



Sektörel Görünüm:

Beyaz Eşya
Şubat 2018



Türkiye Sınai Kalkınma Bankası
www.tskb.com.tr

T: +90 212 334 50 50 F: +90 212 334 52 34

E: info@tskb.com.tr



HAZIRLAYANLARCem Avcioğlu avciogluc@tskb.com.trFırat Özata ozataf@tskb.com.trHakan Nirun nirunh@tskb.com.trÖzge Soyuer Gürel soyuer@tskb.com.tr

Beyaz eşya sektörünün analizi amacıyla hazırlanmış olan bu raporda, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.'nin uzman kadrosunca güvenilir olarak kabul edilen kaynaklardan elde edilen veriler kullanılmıştır. Raporda yer alan görüşler ve öngörüler, rapor kapsamında belirtilen ve kullanılan yöntemler ile sektör temsilcileriyle yapılan görüşmelerle üretilen sonuçları yansıtmakta olup bu verilerin tamlığı ve doğruluğundan Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.'nin herhangi bir sorumluluğu bulunmamaktadır. Raporda yer alan sonuçlar, görüşler, düşünceler ve öngörüler, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş. tarafından açık ya da gizli olarak bir garanti ve beklenti oluşturmaz. Diğer bir ifadeyle; bu raporda yer alan tüm bilgi ve verileri kullanma ve uygulama sorumluluğu, doğrudan veya dolaylı olarak, bu rapora dayanarak yatırım kararı veren ya da finansman sağlayan kişilere ait olup, elde edilen sonuçtan dolayı üçüncü kişilerin doğrudan ya da dolaylı olarak uğradıkları zarardan Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş. hiçbir şekilde sorumlu tutulamaz.

Bu doküman ileriye dönük tahminleri de kapsamaktadır. Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş., bu tahminlere ulaşılabilmesi ya da Rapor'daki bilgilerin tam ve doğru olmamasından sorumlu tutulamaz.

© 2018 Bu raporun tüm hakları saklıdır. Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.'nin izni olmadan raporun içeriği herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz, fotokopi veya taksir edilemez, dağıtılamaz.

İÇİNDEKİLER

GRAFİKLER LİSTESİ.....	IV
TABLolar LİSTESİ	IV
YÖNETİCİ ÖZETİ.....	V
GİRİŞ.....	1
MAKROEKONOMİK GELİŞMELER.....	2
DÜNYA BEYAZ EŞYA SANAYİ.....	4
1. Dünya Beyaz Eşya Sektörü Göstergeleri.....	4
a. Küresel Ticaret.....	4
b. Önde Gelen Şirketler	6
c. Birleşme ve Satın Almalar.....	7
TÜRKİYE BEYAZ EŞYA SANAYİ.....	8
1. Genel Değerlendirme.....	8
a. Talebi Etkileyen Gelişmeler	8
b. Üretim.....	9
c. Yurtiçi Pazarın Gelişimi	11
d. Üreticilerin Konumları	12
e. İhracat.....	13
f. İthalat	15
g. Hammadde Fiyatlarındaki Değişimler.....	16
2. Sektörden Haberler	17
3. Politika Yapıcıların Kararları.....	18
BEKLENTİLER VE EĞİLİMLER.....	19
SWOT ANALİZİ.....	20

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Çeyreklere Göre Büyüme (%)	2
Grafik 2: Beyaz Eşya Fiyatlarında Yıllık Enflasyon	3
Grafik 3: Dayanıklı Tüketim Malı ve Ana Metal Sanayinde Üretici Fiyatları Yıllık Değişimi (%)	3
Grafik 4: Küresel Beyaz Eşya İhracatı	4
Grafik 5: Önde Gelen Beyaz Eşya İhracatçısı Ülkeler	4
Grafik 6: Önde Gelen Beyaz Eşya İthalatçısı Ülkeler	5
Grafik 7: Konut Satışları ve Beyaz Eşya Pazarının Değişimi	8
Grafik 8: Daire Bazında Yapı Kullanım İzin Belgeleri	9
Grafik 9: Tüketici Güven Endeksi	9
Grafik 10: Elektrikli Ev Aletleri İmalatı ve İmalat Sanayi Endeksi Gelişimi	10
Grafik 11: Ürün Gruplarına Göre Beyaz Eşya Sektörü Üretim Miktarları	10
Grafik 12: Yurtiçi Beyaz Eşya Pazarı Gelişimi	11
Grafik 13 : Yurtiçi Satış Adetleri ve Önceki Yılın Aynı Dönemine Göre Değişimleri	11
Grafik 14: Beyaz Eşya Fiyatları Görünümü (Endekslenmiş, Aralık 2015=1)	12
Grafik 15: Bölgelere Göre Tutar Bazında İhracatı Payları, 2017	13
Grafik 16: Ülkelere Göre Tutar Bazında İhracatı Payları , 2017	13
Grafik 17: Ürün Gruplarına Göre Beyaz Eşya İhracatı	14
Grafik 18: Ülkeler Bazında Beyaz Eşya İhracatında Değişim	14
Grafik 19: Ürün Gruplarına Göre Beyaz Eşya İthalatı	15
Grafik 20: Ülkelere Göre Beyaz Eşya İthalatı, 2017	15
Grafik 21: İthalatın Ürün Gruplarına Göre Kırılımı, 2017	16
Grafik 22: Hammadde Fiyat Endeksleri Görünümü	17

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Önemli Üreticiler ve Markaları	7
Tablo 2: Dünyada Gerçekleşen Önemli Birleşme ve Satın Almalar	7
Tablo 3: Türkiye'deki Üreticiler ve Markaları	13
Tablo 4: ISO 500 Listesindeki Beyaz Eşya Firmaları	17
Tablo 5: Halka Açık Beyaz Eşya Firmaları Özet Finansal Göstergeleri	17

Yönetici Özeti

Beyaz eşya sektörü; yüksek katma değeri, güçlü ihracat hacmi, rekabet gücü ve bilinirliği yüksek markalarıyla Türkiye ekonomisinin önde gelen sektörlerinden biridir.

Türkiye'nin önemli bir oyuncu olarak görüldüğü küresel beyaz eşya ticareti 2014 yılına kadar artış eğilimindeyken, ağırlıklı gelişmiş pazarlardaki yavaşlamanın etkisiyle daralmış ve 2014 yılındaki 45,5 milyar ABD doları seviyesinden 2016 yılında 41,1 milyar ABD doları seviyesine gerilemiştir. Sektörün en büyük ihracatçısı toplam küresel ihracatın %30'undan fazlasını karşılayan Çin olurken, Türkiye güncel durumda en büyük 4. ihracatçıdır.

Üretiminin ağırlıklı kısmı ihracata yönelik olan Türkiye beyaz eşya sektöründe, toplam ihracat tutarları 2014 yılından bu yana, küresel ihracatta görülen gerilemeye benzer şekilde azalış eğilimindedir. 2014 yılında 3,2 milyar ABD doları seviyesinde olan Türkiye beyaz eşya ihracatı 2017 yılında yaklaşık 2,8 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin beyaz eşya ihracatı ağırlıklı olarak Avrupa Birliği ülkelerine yapılmakta olup yıllar içerisinde ülkelerin toplam ihracattan aldıkları paylar benzer seviyelerde seyretmiştir. Birleşik Krallık, Fransa, İtalya ve İspanya sektörün önemli ihracat pazarları olmaya devam etmektedir.

Türkiye'nin ithalatının ihracata kıyasla çok daha sınırlı miktarda seyrettiği sektörde en fazla ithalat yapılan ülke Çin olmuştur. Ürün grupları bazında bakıldığında, ocak ve fırın grubu tutar bazında hem en çok ithal edilen hem de en çok ihraç edilen ürün grubu olmuştur.

2017 yılı içerisinde uygulanan ÖTV teşviki sonucunda iç piyasada görülen canlılık, sektör oyuncularının yurtiçi satışlara ağırlık vermesine neden olmuştur. Söz konusu vergi indiriminin uygulanmaya başlanmasıyla talepte hızlı ve güçlü bir artış görülmüş ve sektör 2017 yılını 8 milyonun üzerinde, rekor seviyedeki satış adediyle tamamlamıştır.

Beyaz eşya sektöründe hammadde olarak ağırlıklı kullanılan plastik ve çelik ürünlerinin çoğunlukla ABD doları bazında alınması ve girdilerin küresel emtia piyasalarındaki fiyat hareketlerinden etkilenmesi, firmaların maliyetlerini döviz ve emtia fiyatlarına duyarlı hale getirmektedir. Söz konusu fiyat hareketleri özellikle 2017 yılında firmaların kârlılığını olumsuz etkilemiştir.

Giriş

Bu rapor TSKB tarafından belirli dönemlerde hazırlanan Sektörel Görünüm Çalışmaları kapsamında yüksek katma değeri ve bilinirliği yüksek markalarıyla Türkiye'yi uluslararası ölçekte temsil eden beyaz eşya sektörü dinamiklerine, gelişmelerine ve beklentilere dair kapsamlı bir değerlendirme yapmak amacıyla hazırlanmıştır.

Raporda, küresel ve Türkiye beyaz eşya sektörü mevcut durumlarıyla ayrı ayrı ele alınmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde küresel beyaz eşya sektörü, ikinci bölümünde ise Türkiye beyaz eşya sektörü incelenmiş; son bölümde beklentilere yer verilmiştir.

Raporda beyaz eşya sektörünün genel analizinin yanı sıra sektör oyuncularına da yer verilmiş olup, güncel birleşme-satın alma işlemleri ile firmaların güncel finansal göstergeleri de yer almaktadır.

Raporda yer alan bilgi ve istatistikler temin edilirken Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından da kullanılan Uyumlaştırılmış Mal Tanım ve Kod Sistemi Olan Harmonize Sistem (HS) 6'lı sınıflama baz alınmış olup, tek bir ürün grubu için ise Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (G.T.İ.P.) kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan ürün grupları ocak-fırın, buzdolabı-derin dondurucu, bulaşık makinesi, çamaşır makinesi ve çamaşır kurutma makinesinden oluşurken ürün grupları bazında kullanılan ilgili kodlar ekte yer almaktadır.

Raporun sunum yapısı;

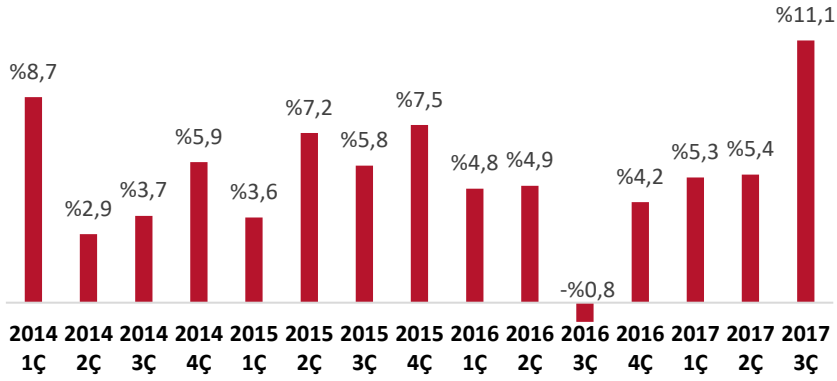
- Makroekonomik Gelişmeler
- Dünya Beyaz Eşya Sanayi
- Türkiye Beyaz Eşya Sanayi
- Beklentiler ve Eğilimler
- SWOT Analizi

bölümlerinden oluşmaktadır.

