUZ 2010



İÇİNDEKİLER

1.	Yönetici Özeti	3
2.	Sektöre Genel Bakış	4
2.1	Küresel Sektör	4
2.1.1	Beyaz Eşya	4
2.1.2	Elektronik	5
2.2	Türkiye'de Sektör	6
2.2.1	Genel Bakış	6
2.2.2	Beyaz Eşya ve Elektronik Üretimi	7
2.2.3	Beyaz Eşya ve Elektronik Yurt İçi Satışları	8
2.2.4	Uluslararası Ticaret	9
2.3	Türkiye'deki Önemli Şirketler	11
2.4	Konumlanma Haritası	12
2.5	Yatırım Fırsatları	13
2.6	SWOT Analizi	14
2.7	Sektör Kurum ve Kuruluşları	15
	ŞEKİLLER LİSTESİ	16
	KISALTMALAR	17

1. Yönetici Özeti

Türkiye, Avrupa'nın önde gelen beyaz eşya üreticilerinden biri konumuna gelmiştir. Senelik 25 milyon adetten fazla üretim kapasitesi ile Avrupa'da İtalya'dan sonra en büyük ikinci kapasiteye sahip olan beyaz eşya sektörü (buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi ve fırın imalatı) 2 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır.¹ 2008 yılında Türkiye'deki beyaz eşya sektörü 8 milyar ABD doları ciroya ulaşmıştır. Hem 2008 hem de 2009'da 12 milyon adedi ihraç edilmek üzere yaklaşık 16 milyon adet üretim yapılmıştır. Beyaz eşya ihracatı, genellikle İngiltere, Fransa, Almanya ve İtalya gibi Avrupa ülkelerine gerçekleştirilmiştir.²

Türkiye elektronik sektörü 2009 yılında 9,5 milyar ABD doları üretim hacmine ulaşarak etkileyici bir büyüme göstermiştir. 2009 yılında 4,9 milyar ABD dolarına ulaşan ihracat hacmi bu sektördeki satışların önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Aynı yıl ithalat hacmi 12,2 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.³

Beyaz eşya sektörü 2009 yılında küresel ekonomik krizden etkilenmiştir. Krizin etkilerinin en ağır olduğu dönem olan 2009 yılının son çeyreğinde, ihracat hacmi %25 oranında, yurt içi satışlar ise %30 oranında düşmüştür.² 2009 yılında hükümet krize karşılık beyaz eşya, elektronik ve otomotiv gibi bazı sektörlerde ayrıcalık tanıyarak Özel Tüketim Vergisi'nde geçici bir muafiyet uygulamıştır. Beyaz eşyada %6,7 tutarında olan Özel Tüketim Vergisi 17 Mart - 15 Haziran 2009 tarihleri arasında kaldırılmış ve 16 Haziran - 30 Eylül 2009 tarihleri arasında %2 olarak uygulanmıştır. 2009 yılında ihracat hacmi 2,6 milyar ABD doları, ithalat hacmi ise 0,4 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.¹ 2009'un ilk çeyreğiyle kıyaslandığında 2010 yılının ilk çeyreğinde ihracat hacminin %23 oranında arttığı gözlenmiştir.²

Economist Intelligence Unit (EIU) verilerine göre Türkiye'de beyaz eşya ve elektronik pazarındaki talebin 2009-2013 yılları arasında artışına devam etmesi beklenmektedir. En yüksek büyümenin %12 yıllık bileşik büyüme oranı (YBBO) ile ses ve görüntü ekipmanlarında beklendiği sektörde, elektrikli aletler ve beyaz eşya satışlarındaki YBBO'nun ise %10 olacağı tahmin edilmektedir.⁴

Büyümenin nüfus ve kişi başı harcanabilir gelir seviyesinde beklenen artışın yanında hane ölçeğinin küçülme eğiliminde olmasının beyaz eşya için yapılan harcamaları artırması sonucunda gerçekleşeceği düşünülmektedir. Bilgisayar ve ses-görüntü ekipmanları satışlarındaki artışın ardındaki temel itici güç Türkiye'deki genç nüfustur.

İstanbul Sanayi Odası İSO 500 sıralamasına göre Türkiye'de önde gelen beyaz eşya üreticileri Arçelik, Vestel Beyaz Eşya, BSH Ev Aletleri, Indesit ve Kumtel'dir. Beyaz eşya üretimi ağırlıklı olarak Marmara, Ege ve İç Anadolu bölgelerinde gerçekleştirilmektedir. Casper Bilgisayar, Philips ve Vestel Elektronik Türkiye'deki önde gelen elektronik firmalarıdır.

¹ İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME), Beyaz Eşya Sektörü 2010

² Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Beyaz Eşya Sektör Raporu, Nisan 2010

³ Türk Elektronik Sanayicileri Derneği (TESİD), Elektronik Sanayi Almanacağı, 2010

⁴ Economist Intelligence Unit

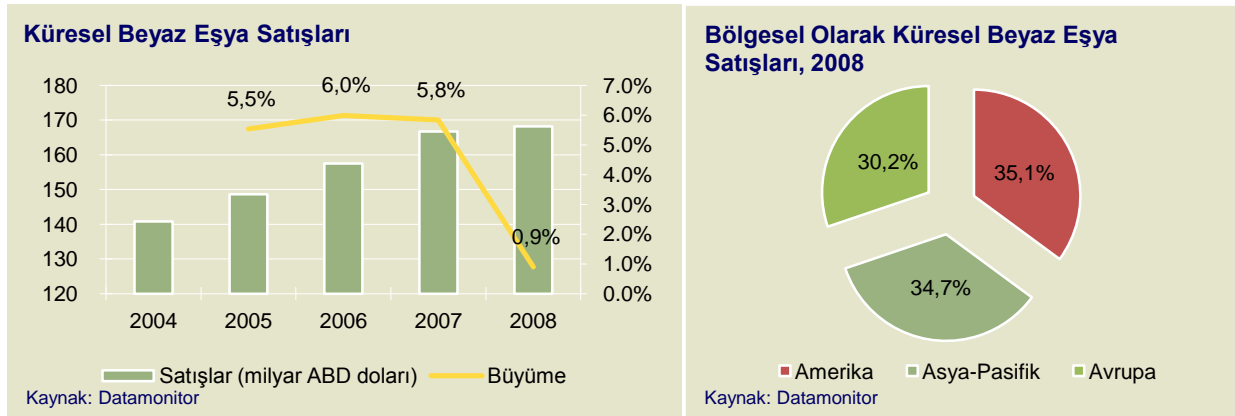
2. Sektöre Genel Bakış

2.1 Küresel Sektör

2.1.1 Beyaz Eşya

Küresel beyaz eşya sektörü 2004-2008 yılları arasında gerçekleştirdiği %4,5 YBBO ile 2008 yılında toplam 168,2 milyar ABD doları ciro elde etmiştir. Pazar, Avrupa'da %2,6 YBBO ile, Asya-Pasifik'te ise %4,9 YBBO ile büyüyerek 2008 yılında sırasıyla 50,8 ve 58,4 milyar ABD doları boyutuna ulaşmıştır.⁵ Şekil 1'de görüldüğü gibi beyaz eşya pazarı Amerika, Asya-Pasifik ve Avrupa arasında neredeyse eşit olarak bölünmüştür.

