



Türkiye
Dayanıklı
Tüketim Malları
Meclisi
Sektör Raporu
2013



ISBN : 978-605-137-426-0

TOBB Yayın No : 2014/237

TOBB yayın için ayrıntılı bilgi
Yayın Müdürlüğünden alınabilir.

Tel : 0.312 218 20 00

Faks : 0.312 218 20 64

İnternet : www.tobb.org.tr

TOBB yayınlarına tam metin ve ücretsiz olarak internetten ulaşabilirsiniz.

Tasarım: AREN Tanıtım
Dr. Mediha Eldem Sk. No:38/15 Kızılay / ANKARA
www.arentanitim.com.tr

Basım: AFŞAROĞLU MATBAASI.
Kazım Karabekir Cad. No: 87/7 İskitler / ANKARA
Tel: 0312 384 54 88

İÇİNDEKİLER

Önsöz.....	VII
Önsöz.....	IX
1. Sektörün Türkiye Ekonomisindeki Yeri	1
1.1 Dünyada Durum.....	1
1.2 Türkiye’de Durum.....	2
1.2.1 Dayanıklı Tüketim Malları Ana Alt Sektörleri.....	2
2. 2013 Yılında Sektörün Durumu.....	7
2.1 Türkiye Pazarı.....	7
2.2 Dış Pazarlar	27
2.2.1 İhracat.....	27
2.2.2 İthalat.....	29
3. Sektörün Genel SWOT Analizi.....	30
4. Yatırım Ortamının İyileştirilmesi.....	32
5. Sektörde Yeni Eğilimler.....	33
6. Sektörün Yapısal Sorunları ve Çözüm Yolları	34
7. Sektörün AB Sürecinde Geldiği Nokta, Karşılaşılan Uyum Sorunları	35
8. Sektörün Rekabet Gücünün Arttırılması ve Verimlilik.....	36
9. Genel Değerlendirme.....	37
Kaynakça.....	38

TABLolar VE ŐEKİLLER LİSTESİ

Tablo 1, Toplam Beyaz Eşya İ Satışları (6 Ürün Toplam) – Aylık	8
Tablo 2, Toplam Beyaz Eşya İ Satışları (6 Ürün Toplamı) – Kümülatif.....	8
Tablo 3, Toplam Beyaz Eşya Üretimi (6 Ürün Toplamı) – Aylık.....	9
Tablo 4, Toplam Beyaz Eşya Üretimi (6 Ürün Toplamı) – Kümülatif	9
Tablo 5, Toplam Beyaz Eşya İhracatı (6 Ürün Toplamı) – Aylık	9
Tablo 6, Toplam Beyaz Eşya İhracatı (6 Ürün Toplamı) – Kümülatif.....	10
Tablo 7, Soğutucu İç Satış Değerleri – Aylık.....	10
Tablo 8, Soğutucu İç Satış Değerleri - Kümülatif.....	10
Tablo 9, Soğutucu Üretim Değerleri – Aylık	11
Tablo 10, Soğutucu Üretim Değerleri – Kümülatif.....	11
Tablo 11, Soğutucu İhracat Değerleri – Aylık.....	11
Tablo 12, Soğutucu İhracat Değerleri – Kümülatif	12
Tablo 13, Buzdolabı İ Satış Değerleri – Aylık.....	12
Tablo 14, Buzdolabı İ Satış Değerleri – Kümülatif	12
Tablo 15, Buzdolabı Üretim Değerleri – Aylık	13
Tablo 16, Buzdolabı Üretim Değerleri – Kümülatif.....	13
Tablo 17, Buzdolabı İhracat Değerleri – Aylık.....	13
Tablo 18, Buzdolabı İhracat Değerleri – Kümülatif	14
Tablo 19, Derin Dondurucu İ Satış Değerleri – Aylık.....	14
Tablo 20, Derin Dondurucu İ Satış Değerleri – Kümülatif	14
Tablo 21, Derin Dondurucu Üretim Değerleri – Aylık	15
Tablo 22, Derin Dondurucu Üretim Değerleri – Kümülatif.....	15
Tablo 23, Derin Dondurucu İhracat Değerleri – Aylık.....	15
Tablo 24, Derin Dondurucu İhracat Değerleri – Kümülatif	16
Tablo 25, Yıkayıcılar İ Satış Değerleri – Aylık.....	16