Makroekonomik Gelişmeler

2017 yılında Türkiye ekonomisi, beklentileri aşan, güçlü bir büyüme performansı sergilemiştir. Resmi verilere bakılırsa yılın ilk üç çeyreklik döneminde %7,4'lük kayda değer bir büyüme kaydedilmiştir. İlk dokuz aylık döneminde %6,1 büyüyen özel tüketim iç talepteki canlılığı ortaya koymuştur. Üçüncü çeyrekte %3,3 yükselen (gıda ve yakıt hariç) çekirdek perakende satış hacmi, 2017 yılının son çeyreğinde ise %2,1 yükselmiştir. Yine üçüncü çeyreklik dönemde dayanıklı tüketim mallarına yönelik reel harcamalar %31 artmıştır. 2017 yılının tamamında %6,5 büyüme kaydetmesini beklediğimiz Türkiye ekonomisinin 2018 yılında daha ılımlı bir seyir göstererek %4,0 - 4,5 bandında büyüyeceğini öngörmekteyiz.

Grafik 1: Çeyreklere Göre Büyüme (%)



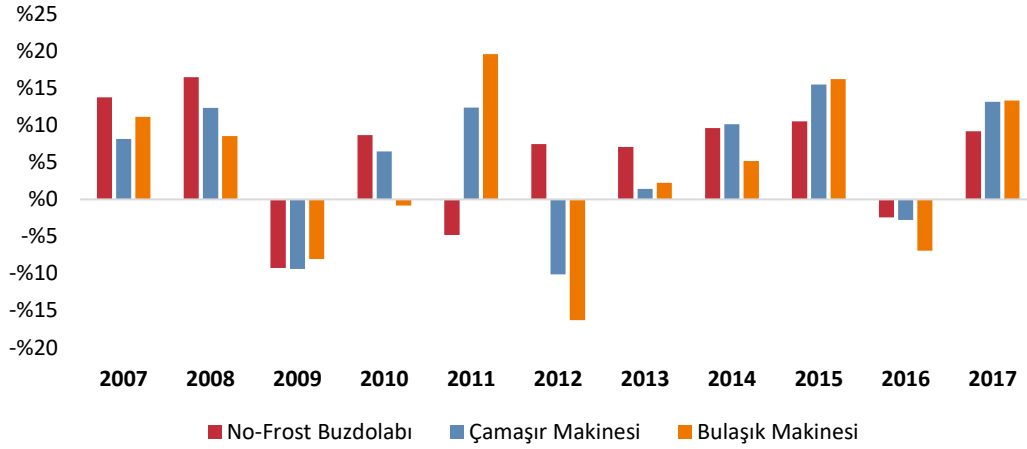
2017 yılı son çeyreğinde güçlü büyüme performansının devamına yönelik sinyaller alınmıştır. Son çeyrekte imalat sanayi kapasite kullanım oranı ortalama %79,5 ile 2008 krizinden beri en yüksek seviyeye ulaşmış, 2017 yılının tamamında ortalama %78,5 düzeyinde gerçekleşmiştir. Tüketim malları içerisinde kapasite kullanım oranı en fazla yükselen ana mal grubu dayanıklı tüketim malları grubu olmuştur (ortalama %75,8). Elektrikli teçhizat üretiminde kapasite kullanım oranı yıl içinde en yüksek seviyeye %83,1 ile eylül ayında, yani teşvik döneminin sonunda ulaşmıştır. Teşviklerin sona ermesiyle gerileyen kapasite kullanımı aralık ayında %76,5'e inmiştir. Yılın üçüncü çeyreğinde %10,2 artan sanayi üretimi, son çeyrekte hafif ivme kaybı yaşasa da %7,8 yükselmiştir. Bu rakam önceki yılın son çeyreğindeki %2,1 artışa göre önemli bir yükseliş ifade etmektedir. Sanayi üretimi yılın tamamında %6,3 artış göstermiştir. 12 aylık ortalama değişimler ile hesaplandığında elektrikli teçhizat imalatının yıllık bazda %6,9 yükseldiği tespit edilmiştir. TÜRKBESED verileri 2017 yılında "buzdolabı, derin dondurucu, çamaşır makinesi, kurutucu, bulaşık makinesi ve fırından oluşan grupta toplam üretim artışının %8,4 olduğuna işaret etmektedir (2016: %6,8 idi).

Yıla zayıf bir başlangıç yapan iç pazar şubat – eylül döneminde uygulanan ÖTV indiriminin etkisiyle güçlü bir büyüme kaydetmiştir. İç pazarda satışların ilk 9 ayda %23, yıl genelinde ise %14,2 arttığını görmekteyiz (TÜRKBESED). Son çeyrekte ise iç pazarda %13,3'lük daralma izlenmiştir. Sektörün ihracat pazarları ise İngiltere dışında 2017'de güçlü talep artışları sergilemiştir. 2017 yılının tamamında sektörün ihracatı %5,6 artış kaydetmiştir (2016: %8,1 idi).

Güçlü iç talep, TL'deki değer kaybı, ABD doları cinsinden ithal fiyatların yükselmesi ve gıda fiyatlarındaki geçen yıldan gelen baz etkisi 2017 yılında enflasyonist baskıyı artırmış, yıla %8,53'ten başlayan yıllık manşet enflasyon geride kalan seneyi %11,92'de tamamlamıştır. Ocak 2018'de ise fiyatlardaki yükseliş baskısının sürmesine rağmen, yıllık enflasyon baz etkisiyle %10,35'e gerilemiştir. Talepteki zayıflığın etkisiyle 2016 yılında ortalama %4 gerileyen beyaz eşya fiyatları 2017 yılında vergi teşviklerin tetiklediği güçlü iç talep ve artan ihracatla %12 artmıştır. 2018 yılı ilk çeyreğinde baz etkisiyle sınırlı

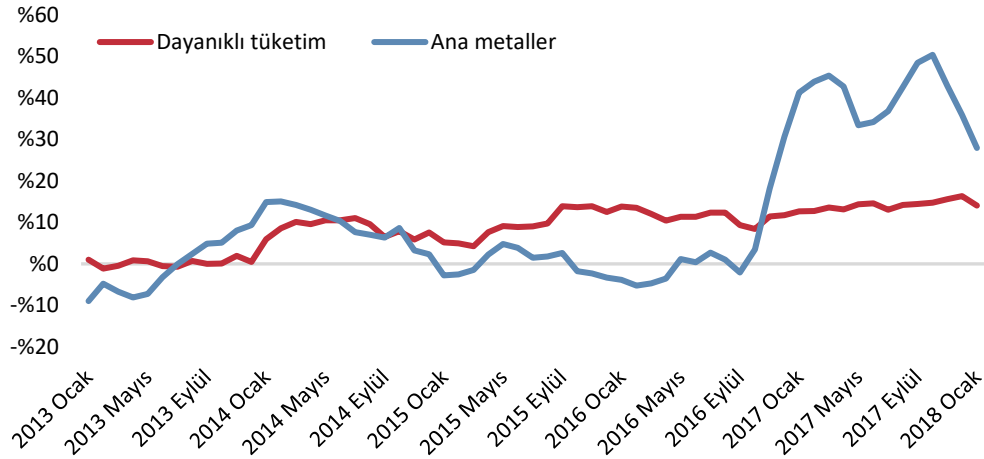
olarak gerilemesi beklenen enflasyonun Kasım ayına kadar çift hanede seyredeceğini ve seneyi %9-9,5 bandında tamamlayacağını tahmin etmekteyiz.

Grafik 2: Beyaz Eşya Fiyatlarında Yıllık Enflasyon



Geride kalan senede endüstriyel emtia fiyatlarında kaydedilen artışlar ana metal sanayi maliyetleri başta olmak üzere üretici fiyatlarının hızlı bir şekilde yükselmesine sebep oldu. Bu gelişmenin etkilerini %16 yükselen dayanıklı tüketim malı, %24 yükselen tüketici elektroniği ve %19 artan elektrikli teçhizat imalat maliyetlerinde gözlemledik. Her ne kadar 2018 yılında enerji fiyatlarında yüksek artışlar öngörmüyor olsak da emtia fiyatlarında süregelen ralli beyaz eşya üretiminde maliyet baskısının devam edebileceğine yönelik bir sinyal niteliğindedir.

Grafik 3: Dayanıklı Tüketim Malı ve Ana Metal Sanayinde Üretici Fiyatları Yıllık Değişimi (%)



Sonuç olarak, büyüme ve dış ticaret verilerinin pozitif seyir izlediği 2017'nin ardından 2018 yılında Türkiye ekonomisinin daha ılımlı bir büyüme ve güçlü ihracat görünümü sergileyebileceğini tahmin etmekteyiz. En temel sorun olarak görülen enflasyonda kur gelişmeleri ve küresel emtia fiyatlarının seyri bu alanda belirleyici olacaktır.

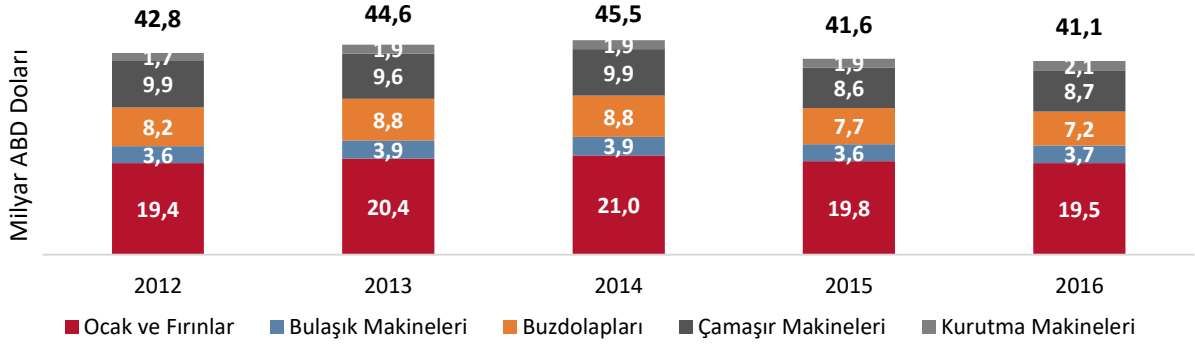
Dünya Beyaz Eşya Sanayi

1. Dünya Beyaz Eşya Sektörü Göstergeleri

a. Küresel Ticaret

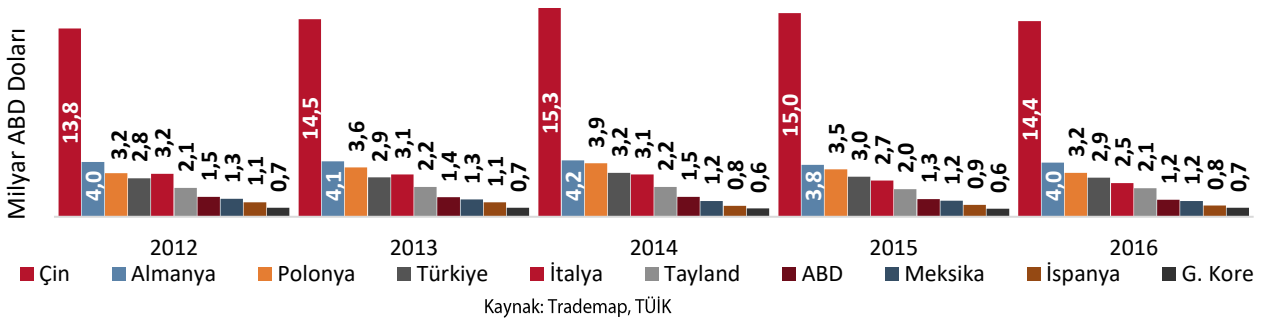
Küresel beyaz eşya ihracatı 2014 yılında 45,5 milyar ABD doları büyüklüğe ulaşmışken, Almanya, Birleşik Krallık ve Fransa gibi Avrupa ülkelerinde talebin daralmasına ve Japonya'daki ekonomik yavaşlamaya paralel olarak 2016 yılı itibarıyla 41,1 milyar ABD dolarına gerilemiştir.