Şekil 1 – Küresel Beyaz Eşya Satışları ve Büyüme



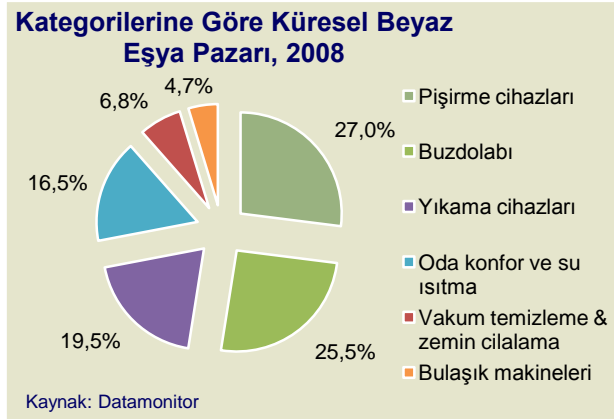
Gelişmekte olan ülkelerde beyaz eşya sektörünün büyümesi Avrupa gibi olgun ekonomilere göre daha fazla olmuştur. Bunun sebebi ise olgun ekonomilerde yeni inşa edilen evlerin sayısının çok yüksek olmaması ve neredeyse her evde zaten beyaz eşyanın mevcut bulunmasıdır. Bu sektörde talebi destekleyen başlıca etkenler eskiyen aletlerin yenilenmesi, yeni teknolojilere göre ürünlerin bir üst modelle değiştirilmesi ve tüketicilerin alım gücünün artmasıdır.

Tüketici alışkanlıklarındaki değişimler de artan yenileme talebini etkilemektedir. Örneğin, enerji tasarruflu ürünler maliyetleri düşürerek daha cazip hale gelmişlerdir. Böylece, tüketici beklentileri daha az enerji ve su kullanan yeni ürünlere doğru kaymaktadır.

Beyaz eşyalar genel olarak buzdolapları, yıkama cihazları, yemek pişirme cihazları ve ısıtma cihazlarından oluşmaktadır. Bu kategorilerden, yemek pişirme cihazları – fırınlar, mikrodalga fırınlar, ocaklar, mutfak robotları ve tost makineleri olmak üzere – 2008 yılında 45,5 milyar ABD doları ciro ile en yüksek gelir sağlayan kategoridir. Pişirme cihazlarını 2008 yılındaki 42,9 milyar ABD doları gelir hacmiyle buzdolapları izlemektedir.⁵

⁵ Datamonitor, Haziran 2009

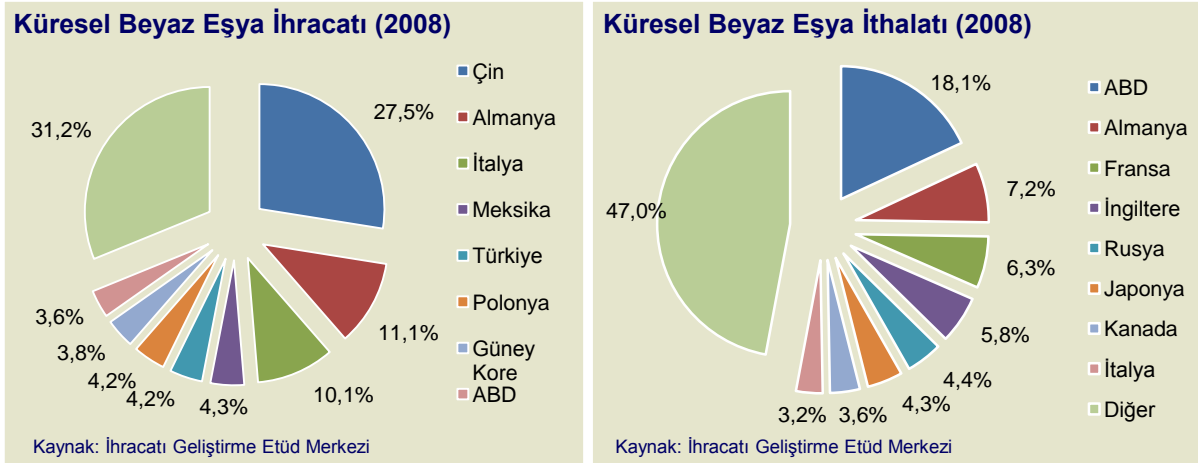
Şekil 2 – Kategorilerine Göre Küresel Beyaz Eşya Pazarı



2008 yılında küresel beyaz eşya ihracatının yaklaşık %28'ini gerçekleştiren Çin, ana ihracatçı konumundadır. Çin'den sonraki en büyük ihracatçılar Almanya ve İtalya'dır. 2008 yılında toplam ihracatın yaklaşık %4'ünü gerçekleştiren Türkiye ise beşinci sırada yer almaktadır.

2008 yılında dünyadaki ithalatın %18'ini gerçekleştiren ABD en büyük ithalatçı konumundadır ve bu ülkeyi Almanya ve Fransa izlemektedir.

Şekil 3 – Ülkelere Göre Küresel Beyaz Eşya Dış Ticareti



2.1.2 Elektronik

Küresel elektronik sektörü 2005-2009 arasında %1,8 YBBO ile yavaş bir büyüme göstermiş ve 2009 yılında toplam 2,4 trilyon ABD doları değerinde gelire ulaşmıştır. Sektör genel olarak bilgisayarlar, iletişim cihazları, elektronik ekipmanlar ve ofis elektroniklerinden oluşmaktadır. Elektronik ekipmanlar 2009 yılında toplam gelirlerin neredeyse %70'ini oluşturmuştur ve bu kategoriye %22 ile bilgisayarlar takip etmiştir. Tüketici elektroniği üretiminin, değer olarak %51'ini gerçekleştiren Asya-Pasifik bölgesi, başlıca üretici konumundadır. Avrupa ve ABD ise üretimin %23'ünü gerçekleştirmektedir.⁶