Tablo 26, Yıkayıcılar İç Satış Değerleri – Kümülatif.....	16
Tablo 27, Yıkayıcılar Üretim Değerleri – Aylık	17
Tablo 28, Yıkayıcılar Üretim Değerleri – Kümülatif	17
Tablo 29, Yıkayıcılar İhracat Değerleri – Aylık	17
Tablo 30, Yıkayıcılar İhracat Değerleri – Kümülatif.....	18
Tablo 31, Çamaşır Makineleri İç Satış Değerleri – Aylık.....	18
Tablo 32, Çamaşır Makineleri İç Satış Değerleri – Kümülatif	18
Tablo 33, Çamaşır Makineleri Üretim Değerleri – Aylık	19
Tablo 34, Çamaşır Makineleri Üretim Değerleri – Kümülatif.....	19
Tablo 35, Çamaşır Makineleri İhracat Değerleri – Aylık.....	19
Tablo 36, Çamaşır Makineleri İhracat Değerleri – Kümülatif	20
Tablo 37, Kurutucular İç Satış Değerleri – Aylık	20
Tablo 38, Kurutucular İç Satış Değerleri – Kümülatif	20
Tablo 39, Kurutucular Üretim Değerleri – Aylık.....	21
Tablo 40, Kurutucular Üretim Değerleri – Kümülatif	21
Tablo 41, Kurutucular İhracat Değerleri – Aylık	21
Tablo 42, Kurutucular İhracat Değerleri – Kümülatif	22
Tablo 43, Bulaşık Makineleri İç Satış Değerleri – Aylık.....	22
Tablo 44, Bulaşık Makineleri İç Satış Değerleri – Kümülatif	22
Tablo 45, Bulaşık Makineleri Üretim Değerleri – Aylık	23
Tablo 46, Bulaşık Makineleri Üretim Değerleri – Kümülatif.....	23
Tablo 47, Bulaşık Makineleri İhracat Değerleri – Aylık.....	23
Tablo 48, Bulaşık Makineleri İhracat Değerleri – Kümülatif	24
Tablo 49, Fırın İç Satış Değerleri – Aylık	24
Tablo 50, Fırın İç Satış Değerleri – Kümülatif.....	24
Tablo 51, Fırın Üretim Değerleri – Aylık.....	25
Tablo 52, Fırın Üretim Değerleri – Kümülatif	25
Tablo 53, Fırın İhracat Değerleri – Aylık	25
Tablo 54, Fırın İhracat Değerleri – Kümülatif.....	26
Şekil 1, Beyaz Eşya Mal Grupları	28
Şekil 2, Elektronik Mal Grupları	28
Şekil 3, Bölgelere Göre İhracat Oranları.....	29

Önsöz

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Türk özel sektörünün en üst düzeyde yasal temsilcisi sıfatı ile özel sektörümüzün ihtiyaçları doğrultusunda çalışmalar yürütmüş, sorunlarına çözüm aramış ve özel sektörün istikrarlı bir biçimde gelişimine katkıda bulunmuştur.

Sektörlerimize daha kapsamlı hizmet sunulması ihtiyacı doğrultusunda ve bu hizmetlerin geliştirilmesi perspektifinde 18 Mayıs 2004 tarih ve 5174 sayılı **Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu'nun** 57'nci maddesine dayanılarak "Türkiye Sektör Meclislerinin Kuruluş, Görev ve Çalışma Yönetmeliği" hazırlanmıştır. 12 Şubat 2005 tarih ve 25725 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Yönetmeliğimize istinaden Birliğimiz şemsiyesi altında 52 adet Türkiye Sektör Meclisi oluşturulmuştur.

Türkiye Sektör Meclisleri Temmuz 2006 tarihinden bu yana faaliyetlerine devam etmektedir. Bu süreçte varolan ihtiyaç ve sektörden gelen talep üzerine meclis sayısı 59 olmuştur.

Türkiye Sektör Meclisleri, sektörün tüm ilgilileri taraflarını bünyesine alan entegre yapısıyla, yerel olduğu kadar uluslararası nitelik taşıyan sektörel bir bakış açısıyla ve bugünün yanında geleceği kuşatan strateji ve vizyonuyla, Dünyadaki benzer örneklerinden daha kapsamlı hizmetler sunmaya yönelmiş bir yapıdır; sektörümüze ve ekonomimize büyük faydalar sağlama potansiyeli taşıyan önemli bir oluşumdur.