Grafik 4: Küresel Beyaz Eşya İhracatı



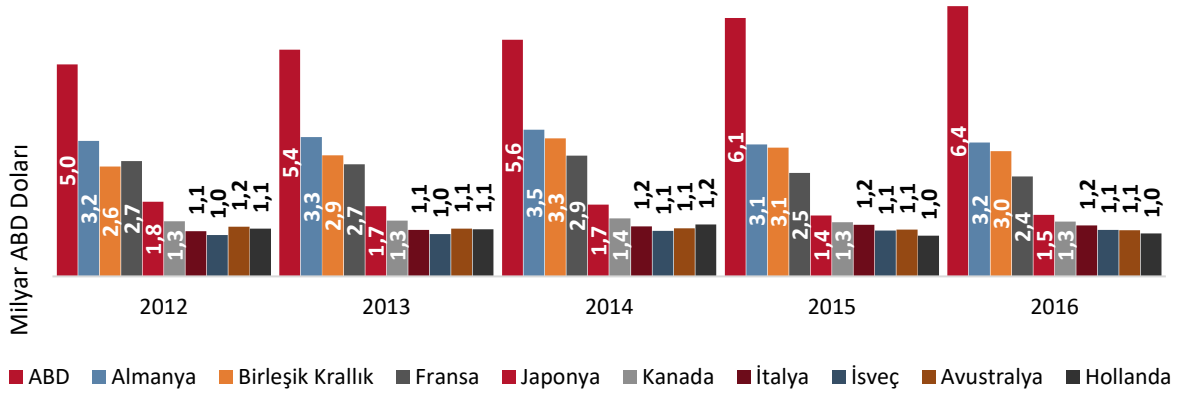
İhracatın ülkelere göre dağılımı incelendiğinde ocak-fırın, buzdolabı ve çamaşır makinesi ihracatında ilk sırada olan Çin'in dünyanın en büyük beyaz eşya ihracatçısı olduğu görülmektedir. Çin'i, Almanya, Polonya ve Türkiye izlemektedir. Türkiye, 2012 yılında beşinci sırada yer alırken 2014 yılından itibaren İtalya'yı geçerek dördüncü sırada yer almaktadır. Çin, Polonya, Türkiye ve G. Kore gibi oyuncuların ABD doları bazında ihracatı geçtiğimiz beş yılda artış gösterirken, İtalya, İspanya, ABD ve Meksika'nın ihracatında çift haneli gerileme izlenmiştir.

Grafik 5: Önde Gelen Beyaz Eşya İhracatçısı Ülkeler



Dünya beyaz eşya ithalatı 2016 yılında önceki yıla benzer şekilde 40,7 milyar ABD doları seviyesinde gerçekleşmiştir. En çok ithalat yapan ilk on ülkenin tamamının gelişmiş ekonomilerden oluştuğu dikkat çekmektedir. Önde gelen ithalatçı ülkeler arasında ABD, Almanya, İtalya ve İsveç'in ithalatında son beş yılda artış izlenirken, Fransa, Japonya, Avustralya ve Hollanda'da gerileme görülmektedir.

Grafik 6: Önde Gelen Beyaz Eşya İthalatçısı Ülkeler



Küresel beyaz eşya ihracatının ürün gruplarına göre kırılımı incelendiğinde en yüksek payın son beş yılda ortalama %46 ile ocak ve fırınlara ait olduğu görülmektedir. Ocak ve fırınların ardından en yüksek paya sahip ürün grupları ise sırasıyla çamaşır makineleri ve buzdolaplarıdır.

Dünya ocak ve fırın ihracatının yarısına yakını elektrikli fırın ve ocaklardan oluşmakla birlikte, mikro dalgalı fırınların payı tüm ihracatın içinde %20 seviyesindedir. Dünyanın en büyük ocak ve fırın ihracatçısı Çin olurken, son yıllarda Meksika ve Almanya'nın ihracatında önemli oranda artış, İtalya'nın ihracatında ise gerileme izlenmektedir. Ocak ve fırın ithalatında ise ilk sırada ABD yer alırken, önemli bir ihracatçı da olan Almanya ikinci sırada yer almaktadır. Birleşik Krallık, Fransa, Kanada ve Japonya diğer önemli ithalatçılardır.

Dünya buzdolabı ihracatı 2016 yılında önceki yıla göre yaklaşık %6,5 oranında gerileyerek 7,17 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Buzdolabı ihracatının yaklaşık %60'ı ev tipi buzdolaplarından, kalan kısım ise donduruculardan oluşmaktadır. Dünyanın en büyük buzdolabı ihracatçısı büyük farkla Çin olmakla birlikte, Tayland, Almanya, Türkiye ve İtalya ihracatta önemli rol oynamaktadır. Çin ve Tayland dışında kalan önemli ihracatçıların ihracat tutarları 2012-2016 yılları arasında dalgalanmış, 2016 yılında ise Almanya hariç tüm ülkelerin ihracatında gerileme görülmüştür. En büyük ithalatçı konumundaki ABD'nin talebinde artış izlenirken, önde gelen diğer ithalatçılar arasında olan Almanya, Fransa ve İtalya gibi ülkelerin talebinde gerileme görülmektedir.

Çamaşır makinesi ihracatı 2016 yılında önceki yıla göre önemli tutarda değişim göstermeyerek 8,65 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Tam otomatik makinelerin yaygınlaşmasına paralel olarak 2016 yılında küresel ihracatın %90'ı tam otomatik çamaşır makinelerinden oluşmuştur. Ülke bazında bakıldığında Çin'in en büyük ihracatçı olduğu çamaşır makinesi pazarında geçtiğimiz beş yılda Türkiye ve Tayland önemli büyüme göstermiş, ihracatını kesintisiz olarak artırabilen tek ülke ise Türkiye olmuştur. En büyük gerileme ise 2012 yılından 2016 yılına ihracatı %30 azalan İtalya'da gerçekleşmiştir.

2012-2016 döneminde tutar bazında en yüksek büyümenin görüldüğü ürün grubu olan bulaşık makinelerinin toplam ihracatı 2016 yılında 3,73 milyar ABD doları olmuştur. Bulaşık makinesi ihracatında ilk sırada Almanya'nın bulunmasına karşın, ikinci ve üçüncü sırada bulunan Polonya ve

Çin'in ihracatında görülen güçlü artış ile Almanya'ya yaklaştığı izlenmektedir. Öte yandan, İtalya'nın ihracatı geçtiğimiz beş yılda önemli ölçüde gerilemiştir. Dünyanın en büyük bulaşık makinesi ihracatçısı konumundaki Almanya aynı zamanda ithalatta da ilk sırada yer almaktadır. Almanya ve Fransa'nın ithalatında gerileme izlenirken, ABD ve Birleşik Krallık talebi artış göstermektedir.

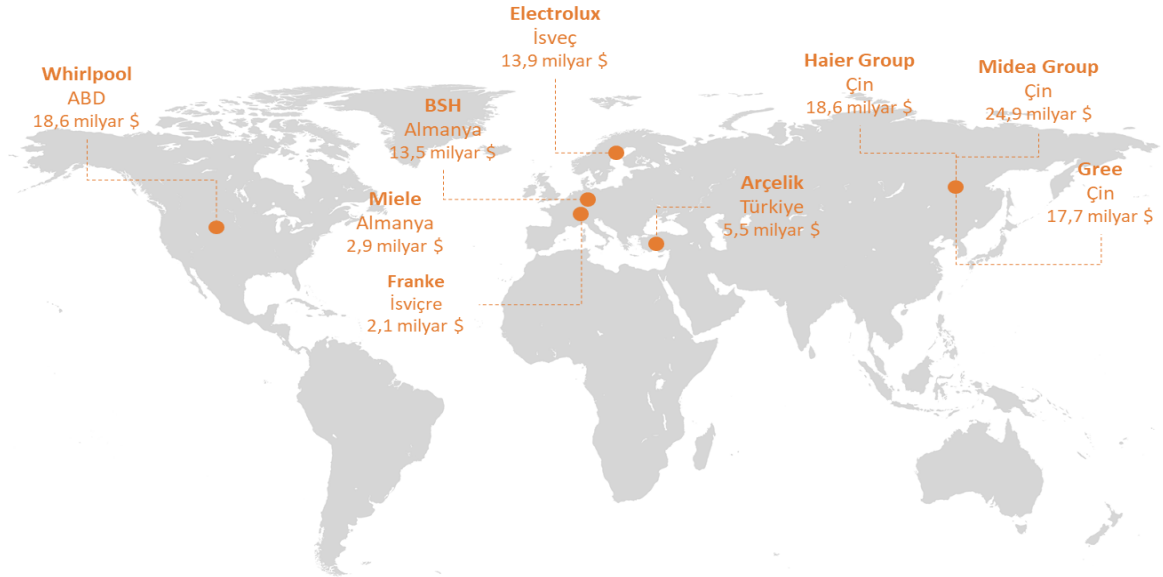
Küresel ticaretten en küçük pay alan ürün grubu olan çamaşır kurutma makineleri ihracatının son beş yıllık bileşik büyüme oranı %5,3 olurken 2012-2016 yılları arasında yaklaşık dörtte bir oranında artış göstermiştir. Dünyanın en büyük kurutma makinesi üreticisi Polonya olmakla birlikte, Türkiye, Almanya ve Çek Cumhuriyeti diğer önde gelen oyuncularındandır. Kurutma makinesi ithalatında önde gelen ülkeler Almanya, ABD ve Birleşik Krallık'ın talebi küresel ithalata paralel şekilde geçtiğimiz yıllarda artış göstermiştir.

b. Önde Gelen Şirketler

Beyaz eşya sektöründe yüksek yatırım ihtiyacı, teknoloji ve işlevsellik açısından üreticilerin sürekli rekabeti, marka bilinirliğinin önem taşıması gibi faktörler sebebiyle az sayıda firmanın küresel pazarda egemen olduğu izlenmektedir.

Beyaz eşya sektöründe yer alan önemli oyuncuların Çin, Avrupa ve ABD merkezli olduğu görülmektedir. Küresel ölçekte faaliyet gösteren bu şirketlerin çoğu beyaz eşyanın yanı sıra başta küçük ev aletleri olmak üzere, klima, TV ve diğer elektronik cihazların da üretimini gerçekleştirmektedir.

Şekil 1: Küresel Üreticilerin Konumları ve 2016 Yılı Ciro Bilgileri



Kaynak: Firma Yatırımcı Sunumları, Factiva

Beyaz eşya sektörü, ürün kalitesi ve fonksiyonelliğin olduğu kadar marka bilinirliğinin de tüketici tercihini etkilediği bir sektör olarak öne çıkmaktadır. Özellikle son on yılda, beyaz eşya üreticilerinin yeni pazarlara doğrudan girmek yerine hedef pazarda marka bilinirliği yüksek şirketler ile ortaklık kurduğu veya satın aldığı, daha sonra bu markaların kullanımına devam ettiği izlenmektedir. Yukarıdaki haritada yer alan önemli üreticilerin bünyesindeki bazı markalar aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1: Önemli Üreticiler ve Markaları

Üretici Firma	Seçilmiş Markalar
Midea	Midea, Little Swan, Hualing
Whirlpool	Whirlpool, Hotpoint, Maytag, Indesit, Kitchen Aid
Haier	Haier, Casarte, Leader, Fisher & Paykel
Gree	Gree
Electrolux	Electrolux, AEG, Zanussi, Westinghouse
B/S/H	Bosch, Siemens, Gaggenau, Profilo, Neff
Arçelik	Arçelik, Beko, Blomberg, Grundig, Arctic, Dawlance, Defy, Flavel, Elektrabregenz
Miele	Miele
Franke	Franke, Eisinger, Faber