⁶ Datamonitor, Nisan 2010

Şekil 4 – Beyaz Eşya ve Elektronik Sektöründe Önde Gelen Şirketler

Önde Gelen Küresel Şirketler			
Şirket	Merkez	Ciro (milyon USD)	Çalışan Sayısı
Beyaz Eşya			
Whirlpool Corporation	ABD	17.099	67.000
AB Electrolux	İsveç	14.274	51.058
Haier Group Corporation	Çin	13.695	50.000
BSH Bosch und Siemens Hausgerate GmbH	Almanya	10.424	40.286
GE Consumer Industrial	ABD	10.000	6.000
Elektronik			
Hewlett-Packard	ABD	114.552	304.000
Nokia	Finlandiya	56.988	123.171
Dell Computer Corporation	ABD	61.101	76.500

Kaynak: OneSource, Datamonitor

Şekil 5 – Küresel Pazar Talep Tahmini

Küresel Pazar Talebi								
	2006	2007	2008	2009	2010t	2011t	2012t	2013t
Elektrikli eşyalar & ev eşyaları (milyon USD)	326.043	392.165	454.698	426.049	455.197	490.252	537.385	598.923
Elektrikli eşyalar & ev eşyaları - % değişim	12,6%	20,3%	15,9%	(6,3)%	6,8%	7,7%	9,6%	11,5%
Ev ses & görüntü cihazları (milyon USD)	111.726	123.002	134.942	131.452	139.970	148.205	159.600	174.973
Ev ses & görüntü cihazları - % değişim	5,2%	10,1%	9,7%	(2,6)%	6,5%	5,9%	7,7%	9,6%
Televizyon setleri (1.000 kişi başına stok)	406	424	443	462	485	511	540	571
Televizyon setleri - % değişim	4,4%	4,4%	4,5%	4,3%	5,0%	5,4%	5,7%	5,7%

Kaynak: Economist Intelligence Unit
Not: t: tahmini

EIU verilerine göre, beyaz eşya ve tüketici elektroniğine olan küresel talebin 2009 ve 2013 yılları arasında büyümesi beklenmektedir. 2009 – 2013 yılları arasında 1.000 kişiye düşen televizyon seti sayısında %5 YBBO ile artış beklenirken, elektrikli cihazlar ve ev eşyaları ile ev ses ve görüntü cihazları kategorilerinde YBBO'nun yaklaşık %8 olması beklenmektedir.⁷

2.2 Türkiye'de Sektör

2.2.1 Genel Bakış

Türkiye'deki beyaz eşya sektörü gelirleri 2008 yılında 8 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. Yaklaşık %70'i ihraç edilmek üzere toplam 16 milyon adet beyaz eşya üretimi gerçekleştirilmiştir.⁸ Türkiye'nin ihracatı ağırlıklı olarak Fransa, İngiltere, Almanya ve İtalya'ya yönelik gerçekleştirilmektedir.

Beyaz eşya sektörü de 2009 yılında küresel finansal krizden etkilenmiştir. Krizin etkilerinin en fazla olduğu 2009'un son çeyreğinde ihracat hacmi %25 azalmıştır ve yurt içi satışlar %30 gerileme kaydetmiştir.⁸ Ancak yılın ikinci ve üçüncü çeyreğinde yapılan ÖTV indirimleri sayesinde satışlardaki gerileme 2009 yılında %19 seviyesinde kalmıştır. İhracat 2010 yılının ilk çeyreğinde 2009'un ilk çeyreğiyle kıyaslandığında %23 oranıyla artışına devam etmiştir.⁸

EIU verilerine göre Türkiye'de beyaz eşya ve elektronik pazarındaki talep 2009-2013 yılları arasında büyümesine devam edecektir. %12 YBBO ile en yüksek büyümenin beklendiği ev ses ve görüntü cihazlarını %10 YBBO ile elektrikli cihazlar ve ev eşyaları izlemektedir.⁷

⁷ Economist Intelligence Unit

⁸ Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Beyaz Eşya Sektör Raporu, Nisan 2010

Bu büyümenin, nüfus ve gelir seviyesindeki artışla birlikte hane ölçeğindeki küçülme eğiliminin gelecekte beyaz eşya harcamalarında neden olacağı artışın sonucunda gerçekleşeceği beklenmektedir.

Bilgisayar ve ses-görüntü cihazlarındaki artış beklentisinin ardında yatan temel itici güç genç nüfustur.

Şekil 6 – Türkiye’de Pazar Talebi

Türkiye’de Pazar Talebi	2006	2007	2008	2009	2010t	2011t	2012t	2013t
Elektrikli aletler & ev cihazları (milyon ABD doları)	8.415	11.048	12.963	10.811	12.004	13.017	14.501	16.032
Elektrikli aletler & ev cihazları - % değişim	16,2%	31,3%	17,3%	(16,6)%	11,0%	8,4%	11,4%	10,6%
Ev ses & görüntü cihazları (milyon ABD doları)	2.558	3.293	3.892	3.246	3.639	3.976	4.538	5.136
Ev ses & görüntü cihazları - % değişim	18,2%	28,7%	18,2%	(16,6)%	12,1%	9,3%	14,1%	13,2%
Televizyon Setleri (1.000 kişi başına düşen stok)	305	308	310	330	350	371	393	415
Televizyon setleri - % değişim	1,3%	1,0%	0,6%	6,5%	6,1%	6,0%	5,9%	5,6%
Bilgisayarlar (adet)	6.500	9.500	16.150	18.388	20.745	23.198	25.488	27.780
Bilgisayarlar - % değişim	30,0%	46,2%	70,0%	13,9%	12,8%	11,8%	9,9%	9,0%

Kaynak: Economist Intelligence Unit
Not: t: tahmini

Hükümet, finansal krizin etkilerini azaltmak amacıyla Mart – Haziran 2009 arasında üç ay boyunca Özel Tüketim Vergisi’ni (ÖTV) beyaz eşya ve elektronik sektörünün de içinde olduğu çeşitli sektörler için kaldırmıştır ve 30 Eylül 2009’a kadar olan üç ay süresince de indirimli oranda uygulamıştır. Bunun yanında, imalatçılar talebi canlandırmak amacıyla fiyatlarda indirim gitmiştir. Sonuç olarak, ÖTV indirimi döneminde beyaz eşya fiyatları %30 azalmış ve toplam satışlar %20 artmıştır.⁹ Şu anda ÖTV %6,7 olarak uygulanmaktadır.