Meclisler, firmaların, sektörel kuruluşların ve ilgili kamu kurumlarının üst düzey yöneticileri ile temsilcilerini bünyesine katan önemli bir buluşma noktasıdır. Türkiye Sektör Meclisleri, yelpazesi içine aldığı tüm ekonomik sektörler için radikal bir adımı temsil etmektedir. Sektörel

kurum ve kuruluşların tek bir çatı altında toplanabilmesi, sorunların çözümü ve sektörlerimizin ülke ekonomisine katkılarının artırılması yolunda önemli bir taahhüdün göstergesidir. Meclis içerisinde sağlanan birlik ve beraberlik ortamı, ortak görüşlerin oluşturulmasına ve ortak kararların alınmasına imkan sağlamıştır. Ortak kararlar doğrultusunda başlatılan girişimlerden ilgili merciler nezdinde daha olumlu sonuçlar alınmaktadır. Bu sektörel yapılanma ile kamu-özel sektör ortaklığının etkin biçimde hayata geçirilebileceği sağlam bir zemin oluşturulmuştur.

Meclis faaliyetleri çerçevesinde, Meclis çalışmalarından daha fazla verimin alınabilmesi, farklı görüş ve düşüncelerin uyumlaştırılması, tutarlılık sağlanması, sektörün mevcut durumu ve geleceğe yönelik beklentileri konusunda kamuoyunun bilgilendirilmesi amacıyla Meclislerimiz tarafından sektör raporları hazırlanmıştır.

Hazırlanan sektör raporunun sektörel politika ve stratejilerin oluşturulması, geleceğe yönelik projeksiyonlara ve piyasa araştırmalarına ışık tutması açısından faydalı olacağı düşüncesiyle sektörümüze, camiamıza ve ilgililere hayırlı olmasını dilerim.

M. Rifat HİSARCIKLIOĞLU
TOBB Başkanı

Önsöz

Türkiye Dayanıklı Tüketim Malları Meclisi, 5174 sayılı Odalar ve Borsalar Birliği Kanunu kapsamında kurulmuş olan 59 Sektör Meclisinden biridir. Kurulduğu Temmuz 2006 tarihinden bu güne sektörün özellikle yasal sorunları üzerinde önemli çalışmalarını gündemine alan geniş tabanlı bir platformdur.

Dayanıklı Tüketim Malları Sektörü, ülkemiz ekonomisine en önemli katkıyı sağlayan sektörlerden biridir. Sektör, insanımızın yaşam kalitesini yükselten, çevreci ve enerji verimliliği yüksek ürünleri ile Türkiye'yi Avrupa'nın en önemli üretim üssü haline getiren bir konumdadır. Sektör, küresel kriz dönemlerine rağmen, 2013 yılında da iç piyasada ve üretimde büyümesini sürdürmüştür.

Dayanıklı Tüketim Malları sektörü, kendi teknolojisi ile 100'den fazla ülkeye ihracat yapan, Avrupa'da önemli pazar payına sahip, yabancı ve yerli sermayeli şirketlerden oluşmaktadır. Sektörümüz, dünya ortalamalarının üstünde son teknolojiye sahip tesisleriyle, Türk ekonomisine katkılarını önümüzdeki yıllarda da arttırarak sürdürmeye devam edecek altyapıya ve insan kaynağına sahiptir.

Burada sektörümüzle ilgili detaylı bilgileri içeren 2013 yılı raporunu sunarken, tüm sektör çalışanlarımızın yanı sıra rapora katkı sunan Türkiye Dayanıklı Tüketim Malları Meclis Üyelerimize teşekkürlerimi sunarım.

Saygılarımla,

Şirzat SUBAŞI
Türkiye Dayanıklı Tüketim Malları Meclisi Başkanı

1. Sektörün Türkiye Ekonomisindeki Yeri

1.1 Dünyada Durum

Dünyada dayanıklı tüketim malları sektörü, hızla büyüyen ve gelişen bir yapıya sahiptir. Elektrikli ve elektronik ev aletleri sanayine öncelik veren bir politika izleyen ülkelerin, kısa sürede gelişmişlik düzeyinde önemli bir ilerleme kaydettiği görülmektedir.