Kaynak: Firma Web Siteleri

c. Birleşme ve Satın Almalar

Tablo 2: Dünyada Gerçekleşen Önemli Birleşme ve Satın Almalar

İşlem Tarihi	Hedef Şirket	Hedef Şirket Ülkesi	Alıcı Şirket	Alıcı Şirket Ülkesi	Tutarı (Milyon ABD Doları)
Kas-2016	Dawlance	Pakistan	Arçelik	Türkiye	243
Haz-2016	GE Appliances	ABD	Qingdao Haier	Çin	5.600
Kas-2015	CDA Group	Birleşik Krallık	Amica Wronki	Polonya	37
Oca-2015	B/S/H Hausgerate (%50 Pay)	Almanya	Bosch	Almanya	3.854
Eki-2014	Indesit (%56 Pay)	İtalya	Whirlpool	ABD	1.000

Kaynak : Mergermarket

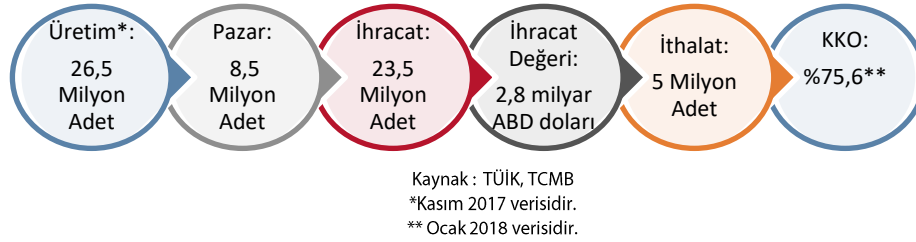
Uluslararası firmaların rekabet ettiği beyaz eşya sektöründe birçok farklı amaca yönelik olarak birleşme ve satın alma işlemleri gerçekleşmektedir. Şirket birleşme ve satın almalarının öncelikli motivasyonları olarak ölçek ekonomisi ile verimlilik artışı, yeni pazarlara ulaşma ve hedef şirketlere ait markaların bilinirliğinden faydalanma öne çıkmaktadır. ABD merkezli Whirlpool firması pazar payını artırmakta zorluk yaşadığı Avrupa pazarında, İtalya merkezli Indesit şirketini satın alarak küresel varlığını güçlendirmiştir. Şirket birleşmesi planlarının gerçekleşmesinde, piyasadaki rekabeti bozucu ya da tekeli sayılan işlemleri kısıtlayan (antitröst) uygulamaları da önemli rol oynamaktadır.

Antitröst uygulamaları küresel rekabette önemli bir etken

Sektörde az sayıda büyük oyuncunun rekabet etmesi sebebiyle birleşme ve satın alma işlemleri yasal engellere takılabilmektedir. Geçmişte birçok birleşme ve satın alma işlemi gerçekleştirmiş olan İsveç merkezli Electrolux, tarihindeki en büyük satın alma işlemi olarak 2015 yılında ABD merkezli GE Appliances'ı bünyesine katmış ve ABD pazarındaki payını iki katına çıkarıp Whirlpool'a karşı rekabet gücünü artırmayı amaçlamıştır. Ancak söz konusu işlem, iki şirketin de pazar payının yüksek olması ve pazardaki rekabete zarar verebileceği sebebiyle ABD hükümeti tarafından engellenmiştir. Yaklaşık bir yıl sonra ABD'deki pazar payı %3 seviyesinde olan Çinli Qingdao Haier, GE Appliances hisseleri için Electrolux'un teklifinden %60 daha yüksek fiyat önermiş, pazar payının rekabeti bozucu nitelikte olmadığına karar verilmesinin ardından şirketi satın almıştır.

Türkiye Beyaz Eşya Sanayi

1. Genel Değerlendirme



Beyaz eşya sektörü yüksek katma değerini yanı sıra, marka bilinirliği yüksek üreticilerin bulunduğu bir sektör olarak Türkiye'yi uluslararası ölçekte temsil etmektedir. Avrupa'nın en büyük, dünyanın ise en büyük ikinci beyaz eşya üreticisi konumunda bulunan sektör, üretiminin dörtte üçünü 150'yi aşkın ülkeye ihraç ederek önemli döviz girdisi sağlamaktadır. Sektör ihracatının başta AB ülkeleri olmak üzere gelişmiş ülkelere yönelik olarak gerçekleştirildiği dikkat çekmektedir. Beyaz eşya sanayi rekabetçi konumunu koruyabilmek için sürekli Ar-Ge yatırımları yapmakta, yurtiçinde olduğu gibi uluslararası düzeyde de inovasyona öncülük etmektedir.

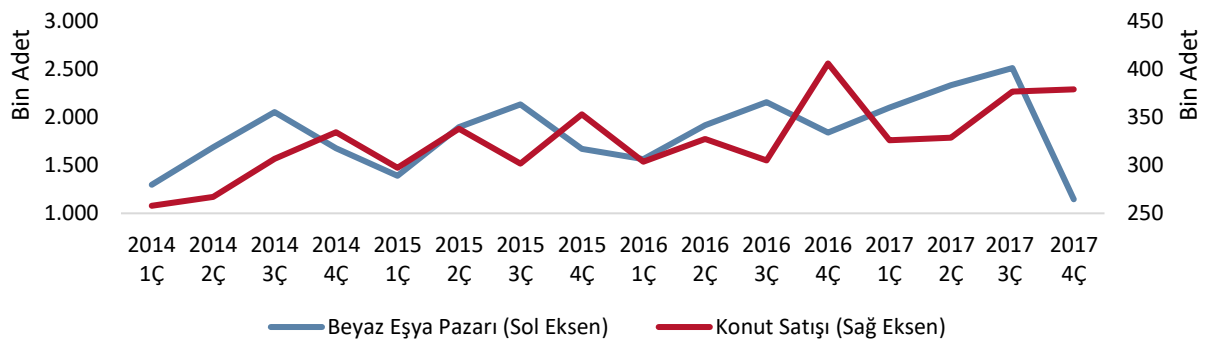
Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBEŞD)'ne göre sektör, doğrudan yaklaşık 60.000 kişiye istihdam sağlamakla birlikte, söz konusu sayı sektörün gelişimine paralel olarak büyüyen tedarik zinciri, yan sanayi ve bayi ağı ile birlikte yarım milyonu aşmaktadır.

Beyaz eşya sektörü özellikle son yıllarda yurtiçindeki yatırımlarının yanı sıra yurtdışı birleşme & satın alma işlemleri ve yeni (greenfield) yatırımlar ile yurtdışına doğrudan yatırım gerçekleştiren ender sektörlerdendir.

a. Talebi Etkileyen Gelişmeler

Beyaz eşya talebinin önemli bölümü konut satışlarına paralel olarak gerçekleşen yeni beyaz eşya talebinden kaynaklanmaktadır. Türkiye'de konut satışları 2017 yılında önceki yıla göre %5,1 artarak 1 milyon 409 bin adet olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu artışın beyaz eşya talebine olumlu katkıda bulunduğu düşünülmektedir. Konut satışı ve beyaz eşya pazarı arasındaki paralelliğin 2017 yılında beyaz eşya talebindeki öne çekilmeden kaynaklı olarak bozulduğu izlenmiştir. Aşağıdaki tabloda çeyrek dönemler bazında konut satışları ve beyaz eşya pazarının değişimi görülmektedir.

Grafik 7: Konut Satışları ve Beyaz Eşya Pazarının Değişimi

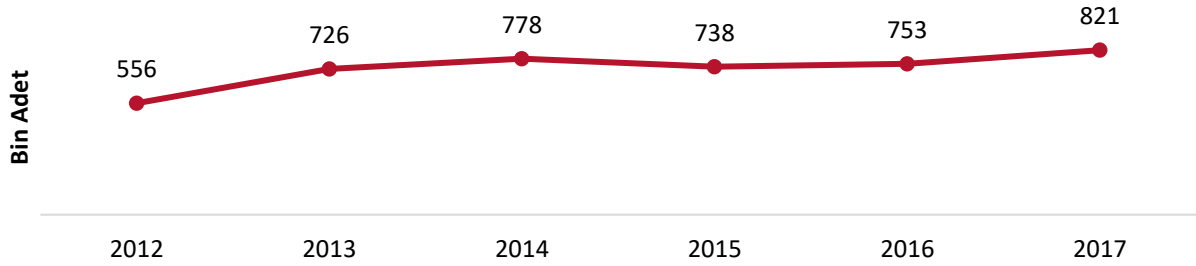


Kaynak: TÜİK, TÜRKBEŞD

Beyaz eşya talebine ilişkin bir diğer gösterge de oluşacak beyaz eşya talebinin öncü göstergesi olarak sayılabilecek yapı kullanım izin belgeleridir. Yapı kullanım izin belgelerindeki artışın konut satışına

dönüştürülmesi halinde beyaz eşya talebini olumlu etkilediği görülmektedir. 2017 yılında yapı kullanım izin belgelerinin artış gösterdiği izlenmektedir.

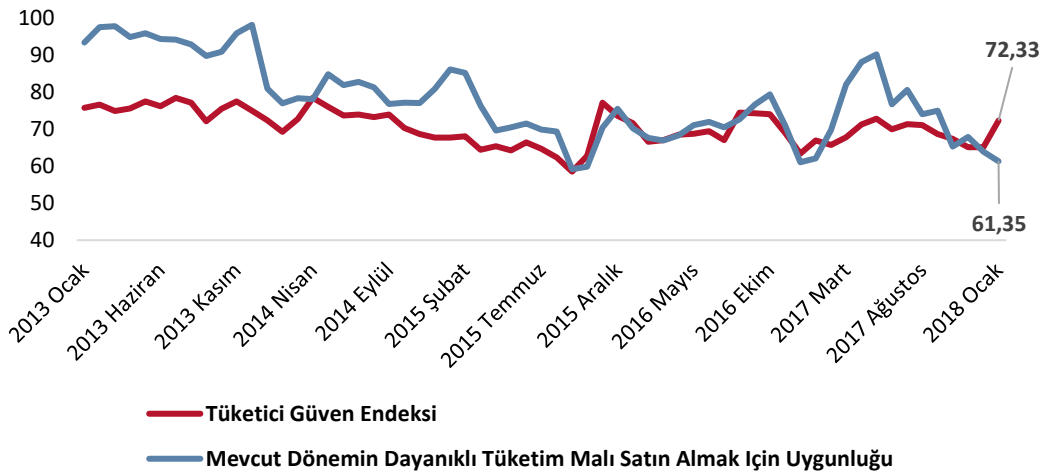
Grafik 8: Daire Bazında Yapı Kullanım İzin Belgeleri



Kaynak: TÜİK

Tüketici güven endeksi ve mevcut dönemin dayanıklı tüketim malı satın almak için uygunluğu, sektörde talep hareketlerinin göstergesi olarak öne çıkmaktadır. 2017 yılı içerisinde mevcut dönemin dayanıklı tüketim malı satın almak için uygunluğunu gösteren endeksin tüketici güven endeksinden olumlu yönde ayrıştığı ve bu hareketin yıl içerisindeki satışlara yansıdığı izlenmektedir. Yılsonu itibarıyla kesişen endekslerin 2018 yılına 2017'nin tersi bir görünümde başladığı dikkat çekmekte, 2017 Eylül ayında ÖTV teşvikinin sona ermesinin dayanıklı tüketim malı alımına ilişkin güveni olumsuz etkilediği görülmektedir.

Grafik 9: Tüketici Güven Endeksi

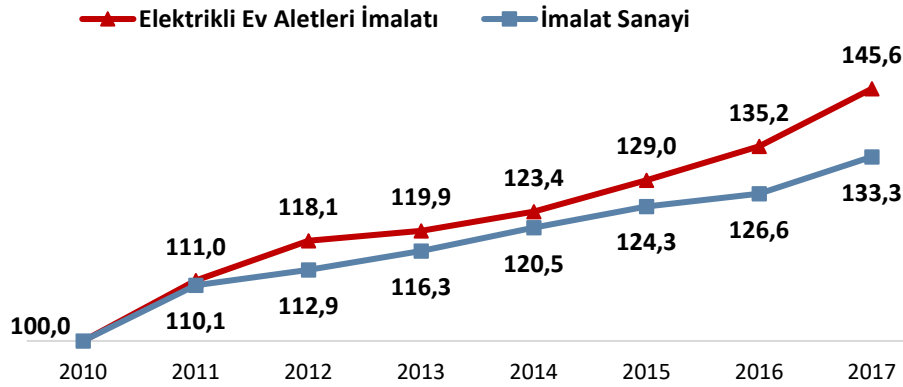


Kaynak: TÜİK

b. Üretim

Elektrikli ev aletleri imalatı endeksinin, imalat sanayi endeksinin üzerinde seyrettiği görülmektedir. Elektrikli ev aletleri imalatı endeksi 2017 yılında özellikle Mart ayından itibaren yükselerek Ağustos ayında rekor seviyeye ulaşmış, böylece 2017 yılında elektrikli ev aletleri imalatında görülen artış imalat sanayinin oldukça üzerinde gerçekleşmiştir.