Beyaz eşyaların imalatı genel olarak Marmara, Ege ve İç Anadolu bölgelerinde gerçekleşmektedir. Önde gelen fabrikaların yerleri raporun ilerleyen kısmında haritada belirtilmiştir. Sektör, 25 milyon adetten fazla üretim kapasitesi ile Avrupa’da İtalya’dan sonra en büyük ikinci kapasiteye sahiptir ve 2 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır.¹⁰

Tüketici elektroniği, telekomünikasyon cihazları, parçalar, savunma elektroniği ve bilgisayarlar gibi alt sektörlerden oluşan Türkiye elektronik sektörü, 2009’da 9,5 milyar ABD doları değerinde üretim hacmine ulaşmıştır. Sektördeki satışların önemli bir kısmını oluşturan ihracat hacmi 2009 yılında 4,9 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Ancak, ithalat hacmi aynı yıldaki 12,2 milyar ABD doları seviyesiyle daha yüksektir.¹¹

2.2.2 Beyaz Eşya ve Elektronik Üretimi

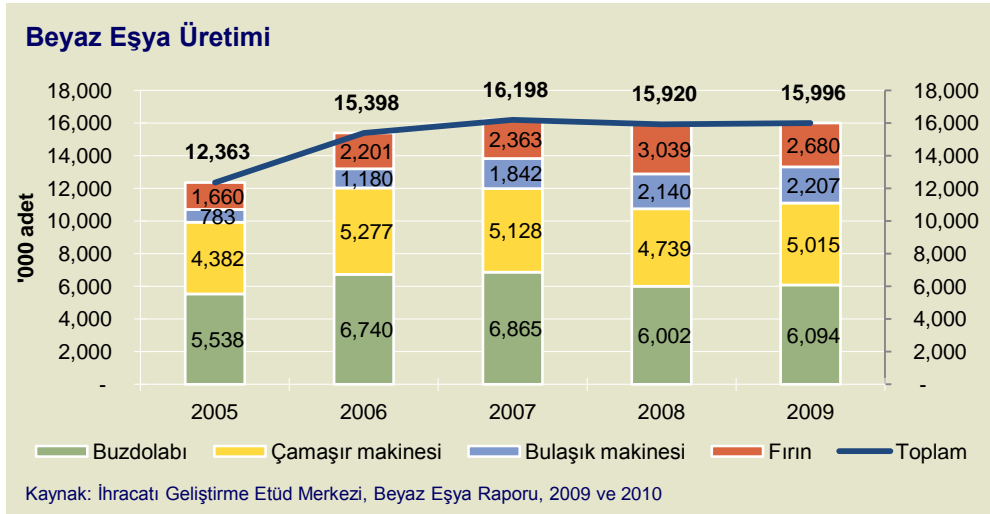
Beyaz eşya üretimi 2009 yılında 2008 yılı ile kıyaslandığında %0,5 oranında artış göstermiştir. Buzdolapları, 2009 yılında toplam üretimin %38’ini oluşturmuş ve çamaşır makineleri kategorisi de %31 ile ikinci sırada yer almıştır.¹⁰

⁹ Datamonitor, Haziran 2009

¹⁰ İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME), Beyaz Eşya Sektörü 2010

¹¹ Türk Elektronik Sanayicileri Derneği (TESİD), Elektronik Sanayi Almanacağı, 2010

Şekil 7 – Beyaz Eşya Üretimi



Elektronik endüstrisi üretiminde 2008 ve 2009 yıllarında çok büyük bir değişim yaşanmamıştır. Başlıca kategori 2009'da toplam üretimin %34'ünü oluşturan tüketici elektroniğidir. Bu kategori aynı zamanda TV görüntü teknolojilerindeki temel değişikliklerden ötürü 2009 yılında elektronik sektörde üretimi azalan tek bölümdür. Türkiye, CRT (katot ışın tüpü) TV setleri alanında Avrupa'da yaklaşık %50'lik pazar payıyla hakim konumda olduğu halde bu oran plazma ve LCD teknolojilerinin gelişimi sebebiyle düşüşe geçmiştir. Tüketici elektroniğinin en önemli kısmını 2009 yılında 9,2 milyon adedi bulan ve %85'i ihraç edilen televizyon üretimi oluşturmaktadır.¹² Üretimde diğer önemli bir alt sektör, 2009 yılında 1,8 milyar ABD doları ciroya ulaşan ve telekom ve fiber-optik kabloların önemli rol oynadığı telekomünikasyon cihazlarıdır.¹²

Şekil 8 – Elektronik Üretimi

Elektronik Üretimi	2005	2006	2007	2008	2009
milyon ABD doları					
Tüketici Elektroniği	4.725	5.268	4.285	3.583	3.266
Telekomünikasyon Cihazları	1.250	1.307	1.507	1.622	1.771
Bilgisayar	460	847	964	1.105	1.200
Savunma Elektroniği	450	543	667	840	946
Parçalar	300	353	495	587	598
Diğer	965	1.164	1.595	1.770	1.756
Toplam	8.150	9.481	9.513	9.507	9.537

Kaynak: TESİD, Elektronik Sanayi Almanığı, 2010

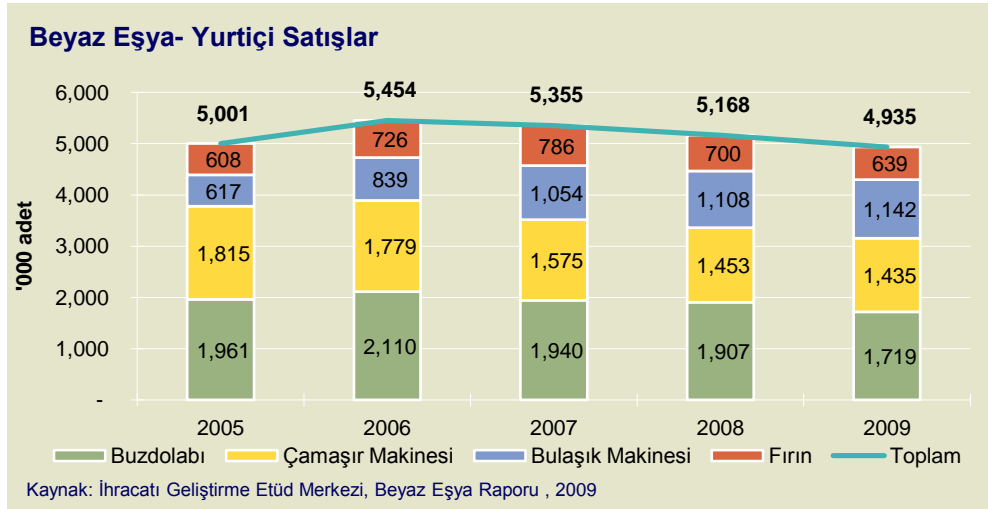
2.2.3 Beyaz Eşya ve Elektronik Yurt İçi Satışları

Yurt içi beyaz eşya satışları 2009 yılında 4,9 milyon adede ulaşmıştır. 2008 yılı satış gelirleri, 3,4 milyar ABD doları ihracat olmak üzere toplam 8 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.¹³

¹² Türk Elektronik Sanayicileri Derneği (TESİD), Elektronik Sanayi Almanığı, 2010

¹³ Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Beyaz Eşya Sektör Raporu, Nisan 2010

Şekil 9 –Yurt İçi Beyaz Eşya Satışları

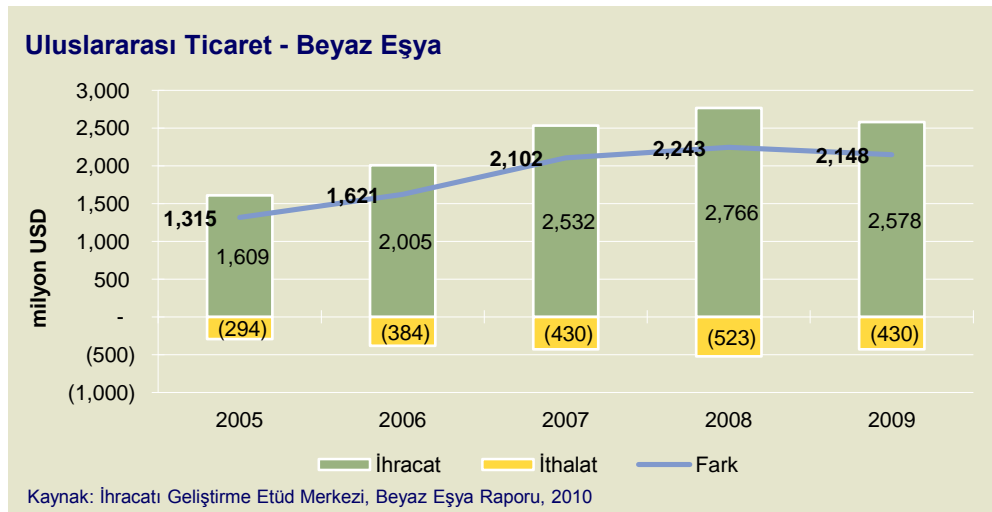


Elektronik satışları içerisinde bilgisayar donanımları 2008 yılı itibarıyla 4,5 milyar ABD doları ile önemli bir paya sahiptir. AV cihazları (TV setleri, taşınabilir medya oynatıcıları, DVD oynatıcılar, kameralar) ve mobil telefonlar sırasıyla 1,5 milyar ABD doları ve 1,16 milyar ABD doları satış gelirleriyle diğer önemli kategorileri oluşturmaktadır. 2008 yılında Türkiye’de, 818.000 adet DVD oynatıcısı, 546.000 adet taşınabilir medya oynatıcısı, 587.000 adet kamera ve 7,4 milyon adet mobil telefon satılmıştır.¹⁴

2.2.4 Uluslararası Ticaret

Türkiye’nin beyaz eşya ihracat hacmi 2006 ve 2008 yılları arasında giderek artış göstermiştir. 2009 yılında görülen %7’lik düşüş küresel ekonomik krize bağlı olarak azalan tüketici talebinden kaynaklanmıştır. Türkiye, beyaz eşya ihracatının büyük bölümünü İngiltere başta olmak üzere Avrupa ülkelerine yönelik gerçekleştirmektedir. Fransa, Almanya ve İtalya da önemli beyaz eşya ithalatçılarıdır.¹⁵

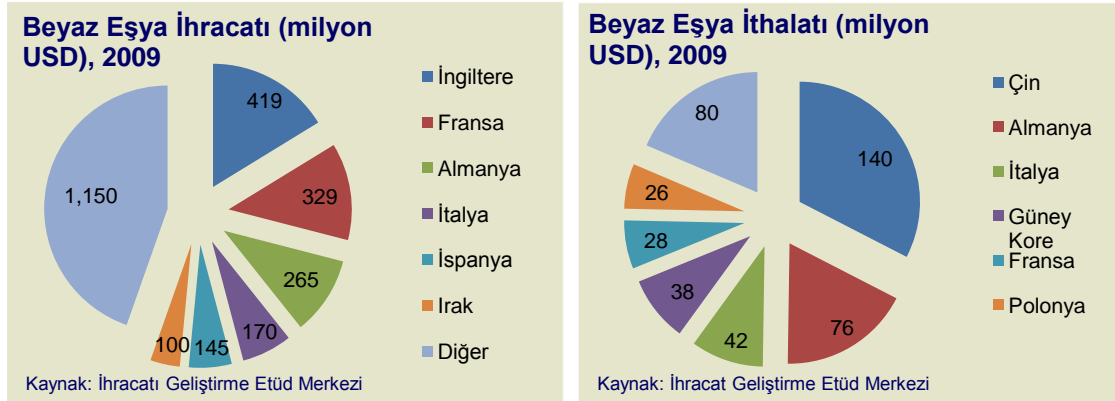
Şekil 10 – Beyaz Eşya Uluslararası Ticareti



¹⁴ BMI, Türkiye – Tüketici Elektronik Raporu, 2009

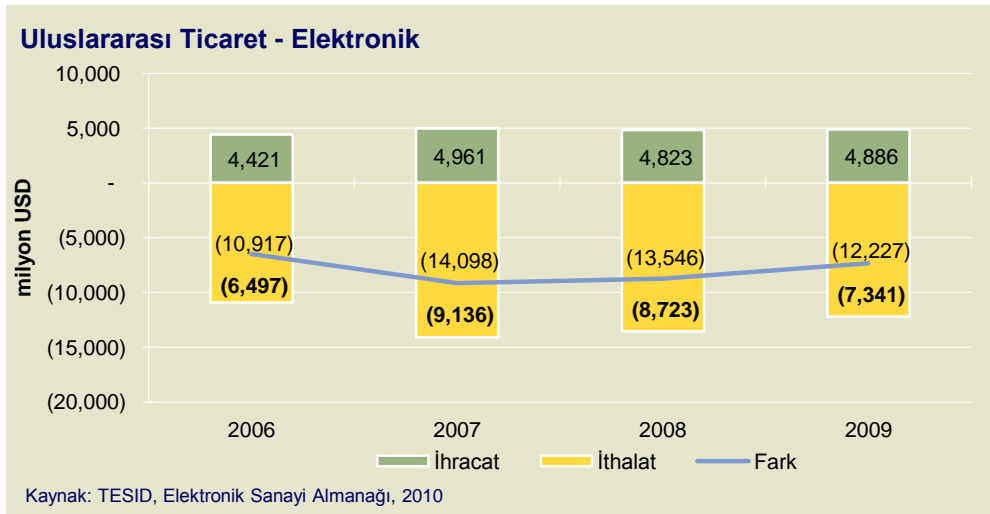
¹⁵ İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME), Beyaz Eşya Sektörü 2010