Grafik 10: Elektrikli Ev Aletleri İmalatı ve İmalat Sanayi Endeksi Gelişimi

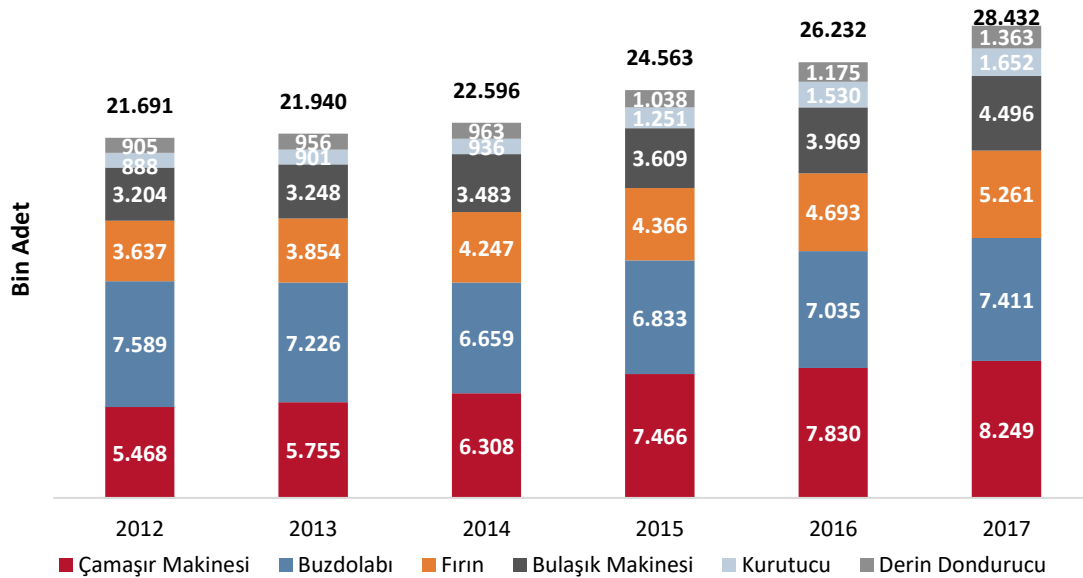


Kaynak : TÜİK
*2017 yılı 11 aylık verileri içermektedir.

Beyaz eşya sektörü üretimi 2017 yılının Kasım ayı itibarıyla önceki yıla göre yaklaşık %9 artış göstererek tarihi zirveye ulaşmıştır. Sektörün üretim kompozisyonu 2016 yılsonuna benzer olarak gerçekleşmiş, çamaşır makinesi ve buzdolabı en yüksek üretim adedine sahip olmuştur.

Geçtiğimiz beş yılda ortalama olarak üretiminin %75'ini ihraç eden sektörün ihracat oranı, 2017 yılında yurtiçi talepteki artışın etkisiyle %71 olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 11: Ürün Gruplarına Göre Beyaz Eşya Sektörü Üretim Miktarları



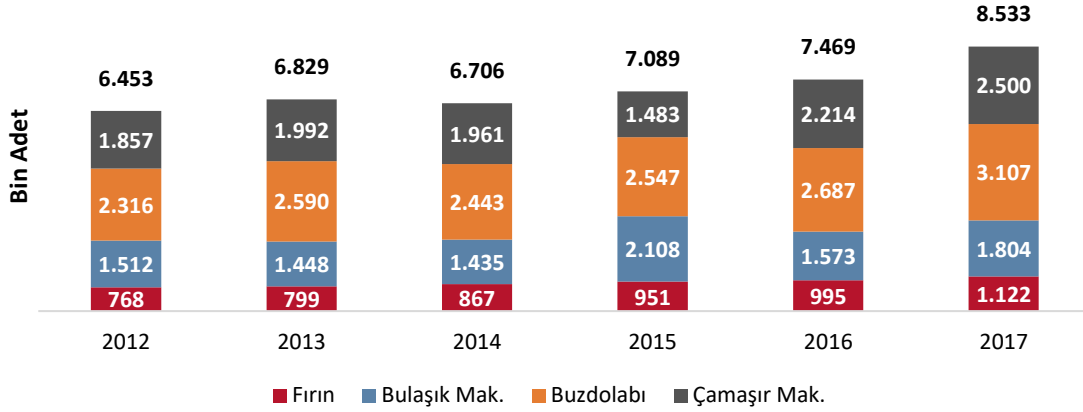
Kaynak: TÜRKİBESD

Üretimin aylara göre gelişimi incelendiğinde, Şubat ayında yürürlüğe giren ÖTV indirimi teşvikinin ardından Mart ve Nisan aylarındaki artış dikkat çekmektedir. Söz konusu aylarda üretim önceki yılın aynı aylarına göre sırasıyla %21 ve %23 oranında artış göstermiştir. ÖTV desteğinin devam ettiği dönemde gelişen talebi karşılamak için artan üretim miktarının Ekim ayından itibaren önceki yıllara benzer seviyelere gerilediği görülmüştür.

c. Yurtiçi Pazarın Gelişimi

Türkiye beyaz eşya pazarı 2017 yılı itibarıyla önceki yıla göre yaklaşık %14 büyümüş, 8 milyon adedi aşarak tüm ürün gruplarında rekor seviyeye ulaşmıştır. Söz konusu büyüme oranı geçtiğimiz beş yılın ortalaması olan %3,8'in oldukça üzerinde gerçekleşmiştir. 2017 yılında satışı önceki yıla göre %15,6 oranında artan buzdolabı en fazla büyüyen ürün grubu olarak önceki yıllara benzer şekilde yaklaşık %37 pay ile en fazla satılan ürün olmuştur.

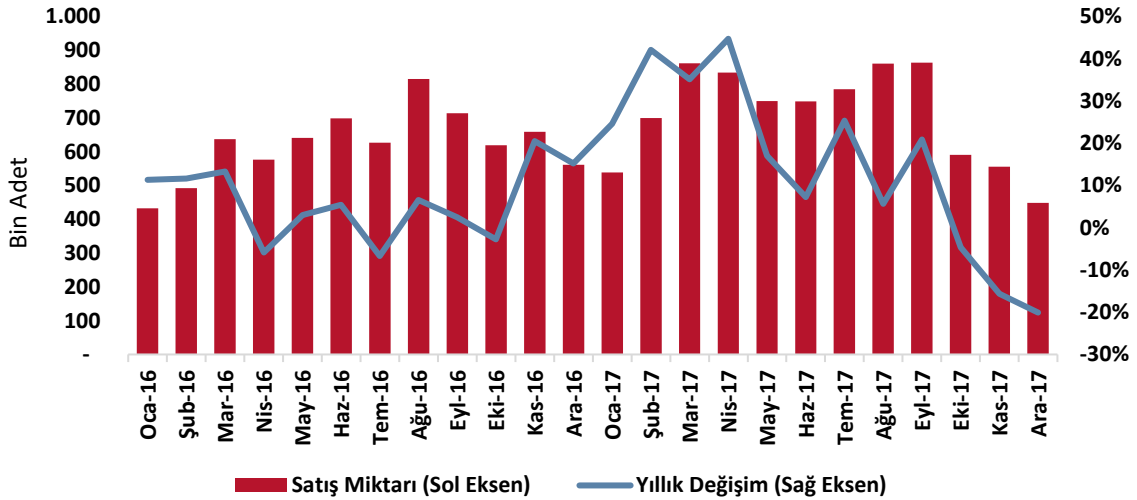
Grafik 12: Yurtiçi Beyaz Eşya Pazarı Gelişimi



Kaynak: TÜRKESD

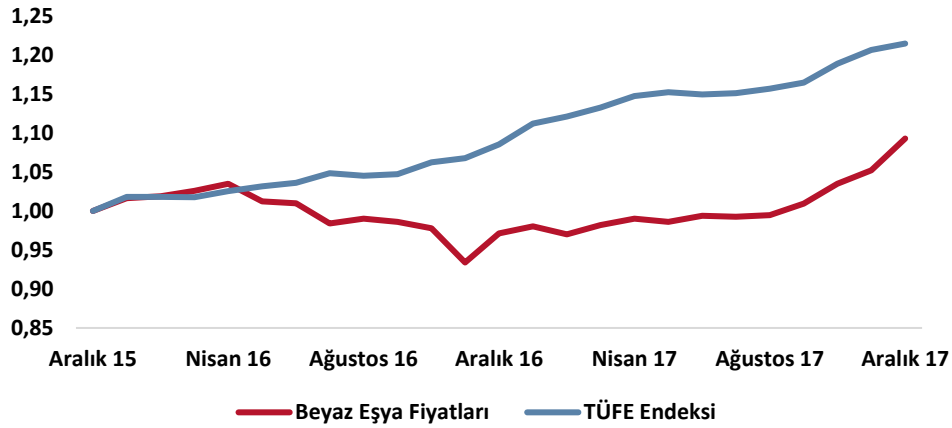
Pazarın aylık gelişimine bakıldığında, Şubat ayında gerçekleşen ÖTV indirimi teşvikinin talepte hızlı ve güçlü bir etki yaratarak, dönemsel olarak yaz aylarında görülen yüksek talebin öne çekilmesinde rol oynadığı görülmektedir. Özellikle Şubat, Mart ve Nisan aylarında önceki yılın aynı aylarına göre satışlarda görülen sırasıyla %42, %35 ve %45 oranındaki artış dikkat çekmektedir. Buna karşın, iç talebin en yüksek seviyelerde olduğu, evliliklerin arttığı yaz aylarında yaşanan dönemseliğin, teşvik ve kampanyalarla talebin öne çekilmesi sebebiyle önceki yıllara göre daha az hissedildiği görülmüştür. ÖTV teşvikinin bitişinden önce Ağustos ve Eylül aylarında da yaklaşık 860 bin adet satış gerçekleşmiş olup Ağustos 2017'de sektörde en yüksek aylık satış adetleri yakalanmıştır. Eylül ayı sonu itibarıyla ÖTV teşvikinin sona ermesinin ardından sektör temsilcilerinin beklentisinden daha güçlü bir gerileme yaşanarak son çeyrek satışları önceki yılın aynı dönemine göre %20 azalmıştır.