Şekil 11 – Ülkeye Göre Beyaz Eşya İhracat ve İthalatı



Elektronik sektöründe, Türkiye'nin telekomünikasyon cihazları ithalatı 2009 yılı itibarıyla 3,2 milyar ABD doları olmak üzere oldukça yüksektir ve toplam elektronik ithalatının %26,4'ünü oluşturmaktadır. Bu kategorideki ithalatın büyük kısmı cep telefonlarından oluşmaktadır. İthalattaki diğer en önemli alt sektörler, %19,4 payla bilgisayarlar, %10,8 payla parçalar ve %10,8 ile tüketici elektroniğidir. 2009 yılındaki toplam ithalatın %48'i Çin, Almanya ve ABD'den gerçekleştirilmiştir. İhracatta ise, tüketici elektroniği 2009 yılında 1,9 milyon ABD doları ile toplam ihracatın %38'ini oluşturmuştur. Parçalar ve telekomünikasyon cihazları da sırasıyla %18 ve %31 payla ihracatta önemli rol oynayan diğer alt sektörlerdir. İhracat ağırlıklı olarak İngiltere, Almanya, Fransa, Irak, İspanya ve İtalya'ya yönelik gerçekleştirilmektedir. 2009 yılında bu altı ülkenin toplam ihracattan aldığı pay %47 seviyesindedir.¹⁶

Şekil 12 – Elektronik Uluslararası Ticareti



¹⁶ Türk Elektronik Sanayicileri Derneği (TESID), Elektronik Sanayi Almanağı, 2010

2.3 Türkiye'deki Önemli Şirketler

Türkiye'deki beyaz eşya ve elektronik sektöründe önde gelen oyuncular aşağıda verilmiştir.

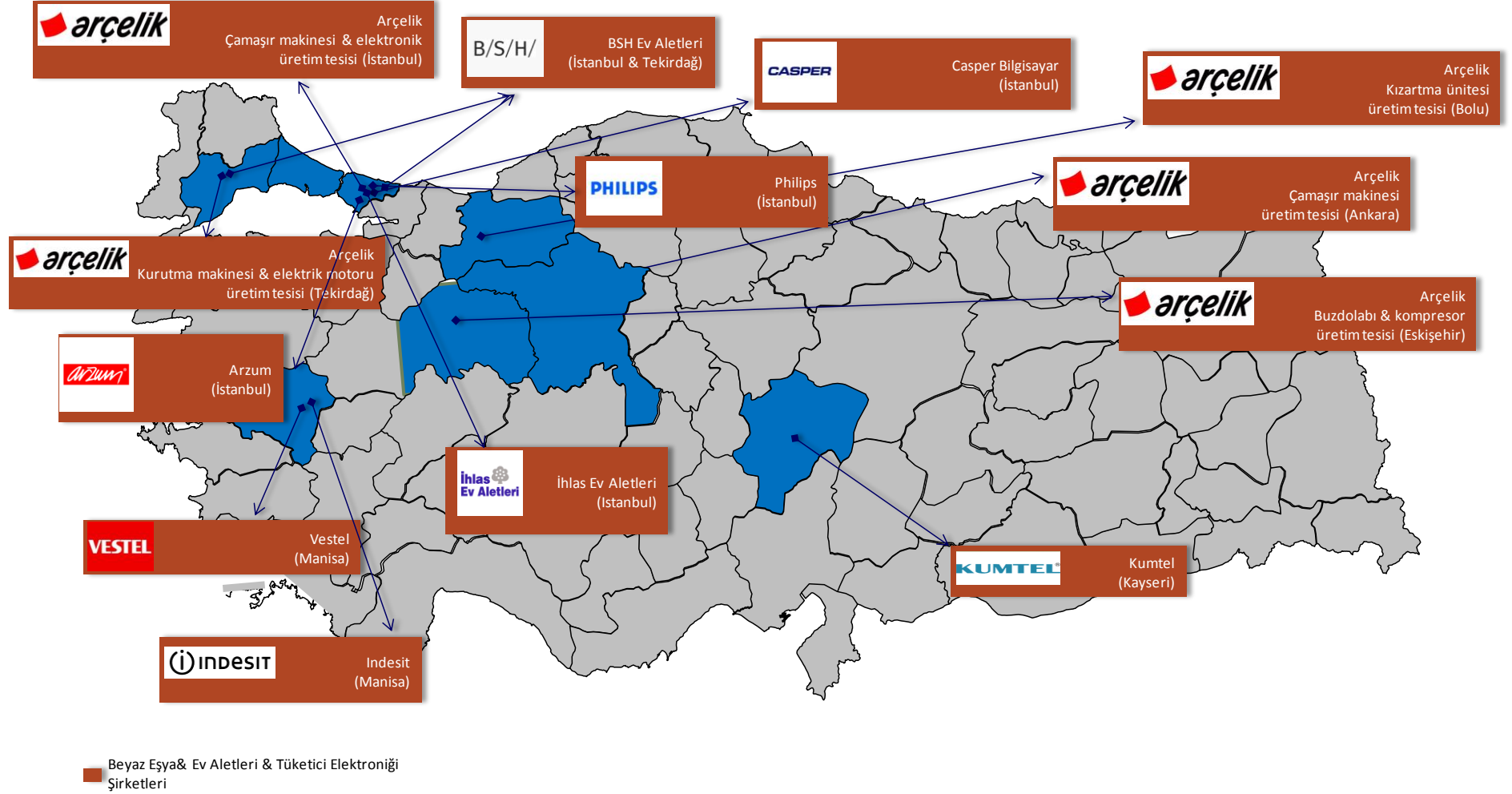
Şekil 13 – Türkiye Beyaz Eşya & Elektronik Sektöründe Önde Gelen Firmalar

Türkiye Beyaz Eşya & Elektronik Sektöründe Önde Gelen Firmalar, 2009				
Şirket	Alt Sektör	Satışlar milyon		
		TL (*)	USD	
Arçelik	beyaz eşya, elektrikli aletler	6.972	4.511	
Vestel Elektronik	tüketici elektroniği	4.640	3.002	
BSH Ev Aletleri	beyaz eşya, elektrikli aletler	2.292	1.483	
Vestel Beyaz Eşya	beyaz eşya	1.410	912	
Indesit (**)	beyaz eşya, elektrikli aletler	222	na	
Casper Bilgisayar (**)	tüketici elektroniği	198	na	
İhlas Ev Aletleri	elektrikli ev aletleri	100	65	
Kumtel (**)	ev aletleri	100	na	
Arzum	ev aletleri	72	47	
Philips	tüketici elektroniği	na	na	

Kaynak: ISI & Capital IQ, Not (*): 2009 Dolar/TL ortalama kur: 15456 (**): Capital IQ'den alınan yerel kurlarda en güncel rakamlardır

2.4 Konumlanma Haritası

Aşağıdaki harita Türkiye'deki beyaz eşya & elektronik sektördeki başlıca oyuncuların üretim tesislerini özetlemektedir.