Grafik 13 : Yurtiçi Satış Adetleri ve Önceki Yılın Aynı Dönemine Göre Değişimleri



Kaynak : TÜRKESD

Grafik 14: Beyaz Eşya Fiyatları Görünümü (Endekslenmiş, Aralık 2015=1)

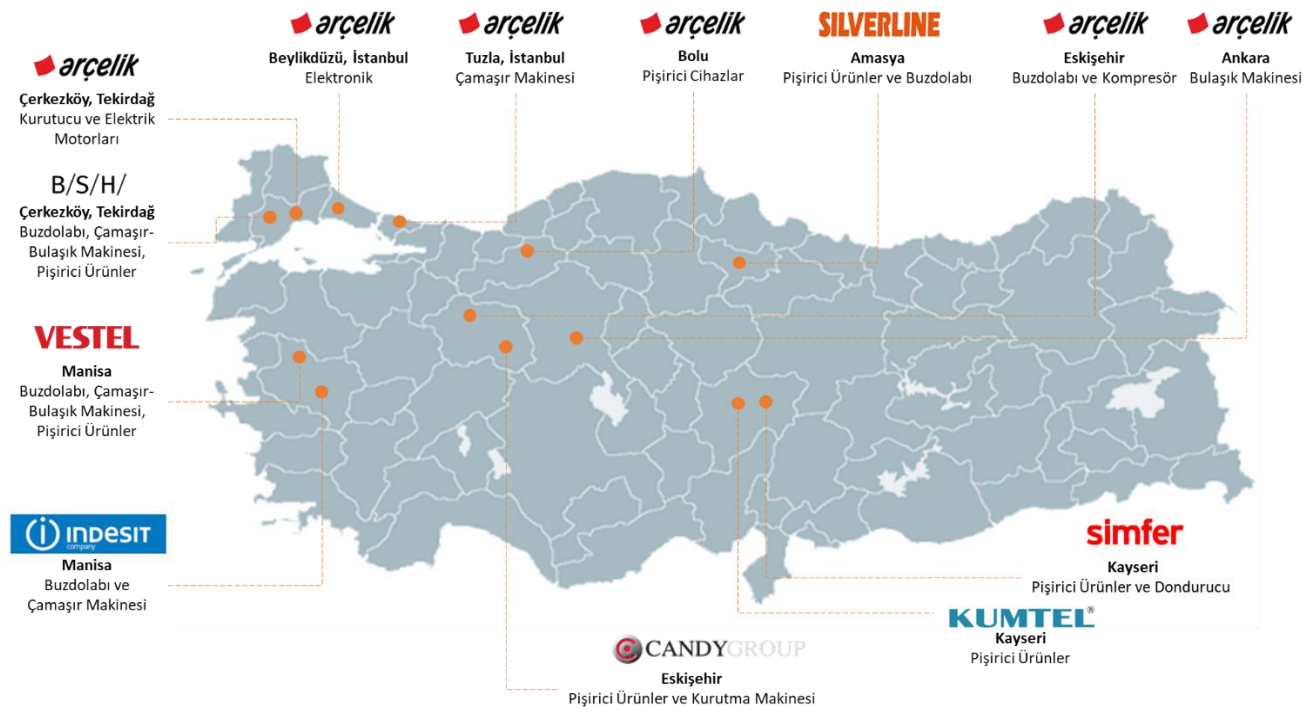


2017 yılı Şubat ayı başında beyaz eşya ürünlerinde %6,7 olan ÖTV oranının %0'a indirilmesi ürün fiyatlarında gözle görülür bir fark yaratmıştır. Beyaz eşya ürün fiyatları incelendiğinde, 2015 yıl sonu verileri baz olarak kabul edilen endekse göre, 2016 yılı son çeyreğinde promosyonlu satışlar ile birlikte TÜFE endeksinden ayrılan fiyatların, ÖTV indirimi etkisiyle makası biraz daha açtığı görülmektedir. 2017 yılı Eylül ayında ÖTV'de indirim döneminin sona ermesiyle birlikte 2018'de ürün fiyatlarında normalleşme görülmesi olağandır.

d. Üreticilerin Konumları

Türkiye'de mevcut durumda üretim gerçekleştirmekte olan sekiz beyaz eşya üreticisi bulunmaktadır. Söz konusu firmaların üretim tesislerinin dağılımı incelendiğinde, İstanbul, Tekirdağ, Ankara, Eskişehir ve Kayseri illerinin gerek sanayinin gelişmiş olması gerekse bu bölgelerde beyaz eşya talebinin güçlü olması sebebiyle öne çıktığı görülmektedir.

Şekil 2 : Türkiye'de Bulunan Beyaz Eşya Üreticilerinin Coğrafi Dağılımı



Kaynak: TSKB

Sektördeki oyuncular yurtiçinde birçok farklı marka ile faaliyet göstermektedirler.

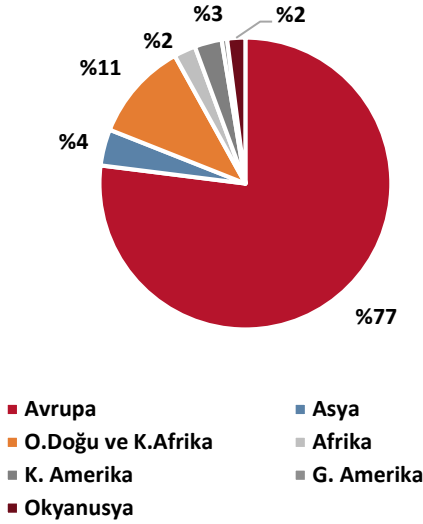
Tablo 3: Türkiye'deki Üreticiler ve Markaları

Üretici	Yurtiçine Yönelik Markalar
Arçelik	Arçelik, Beko, Altus, Grundig
B/S/H	Bosch, Siemens, Gaggenau
Candy Hoover	Hoover, Süsler
Indesit	Indesit, Hotpoint
Kumtel	Kumtel, Luxell
Sersim	Simfer
Vestel	Vestel, Vestfrost, Regal, Sharp

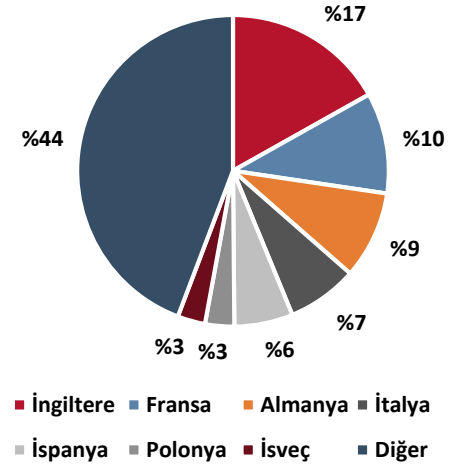
e. İhracat

Üretiminin yaklaşık %75'i ihracata yönelik olan ve ihracatının tamamına yakını AB ülkelerine gerçekleştiren beyaz eşya sektöründe; 2017 yılında iç piyasadaki teşvikler ile öne çekilen talep sayesinde iç pazarda büyüme yaşanırken, 2016 yılına benzer seviyede ihracat gerçekleşmiştir. Küresel ihracatta yaşanan gerilemeye paralel şekilde Türkiye beyaz eşya sektörünün de ihracat tutarlarında gerileme eğilimi sürmektedir.

Grafik 15: Bölgelere Göre Tutar Bazında İhracatı Payları, 2017



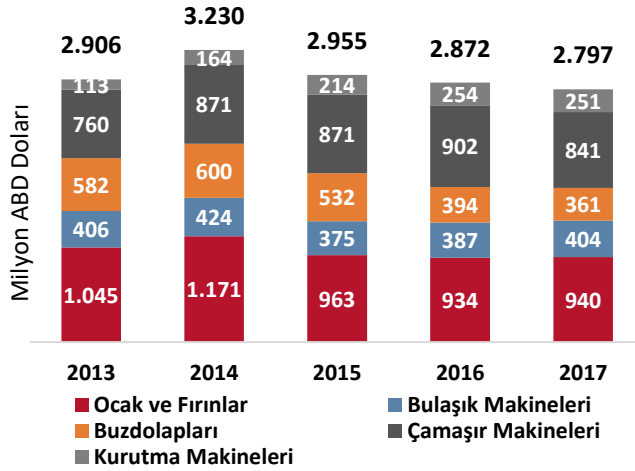
Grafik 16: Ülkelere Göre Tutar Bazında İhracatı Payları, 2017



Kaynak: TÜİK

İhracatın ürün bazında kırılımı incelendiğinde buzdolabı ile ocak ve fırın grubunun toplam ihracat içerisinde aldığı payda azalış görülürken, çamaşır ve çamaşır kurutma makinelerinin aldıkları paylarda artış kaydedilmiştir. 2013-2017 arasındaki dönemde ihracattan aldığı payı %4'ten %9 seviyesine çıkaran çamaşır kurutma makineleri ihracatı, tutar olarak yaklaşık iki katına yükselmiş, buzdolabı grubu ihracatı ise ana ihracat pazarlarının tamamına yakınında görülen gerileme sonucu ABD doları bazında %38 gerilemiştir.

Grafik 17: Ürün Gruplarına Göre Beyaz Eşya İhracatı



Tutar bazında ihracattan en büyük payı alan ocak ve fırın satışı adet bazında %8,5 artışla 13,5 milyon adete ulaşmıştır.

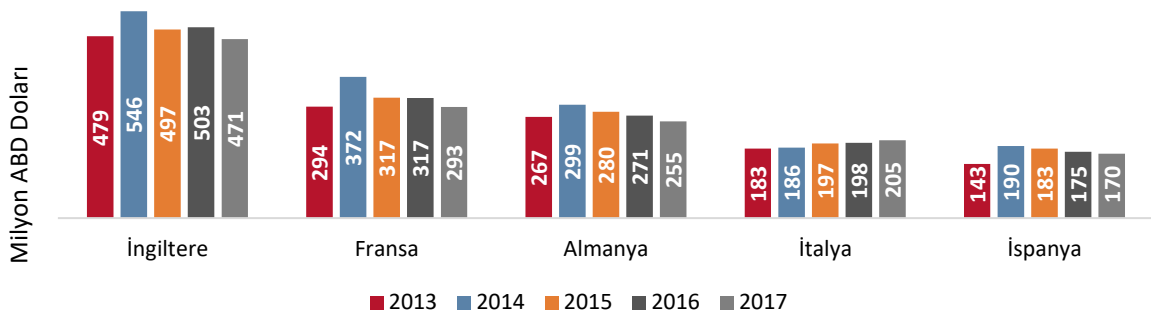
İhracattan aldığı pay tutar bazında ikinci sırada olan çamaşır makinesi grubu, toplam beyaz eşya ihracat tutarlarındaki dalgalanmaya karşın, 2013-2016 yılları arasında ihracat miktarını sürekli olarak arttırmış, 2017 yılında ise ihracat miktar ve tutarlarında %7'lik daralma kaydetmiştir.

Bulaşık yıkama makinelerinin ihracatının 2015 yılında ABD doları bazında %12 daraldığı görülse de, söz konusu ürün grubunun adet bazında yıllar içerisinde ihracat miktarını yükseltmeye devam ettiği izlenmektedir.

Buzdolapları ürün grubunda adet bazında 2016 ve 2017 yıllarında sırasıyla %25 ve %10 daralma görülürken, söz konusu daralma büyük oranda kompresörlü ev tipi buzdolabı ürünlerinden kaynaklanmaktadır. 2013 yılında miktar bazında toplam buzdolabı ihracatının %67'sini oluşturan kompresörlü ev tipi buzdolabı ürünleri, söz konusu yıllarda kaydettiği %40 ve %11 seviyesindeki daralmaların sonucu olarak 2017 yılında toplam ihracat miktarının %53'ünü karşılayabilmiştir.

2013 – 2017 yılları arasındaki beş yıllık dönem incelendiğinde, Türkiye beyaz eşya sektöründe ihracat yapılan pazarlar yıllar içerisinde aynı kalmış ve söz konusu yıllar içerisinde toplam beyaz eşya ihracatından benzer seviyede pay almışlardır.

Grafik 18: Ülkeler Bazında Beyaz Eşya İhracatında Değişim



Kaynak: TÜİK

İncelenen beş yıllık dönem içerisinde ABD doları bazında 2014 yılında en yüksek tutarlarını kaydeden sektörün toplam ihracat rakamlarında; küresel ihracatta aynı dönemlerde yaşanan gerilemeye paralel şekilde, 2015 yılında %9, 2016 ve 2017 yıllarında %3'lük daralma kaydedilmiştir. Yaklaşık 75 milyon ABD doları seviyesinde daralma yaşanan 2017 yılında, ilk 10 ihracat pazarında oransal olarak en büyük değişim %15 gerileyen İsveç'te meydana gelmiştir. İlk 10 ihracat pazarı içerisinde, İtalya, Polonya ve Romanya olumlu ayrılmış; ABD'ye yapılan ihracat ise cüzi artış göstermiştir.