2.5 Yatırım Fırsatları

Gelişmekte olan ülkelerde beyaz eşya üretimi, en gelişmiş ülkelerdeki üretim kalitesini yakalamış ancak maliyetler daha düşük seviyede kalmıştır. Olgun ekonomiler rekabet edebilmek amacıyla yeni teknolojiler ve yeni ürünler geliştirebilmek için Ar-Ge yatırımı yapmaktadırlar. Bu sebeplerle, şirket satın alma ve birleşmeleri sektörde artan bir grafik çizmektedir. Bu eğilim Türkiye için de geçerlidir.

Son on senede beyaz eşya üretimi önemli ölçüde artış göstermiştir. Türkiye Avrupa'da %22 pazar payı ile İtalya'dan sonra 2. sırada yer almaktadır.¹⁷ Beyaz eşya sektöründeki büyük gelişmenin ardındaki itici güç beyaz eşya üreticilerine yüksek kalitede üretim ve servisle destek olan yan sanayidir.

Türkiye beyaz eşya ve elektronik sektöründeki seçilmiş satın alma ve birleşme işlemleri aşağıda gösterilmiştir.

Şekil 14 – Türkiye Beyaz Eşya ve Elektronik Sektörü Seçilmiş Satın Alma ve Birleşme İşlemleri (2006-2009)

#	Alıcı Şirket	Ülke	Alınan Şirket	Alt Sektör	Tarih	Hisse%	İşlem Değeri (milyon)
Soğutma Sistemleri							
1	Abas AS	Türkiye	Safkar	soğutma & havalandırma	17/02/2009	57.0%	6
2	Metalfrio Solutions SA	Brezilya	Klimasan Klima Sanayi ve Ticaret A.S.	soğutma	25/08/2008	56.7%	76
3	Frigoglass SAIC	Yunanistan	SFA Soğutma Sanayi İc ve Dis Ticaret A.S.	soğutma	02/04/2008	86.0%	78
4	Bulutoglu Gıda ve Lojistik Hizmetleri	Türkiye	Yalova Soğuk Hava Tesisleri	soğutma	07/08/2007	100.0%	12
5	AHT Cooling Systems GmbH; Asia Debt Management Hong Kong Ltd	Avusturya, Hong Kong	SFA Soğutma Sanayi	soğutma	30/08/2006	na	49
Elektrikli Ev Aletleri							
6	Ashmore Private Equity Turkey	Türkiye	Arzum Dis Ticaret ve Pazarlama A.S.	elektrikli ev aletleri	12/05/2008	38.0%	na
7	Candy Elettrodomestici SpA	İtalya	Doruk-Susler	mutfak aletleri	06/02/2007	99%	na

Source: Mergermarket

¹⁷ İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME), Beyaz Eşya Sektörü 2010

2.6 SWOT Analizi

Strengths (Güçlü Noktalar)

- Türkiye genç bir nüfusa sahiptir; bu durum da yeni ev kurup ev aletleri alacak çiftlerin sayısını artırmaktadır
- Kalite odaklı üretim Türkiye beyaz eşya sektörünü yurt dışı pazarlarda başarılı kılmıştır.

Weaknesses (Zayıf Noktalar)

- Sektörde devlet teşvikinin kısıtlı olması (2009'da verilen ÖTV indirimine rağmen).
- Nüfusun büyük çoğunluğunun halen düşük gelir düzeyine sahip olması ev aletlerini değiştirmek yerine uzun süre kullanmaya yöneltmektedir.

Opportunities (Fırsatlar)

- Beyaz eşya imalatında kullanılan Cr-Ni metalinin gelecekte Türkiye'de üretilmesi bu ham maddenin ithalatında azalmaya neden olacaktır .
- Teknolojik gelişmeler yeni ürünleri beraberinde getirmektedir. Örneğin, 3G teknolojisi, 3G'ye uyumlu cihazların girişini sağlamıştır.
- Enerji tasarruflu ürünlere olan talep beyaz eşya sektöründe yeni bir tüketim eğilimi yaratabilir.

Threats (Tehditler)

- Türkiye ve diğer ülkelerde ekonomik krizin yavaş iyileşmesi buzdolabı, bulaşık makinesi, televizyon, mobil telefon gibi ev aletlerine olan tüketici talebini azaltabilir ve temel ihtiyaçlara öncelik verilebilir.
- Çok fonksiyonlu cihazlar, diğer taşınabilir cihazlara olan talebi azaltabilir.

2.7 Sektör Kurum ve Kuruluşları

Şekil 15 – Sektör Kurum & Kuruluşları

Kurum/ Kuruluş	Kisaltma	Tanım	İletişim Bilgileri
Beyaz Eşya Yan Sanayiciler Derneği	BEYSAD	Organizasyonun 176 üyesi vardır. 1993 yılında kurulmuştur. Dernek, yerli ve yabancı yeni üyeler bulmak adına düzenlediği forum ve buluşmalarda aracılık görevi üstlenir. Aynı zamanda, dernek, devletle endüstrinin yararına olacak şekilde iletişim halinde olur.	Yeni Hal Yolu Cad. Çayır yolu Sok. Bay Plaza No: 5/7 Kozyatağı 34752 İstanbul Tel: +90 (216) 469 44 64 - 65 Fax: +90 (216) 469 44 67 Website: w w w .beysad.org.tr
Küçük Ev Aletleri ve İhracatçıları Derneği	KESİD	Organizasyonun 11 üyesi vardır. Derneğin kuruluş amacı, imalatçıların tedarikçilerinin mevcut kalite düzeyini arttırma, geliştirme ve yukarı taşımaktır. Dernek aynı zamanda üyelerini haksız rekabete karşı koruyup, Türk endüstrisinin yardımı için tedarikçilere gerekli araçları sağlar. Dernek, medyayla üyeleri arasında bir bağlantı görevi görür ve üyelerinin yararına olacak araştırma ve geliştirme aktivitelerinde bulunur. Aynı zamanda dernek, endüstriyi düzenleyerek yabancı pazarlarla rekabet edebilmesini sağlar.	Krizantem Sok. No:20 Levent 34330 İstanbul Tel: +90 (212) 282 98 00 Fax: +90 (212) 282 98 09 Website: w w w .kesid.org
Türk Elektronik Sanayicileri Derneği	TESİD	Organizasyonun 65 üyesi vardır. Dernek, rekabet ortamında elektronik sektörünün gelişimini sağlar.	Website: w w w .tesid.org.tr
İklimlendirme Soğutma Klima İmalatçıları Derneği	ISKİD	Organizasyonun 76 üyesi vardır. Buzdolabı ve klima ekipmanları imalatı ve dağıtımını için üyeleri arasında değişim aracı olarak görev yapmaktadır. Dernek, üyelerinin finansal, hukuki, idari, teknolojik ve ticari sorunlarını çözmek için çalışır. Aynı zamanda, medyayla birlikte çalışıp, araştırma ve geliştirme aktivitelerinin gelişimi ve enerji tasarrufu ve çevre dostu ürünlerin tanıtımını için çalışmaktadır.	Hal Yolu Cad., Çayır yolu sok. No.5 Bay Plaza Kat:3 İçerenköy, Kadıköy 34752 İstanbul Tel: +90 216 469 44 96 Fax: +90 216 469 44 95 Website: w w w .iskid.org.tr

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 – Küresel Beyaz Eşya Satışları ve Büyüme	4
Şekil 2 – Kategorilerine Göre Küresel Beyaz Eşya Pazarı	5
Şekil 3 – Ülkelere Göre Beyaz Eşya Dış Ticareti	5
Şekil 4 – Beyaz Eşya ve Elektronik Sektöründe Önde Gelen Şirketler	6
Şekil 5 – Küresel Pazar Talep Tahmini	6
Şekil 6 – Türkiye’de Pazar Talebi	7
Şekil 7 – Beyaz Eşya Üretimi	8
Şekil 8 – Elektronik Üretimi	8
Şekil 9 – Yurt İçi Beyaz Eşya Satışları	9
Şekil 10 – Beyaz Eşya Uluslararası Ticareti	9
Şekil 11 – Ülkeye Göre Beyaz Eşya İhracat ve İthalatı	10
Şekil 12 – Elektronik Uluslararası Ticareti	10
Şekil 13 – Türkiye Beyaz Eşya ve Elektronik Sektöründe Önde Gelen Firmalar	11
Şekil 14 – Türkiye Beyaz Eşya ve Elektronik Sektörü Seçilmiş Satın Alma & Birleşme İşlemleri (2006-2009)	13
Şekil 15 – Sektör Kurum & Kuruluşları	15

**KISALTMALAR**

YBBO	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı
EIU	Economist Intelligence Unit
GSYİH	Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
İGEME	İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
TYDTA	Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı
İSO	İstanbul Sanayi Odası
ÖTV	Özel Tüketim Vergisi
TESİD	Türk Elektronik Sanayicileri Derneği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri

Yasal Uyarı

Bu Belge yatırımcılara Türkiye'deki büyüme öncelikli sektörlerle dair bir sektör özeti sağlamak amacıyla, Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı ("TYDTA") tarafından, DRT Kurumsal Finans Danışmanlık Hizmetleri A.Ş.'nin ("Deloitte") destekleri ile derlenen seriden biridir.

Belge bu sektörle ilgili bilgilendirme amacıyla hazırlanmıştır. Belge her şeyi kapsama ya da olası bir yatırımcının bu sektöre yatırım yapma ya da yapmama konusunda karar vermesi için ihtiyaç duyacağı tüm bilgileri içerme iddiasında değildir. Belge'nin ya da sektöre dair yapılacak diğer incelemelerle bağlantılı olarak herhangi bir olası yatırımcıya ya da danışmanlarına verilecek herhangi bir yazılı ya da sözlü bilginin doğruluğu ya da tamlığı ile ilgili olarak, açık ya da zımni, herhangi bir beyanda bulunulmayacak ya da garanti verilmeyecektir ve bu konuyla ilgili olarak, TYDTA ya da Deloitte ya da herhangi bir alıcı ya da ilgili görevli, çalışan ya da temsilci tarafından herhangi bir sorumluluk kabul edilmeyecektir. TYDTA, Deloitte ve ilgili yan kuruluşları ve ortak şirketleri ile ilgili görevliler, çalışanlar ve aracılar Belge'ye ya da bu gibi bilgilere ve bu Belge ve bilgilerde ortaya çıkabilecek hatalara ya da ihmellere dayanabilecek tüm sorumlulukları açıkça reddeder. Belge'de yer alan bilgiler, Belge'nin hazırlandığı dönemde halka açık bilgi kaynaklarına dayanarak hazırlanmıştır. Özellikle gelecekle ilgili projeksiyonlar, hedefler ve tahminlerin (varsa) elde edilebilmesi ya da kabul edilebilirliği konusunda herhangi bir beyanda bulunulmamakta ve garanti verilmemektedir. TYDTA ve Deloitte Belge'de yer alan bilgileri doğrulamamıştır. Belge'yi alan kişiler, Belge'nin içindeki bilgileri yasal, kurumsal, vergisel ya da farklı bir öneri olarak yorumlamamalıdır. Herhangi bir alıcı ya da olası yatırımcı yatırım kararı verirken bu Belge'ye dayanmamalıdır. Kendi durum tespit çalışmalarını yapmaları ve bağımsız danışmanlık hizmeti almaları önerilmektedir. Belge, burada anlatılan hisse senetleri ya da şirketler ya da varlıkların satılması ya da satın alınmasına ya da söz konusu sektöre yatırım yapılmasına yönelik bir teklif ya da davet olmayıp, TYDTA ya da Deloitte ya da ilgili yan kuruluşları ya da ortak şirketleri tarafından yapılan bir taahhüt ya da öneri niteliğinde de değildir. Belge'nin dağıtımı ya da mülkiyet altına alınması ile ilgili olarak, TYDTA ya da Deloitte herhangi bir yargı alanında hukuksal sorumluluk kabul etmemektedir ve herhangi bir kayıt gereksinimi ya da diğer yasal sınırlamaların alıcı tarafından ihlal edilmesinden TYDTA ya da Deloitte sorumlu olmayacaktır. Belge'nin aslı ya da üzerinde değişiklikler yapılmış versiyonu, hiçbir durumda yayınlanamaz, çoğaltılamaz ya da bir ücret ya da üyelik karşılığında üçüncü taraflara satılamaz. Belge'nin fikri mülkiyet hakları TYDTA'ya aittir.