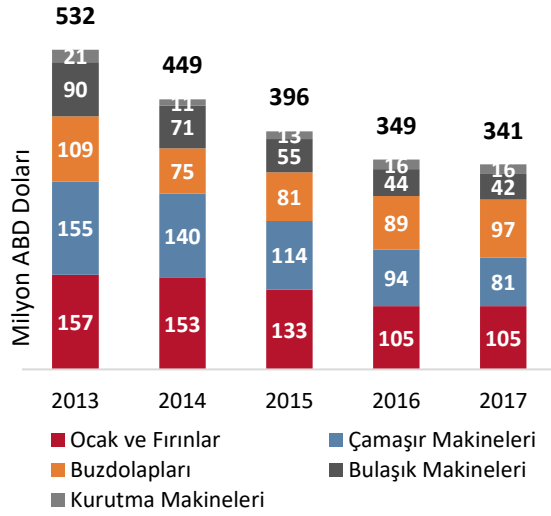
Ortadoğu pazarında yıllar içerisinde büyük oranda İran, Irak ve İsrail'e yapılan ihracatta görülen gerileme nedeniyle daralma kaydedilirken, Kuzey Afrika pazarında da 2016 yılından bu yana düşüş eğilimi görülmektedir.

Toplam ihracatta önceki yıla kıyasla izlenen olumsuz seyre karşın, Doğu Avrupa pazarına yönelik ihracat büyüme kaydetmiştir. Benzer seviyede gerçekleşen Romanya ve Rusya pazarlarının yanında, 2017 yılında Ukrayna'ya yapılan ihracatta yaklaşık %30 büyüme kaydedilmiştir.

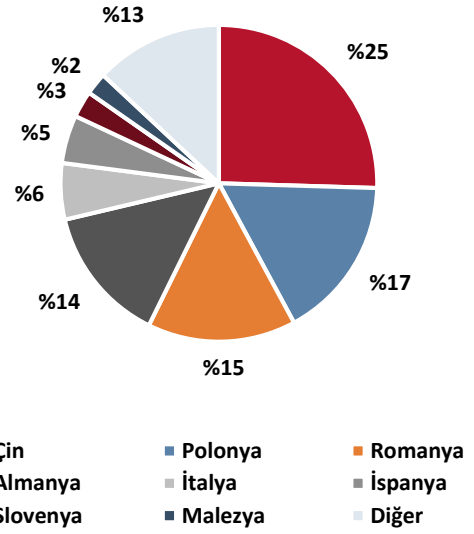
f. İthalat

2013 – 2017 yılları arasındaki beş yıllık dönem incelendiğinde, tüketicilerin yerli markalara artan ilgisi¹ nedeniyle, beyaz eşya ithalatında daralma eğiliminin devam ettiği görülmektedir. Söz konusu dönemin başında yaklaşık 532 milyon ABD doları seviyesinde olan Türkiye beyaz eşya ithalat hacmi 2017 yılsonuna gelindiğinde yaklaşık 341 milyon ABD doları seviyesine kadar gerilemiştir.

Grafik 19: Ürün Gruplarına Göre Beyaz Eşya İthalatı



Grafik 20: Ülkelere Göre Beyaz Eşya İthalatı, 2017



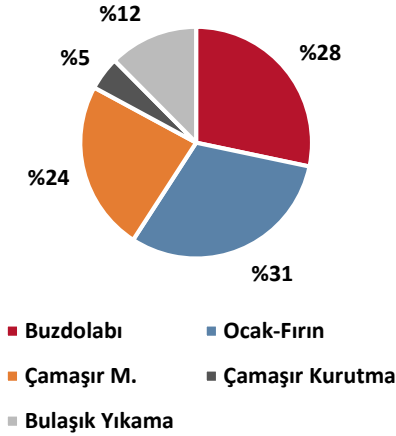
Kaynak: TÜİK

Türkiye'nin ithalat yaptığı ülkelere bakıldığında, ithalat tutarlarında gerilemeler yaşansa da; ithalattan en yüksek payları alan ülkelerin benzer kaldığı görülmektedir. Söz konusu dönemler içerisinde en fazla ithalat yapılan ülke Çin olmuştur.

2013 yılında toplam beyaz eşya ithalatının %9'unun gerçekleştirildiği ve 6. büyük ithalatçı olan Romanya, 2017 yılında Türkiye'nin toplam ithalatının %15'ini karşılarken ilk beş büyük ithalatçı ülke içerisinde ithalat hacmini arttıran tek ülke olmuştur. Söz konusu dönem içerisinde Türkiye'nin toplam ithalatının daralmasına paralel olarak, büyük ithalatçı ülkelerden yapılan alım tutarlarında da gerilemeler izlenmiştir.

Analiz edilen dönemlerde, 2013 yılında ilk 10 ithalatçı ülke arasında yer almayan Malezya'nın 2017 yılında listede sekizinci sırada konumlandığı görülmektedir. 2017 yılında söz konusu ülkeden yapılan 7,7 milyon ABD doları ithalatın tamamı ocak-fırın grubundan sağlanmaktadır.

¹ Ekonomi Bakanlığı, Household Appliances, Parts and Components, 2017

Grafik 21: İthalatın Ürün Gruplarına Göre Kırılımı, 2017

Kaynak: TÜİK

Yıllar içerisinde toplam ithalattaki gerilemeye neden olan ürün grupları bazındaki ithalat tutarlarına bakıldığında, beş yıllık dönemde tüm ürün gruplarında gerileme yaşandığı ancak buzdolabı grubunda yaşanan daralmanın diğer gruplara kıyasla daha sınırlı kaldığı izlenmektedir. Diğer ürün gruplarında daha etkili yaşanan gerilemenin sonucu olarak buzdolabı grubunun toplam ithalattan aldığı pay 2013 yılında %20 iken, 2017 yılsonu itibarıyla %28'e ulaşmıştır. Buna karşın, çamaşır ve bulaşık makinelerinin payı %5 oranında gerileyerek sırasıyla %24 ve %12 olmuştur.

2013 yılında toplam 542 bin adet ithal edilen çamaşır makinesi grubu ürünlerinin ithalat

miktarları yıllar içerisinde düzenli olarak gerileyerek 2017 yılında 347 bin adet olarak kaydedilmiştir. İhracatta olduğu gibi ithalatta da çamaşır makinesi grubu ticaretinin tamamına yakını tam otomatik çamaşır yıkama makinelerinden oluşmakta, toplam çamaşır makinelerindeki daralma söz konusu ürün grubunun ithalatının gerilemesinden kaynaklanmaktadır.

Yıllar içerisinde ocak ve fırın grubu ithalatının adet bazında yaklaşık %82'si elektrikli fırınlar, ocak ve ızgara ürünlerinden, yaklaşık %13'ü mikro dalgalı fırınlardan oluşmaktadır. 2013-2016 yılları arasında ithalat miktarlarında görülen gerileme elektrikli fırınlar, ocak ve ızgara ürünleri ile mikro dalgalı fırınlardan kaynaklanırken, 2017 yılında toplam ocak ve fırın grubu ithalat miktarında görülen %14 oranındaki artış, söz konusu ürünlerin ithalatındaki yükselişten kaynaklanmaktadır.

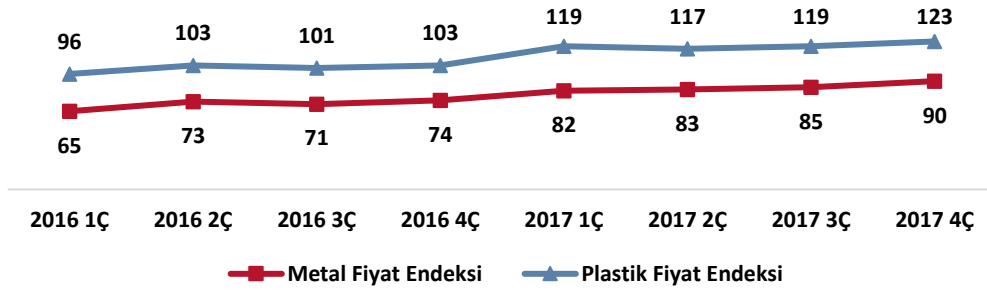
Ürün grupları içerisinde analiz dönemlerinde ithalat alt kırılımı değişen tek grup buzdolabı ürün grubu olmuştur. 2013 yılında 85 bin adet ile miktar bazında buzdolabı grubu ithalatının %15'ini oluşturan dolap tipi dondurucu ürünleri 2017 yılına kadar gösterdiği artışlar sonucu söz konusu yılda 210 bin adet ithalat miktarına ulaşarak toplam buzdolabı ithalatının %35'ini oluşturmuştur. Aynı dönem içerisinde buzdolabı grubunu oluşturan tüm ürünlerin ithalatında gerileme kaydedilmiştir.

g. Hammadde Fiyatlarındaki Değişimler

Beyaz eşya sektörünün başlıca girdileri çelik sac, plastik, bakır ve alüminyumdur. Söz konusu girdiler emtia fiyatlarındaki değişimlerden önemli ölçüde etkilenmektedir. Bu sebeple dünyada ve Türkiye'de sektörün önde gelen şirketlerinin türev ürünler vasıtasıyla maliyetlerini yönetmeye çalıştıkları izlenmektedir.

Sektörün önemli hammaddelerinden olan sac fiyatlarının 2016 yılsonu ve 2017 yılı başında artan demir cevheri ve kömür fiyatları paralelinde yükseldiği izlenmiş, söz konusu artış beyaz eşya metal fiyat endeksinde yükselişe neden olmuştur. Plastik fiyatlarında da yaşanan yukarı yönlü hareket sonrası plastik fiyat endeksi yıllık bazda %19 yükselirken, metal fiyat endeksi %20 artış göstermiştir. Söz konusu artış üreticilerin maliyetlerini artırırken, özellikle 2017 yılının ilk yarısında firmaların karlılığına olumsuz yansımıştır.

Grafik 22: Hammadde Fiyat Endeksleri Görünümü



Kaynak: Firma Yatırımcı Sunumları

Başlıca hammaddelerini büyük oranda dolar bazlı olarak alması ve gelirlerin ağırlıklı kısmının ihracat kaynaklı olması sebebiyle, sektör kur hareketlerine oldukça duyarlı bir yapıdadır. Özellikle hammadde alımının ABD doları, ihracatın büyük oranda Euro bazında yapılması nedeniyle üreticiler Euro/ABD doları paritesinden etkilenmektedir. Örneğin, 2017 yılı içerisinde Euro'nun ABD doları karşısında değer kazanması firmaların karlılığına olumlu yansımıştır.

2. Sektörden Haberler

2016 yılı ISO İlk 500 listesine beyaz eşya üreticisi olan altı firma girebilmiştir. Arçelik, beşinci sırada yer alarak listenin en üstünde yer alan beyaz eşya üreticisi olmuştur. Buna karşın, Arçelik dışındaki beyaz eşya üreticilerinin tamamı 2015'deki konumunun üzerine çıkarken Arçelik iki basamak gerilemiştir.

Tablo 4: ISO 500 Listesindeki Beyaz Eşya Firmaları

Sıra	2015	2016	Firma Adı	Menşei	Üretimden Satış (Milyon TL)		Net Satışlar (Milyon TL)	
					2015	2016	2015	2016
3	5	Arçelik	Türkiye		9.998	11.245	11.691	13.209
18	16	BSH	Almanya		3.925	4.306	5.077	5.966
26	24	Vestel	Türkiye		2.484	2.962	2.943	5.826
129	96	İndesit	İtalya-ABD		752	981	846	1.100
366	376	Kumtel	Türkiye		320	328	356	357
454	427	Sersim	Türkiye		253	280	268	301

Tablo 5: Halka Açık Beyaz Eşya Firmaları Özet Finansal Göstergeleri

(Bin TL)	Arçelik		Vestel		Silverline	
	2016/9	2017/9	2016/9	2017/9	2016/9	2017/9
Aktif	14.878.667	19.905.910	1.983.321	2.842.999	85.268	111.523
Özsermaye	5.286.910	6.545.473	867.385	920.485	35.984	48.794
Finansal Borçlar	5.212.944	6.982.614	164.352	533.084	15.885	13.600
Hazır Değerler	2.722.129	1.982.875	38.352	8.023	288	89
Net Finansal Borç	2.490.815	4.999.739	126.000	525.061	15.597	13.511
Ciro	11.570.243	15.134.941	2.126.028	2.828.740	120.242	174.291
FAVÖK ²	1.297.538	1.594.709	356.474	418.435	5.866	17.700
FAVÖK Marjı	%11,20	%10,54	%16,80	%14,79	%4,90	%10,16
Net Fin. Borç / FAVÖK	1,92	3,14	0,35	1,3	2,66	0,76
Özsermaye/Aktif	%36	%33	%44	%32	%42	%44

Kaynak: KAP, TSKB

² FAVÖK (Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Esas Faaliyet Karı) = Esas Faaliyet Karı + Amortisman

- Arçelik'in Pakistan'daki Dawlance şirketi, yıl içerisinde konsolidasyon etkisinin yanında gösterdiği büyümeyle de Arçelik cirosuna olumlu katkı sağlamıştır. Firmanın 2017 son çeyreğinde de güçlü bir performans sergilediği ve yıl içerisinde yaklaşık %25 büyüdüğü öğrenilmiştir.
- Arçelik'in Voltas ile imzaladığı ortaklık anlaşması 2017 yılı içerisinde sonuçlandırılmış olup, Hindistan'daki Firmanın 2018 yılı içerisinde ticari faaliyetlere başlaması beklenmektedir.
- Yılın ilk yarısında yaşanan pazar payı kayıplarının yavaşlamasıyla Beko Avrupa'da solo segmentinde tekrar lider konumuna gelmiştir. Ankastre segmentte pazar payını en çok arttıran üç oyuncudan biri olan Beko, toplamda Avrupa'nın en yüksek pazar payına sahip ikinci markasıdır.
- Arçelik 2018 yılında TL bazında %20 ciro büyümesi beklediğini açıklamıştır.
- Arçelik beyaz eşya pazarının 2018'de Türkiye'de yatay satış hacimleri izlemesi, uluslararası pazarda ise %2 oranında genişlemesini beklediğini açıklamıştır.
- Vestel Beyaz Eşya, Manisa OSB içerisinde yeni çamaşır makinesi ve kurutma makinesi fabrikası yatırımına 2016 yılı Aralık ayında başlamış olup, söz konusu yatırımın Haziran 2018'de tamamlanması beklenmektedir.
- Vestel Beyaz Eşya, Firmanın büyüyen pazarlara açılma stratejisi kapsamında, Güney Koreli beyaz eşya firması Dongbu Daewoo Electronics Corporation'ın tamamının satın alınması için teklif vermiş ancak süreç olumsuz sonuçlanmıştır.
- Silverline Firmasının Ar-Ge merkezi kurulmasına ilişkin başvurusu kabul edilmiştir.

3. Politika Yapıcıların Kararları

Beyaz eşya üretiminde kullanılan yassı ve paslanmaz çelikte uygulanan gümrük vergileri ve yüksek maliyetli yerli yassı çelikler firmaların rekabet gücünü olumsuz etkilerken, üreticiler söz konusu vergilerin düşürülmesini beklemektedir. Demir çelik sektörüne ilişkin, inşaat demiri ithalatında önce düşürülen ve 2018 yılıyla beraber kaldırılan vergilere rağmen beyaz eşyada kullanılan yassı çelik ithalatında vergiler aynı şekilde sürmekte ve üreticileri olumsuz etkilemektedir.

2018 yılı itibarıyla yürürlüğe konan Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı (2017-2023) kapsamında mevcut ve yeni yapılacak binalarda enerji verimliliğini geliştirici önlemler alınmasına karar verilmiştir. Söz konusu planda beyaz eşya kullanıcılarına yönelik destek ve yükümlülükler getirilebileceği belirtilirken; binalarda kullanılan enerjinin ağırlıklı kısmının beyaz eşyadan kaynaklanması nedeniyle ilgili çalışmaların enerji verimliliği yüksek beyaz eşyaların satışlarına olumlu yansımaları beklenmektedir.

2018 yılı Ocak ayında metal sektörü işçilerinin grev kararı alması sonucu beyaz eşya sektörünün uygun hammadde temini konusunda sorun yaşayabileceği beklentisi oluşmuş, tarafların anlaşması ve grev kararından vazgeçilmesi sonucu şartlar normale dönmüştür.

2017 Yılında Görülen Rekor Talepte ÖTV Etkisi Belirleyici Oldu

2017 yılı içerisinde yaşanan ÖTV indirimi sonucu sektörde önceki yıla kıyasla yüksek üretim ve satış rakamları izlenmiş, ÖTV teşvikinin sona ermesiyle birlikte ise güçlü bir yavaşlama hissedilmiştir. Şubat ayında yürürlüğe giren kararla birlikte beyaz eşya ürünlerinde ÖTV sıfırlanmış, Nisan ayında bitmesi beklenen uygulama Eylül ayı sonuna kadar uzatılmış ve sektörde olumlu hava devam etmiştir. Beyaz eşya üreticileri benzer bir uygulamayı 2018 yılında da beklerken, mevcut talebin 2017 yılında uygulanan teşvik ile öne çekilmesi nedeniyle, benzer bir uygulama olsa dahi etkisinin daha sınırlı olması beklenmektedir.

Beklentiler ve Eğilimler

2017 yılında ÖTV teşvikinin de etkisiyle hızlı bir büyüme yakalayan ve rekor seviyede satış miktarlarına ulaşan Türkiye beyaz eşya sektöründe 2018 yılında TÜRKESD tarafından yaklaşık %6 seviyesinde büyüme beklenmektedir. Söz konusu büyüme beklentisi iç satışta %5,5; ihracatta ise %6,4 oranındaki büyüme beklentisiyle oluşmuştur. 2018 yılında da devlet desteğinin iç pazar büyümesine olumlu etkisinin sürmesi amacıyla üreticiler, ÖTV teşviki gibi, yeni bir destek beklemektedir.

2017 yılında öne çekilen talebin sonucunda, 2018 yılında tarafımızca pazar hacminin önceki yıla paralel olacağı öngörülmektedir. Sektör oyuncularının beklentilerinin aksine, ÖTV teşvikinin tekrarlanması halinde ise etkisinin sınırlı olacağı düşünülmektedir.

Avrupa'da talepte görülen daralma sonucu, Türkiye'nin Avrupa'ya yönelik ihracat tutarında 2018 yılında yavaşlama beklenmektedir. İhracat performansını artırmak amacıyla Türkiye beyaz eşya üreticileri yeni pazar arayışını sürdürmekte ve ilerleyen dönem için Asya-Pasifik bölgesinde büyümeyi hedeflemektedir. Organik büyümenin yanı sıra, son yıllarda görülen şekilde satın almalar yoluyla da büyümek sektör oyuncularının stratejileri arasındadır.

Sektördeki eğilimler incelendiğinde sanayi 4.0, enerji verimliliği ve nesnelerin internetinin sektörün geleceğine yön verdiği ve sektördeki yenilikleri şekillendirdiği görülmektedir. Sektörün üretiminde, uzun vadede, sektör oyuncularının "sanayi 4.0" dönüşümüne uyumu ve talep tarafındaki trendleri takip edebilme kabiliyeti önemli olacaktır. Sanayi 4.0'a yönelik olarak, üreticilerin fabrikalarında dönüşüm uygulamalarına başladığı ve süreçlerini geliştirmeye yönelik çalıştıkları bilinmekte; söz konusu değişimin oyuncuların rekabet gücünü etkilemesi beklenmektedir. Enerji verimliliği, regülasyonlarla pazarı etkileme potansiyelinin yanında tüketicilerin artan duyarlılığıyla da üreticileri yönlendirmekte ve pazarı şekillendirmektedir. Artan çevre bilinci ve değişen zorunlu ürün standartlarıyla birlikte enerji verimliliği yüksek ürünler tüketiciler tarafından talep edilmekte ve sürdürülebilir yaşam tarzı desteklenmektedir. Bu kapsamda regülasyonlarla sınırlanan ve tüketiciler tarafından tercih edilen ürünler enerji verimliliği yüksek A sınıfı ve üzeri beyaz eşyalar olmaktadır. Nesnelerin interneti uygulamaları ise üreticiler tarafından da sektörün geleceğini belirleyecek trendlerden biri olarak görülmekte ve ürün geliştirme çalışmaları sürmektedir. Bağlantılı ve akıllı evler söz konusu çalışmaların başını çekerken, üreticilerin ilgili teknolojinin kullanımına hazır oldukları bilinmekte, piyasadaki ürün çeşitliliğinin tüketicilerin talepleriyle uyumlu bir şekilde artması beklenmektedir.

SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
Küresel ölçekte rekabetçi ve kurumsal firmalar	Euro/Dolar parite riskine açık iş modeli
Tüm segmentlere ürün sunan farklı markalar	Hammaddede dışa bağımlılık
Ana ihracat pazarı Avrupa'ya lojistik avantaj sağlayan yakın konum	
Fırsatlar	Tehditler
İnovatif ürünler ve nesnelerin interneti uygulamalarıyla pazarda genişleme olasılığı	En büyük ihracat pazarlarından Birleşik Krallık'ın Brexit sonrası belirsizliğini koruması
Artan çevre bilinci ve enerji verimliliği ile büyüyen yenileme pazarı	Politik gelişmelerden etkilenen ihracat pazarları
Çevre coğrafyalardaki potansiyel normalleşmenin ihracat pazarlarının çeşitlenmesi için uygun ortam sağlaması	Çin ve Polonya gibi rakip ülkelerin firmalara cazip teşvikler uygulaması
Sektör lehindeki yurtiçi demografik hareketlilik	Sektörde kısıtlı devlet teşviki

Çalışmaya Dahil Edilen Ürün Grupları İçin Kullanılan 6'lı Harmonize Sistem ve Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (G.T.İ.P.) Kodları

- Ocak Fırın Grubu:
 - 732111 Demir/çelikten yemek pişirme cihazları (gaz yakıtlı/hem gaz hem diğer yakıtlı)
 - 732112 Demir/çelikten yemek pişirme cihazları; sıvı yakıtlı
 - 732119 Demir/çelikten yemek pişirme cihazları; diğerleri, (katı yakıtlı cihazlar dahil)
 - 851650 Mikro dalgalı fırınlar
 - 851660 Diğer elektrikli fırınlar, ocaklar, ızgaralar vb.
- Buzdolabı – Derin Dondurucu:
 - 841821 Ev tipi buzdolabı-kompresörlü
 - 841829 Ev tipi diğer buzdolapları
 - 841830 Sandık tipi (yatay) dondurucular-hacim=<800lt.
 - 841840 Dolap tipi (dikey) dondurucular-hacmi=<900lt.
- Bulaşık Makinesi:
 - 842211 Evlerde kullanılan bulaşık yıkama makineleri
- Çamaşır Makinesi:
 - 845011 Tam otomatik çamaşır yıkama makineleri-kapasitesi=<10 kg
 - 845012 Diğer santrifüj kurutmalı çamaşır makineleri; kuru çam. kap.<10 kg.
 - 845019 Diğer çamaşır makineleri; kuru çam. kap.<10 kg.
- Çamaşır Kurutma Makinesi:
 - 84512100011 Kurutma makineleri; çamaşır kapasitesi<=10Kg, evlerde kullanılan