Son yıllarda hızla kalkınan Uzak Doğu'da Güney Kore, Tayvan ve Singapur, Avrupa'da ise Finlandiya ve İspanya'nın, bu politikayı izlediği görülmektedir. Bu ülke örneklerinde hızlı kalkınma elektronik sanayide yatırımların özendirilmesi ile sağlanmıştır. Bu politikanın temelinde ise Ar-Ge'ye verilen önem ve destek yer almaktadır.

Hızlı kalkınma ve gelişmenin temelinde bilgi teknolojileri yer almaktadır. Sektörün alt yapısını tümüyle elektronik sanayi ürünleri oluşturmaktadır. Pazarı çok dinamik bir biçimde büyümekte olan bu sektördeki gelişmeler olağanüstü bir hızla gerçekleşmektedir.

Sektör, dünya üretim hacminde çalıştırdığı işçi sayısı, sanayinin tüm alanları üzerindeki etkisi ve dünya sanayi üretiminin %10'undan fazlasını oluşturması nedeniyle dünyanın lider sanayilerinden biridir.

2012 yılında elektrik ve elektronik sanayinin toplam dünya ihracatı yaklaşık 2 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bunun önemli bir bölümünü oluşturan dayanıklı tüketim malları payının da 400 milyar dolara yaklaştığı tahmin edilmektedir. Dünyada, Çin, ABD, Hong Kong, Japonya, Almanya ve Singapur önemli elektronik ihracatçısı ülkeler olarak öne çıkmaktadır.

1.2 Türkiye’de Durum

Türkiye’de elektrik ve elektronik sektörünün alt sektörü konumunda olan dayanıklı tüketim malları sektörü 2010 yılında 25 milyar doları aşan ticaret hacmi, yaklaşık 150 000 kişilik direkt istihdam ve 6 milyar dolara varan ihracat hacmiyle reel sektörler arasında çok önemli bir yerde bulunmaktadır. Sektörün üretim işletmeleri İstanbul, İzmir, Kayseri üçgeni içinde yer almaktadır. Ana üretim illeri bağlamında Çerkezköy, İstanbul, Eskişehir, Ankara, Bolu ve Manisa başı çekmektedir.

Türkiye elektrik ve elektronik sektörü dünya sanayisinin yaklaşık %0,5’i kadar bir büyüklüğe sahiptir. Bu nedenle dış pazarlarda söz sahibi olmadan bu oranı arttırmak olanaksız gözükmemektedir ve sektörün hedef pazarı dış pazarlardır.

Ülkemizde 90’lı yıllardan bu yana her yıl artan bir gelişme gösteren ihracat, Türk elektrik ve elektronik sektörünün, özellikle tüketim elektroniği alt sektörünün, genellikle ihracata yönelik tasarım ve üretim yaptığını göstermektedir. 2008 yılında ihracat tutarlarımızda bir duraklama görülmüştür. Bu duraklama tüketim elektroniğinde belirleyici ürün olan televizyon cihazlarında LCD televizyonların pazarda tahminlerin ötesinde yer bulmasının ve bunun neticesinde tüketim elektroniği dışsatımının azalmasının bir sonucudur. Ancak son yıllarda LCD televizyon üretim ve ihracatında önemli iyileşmeler görülmektedir. Elektrik ve elektronik sektörünün gelişmesi ve katma değerinin artması için stratejik bileşenlerin (LCD ekranlar, yüksek teknoloji baskı devreleri, yarı iletkenler, özel amaçlı entegre devreler, LED, LED display, ferrite core, özel kapasitörler, özel dirençler, özel konnektörler vb.) üretiminde söz sahibi olunması gereklidir. Katma değer yüksek olduğu alanlarda (profesyonel ve endüstriyel elektronik) üretim artmaktadır ve bu durum önemli ölçüde yenilik ve Ar-Ge faaliyetlerine dayanmaktadır.

Sektörde 2010 yılında dünya genelinde Ar-Ge harcamaları yaklaşık 200 milyar dolar olup, toplam ciroya göre oranı %2’dir. Türkiye genelinde bu oranın %0,9 civarında olduğu düşünülürse, elektrik ve elektronik sektörünün Ar-Ge çalışmalarına verdiği önem ortaya çıkmaktadır. Bu rakam, sadece özel sektörün Ar-Ge harcamasıdır, destekler dışında kamu Ar-Ge harcamaları bu rakama dahil edilmemiştir. Ekonomik kalkınma amacıyla son 20 yıldır ihracata dayalı büyüme modelini uygulayan ülkemizde, küresel düzeyde rekabet ve teknolojinin sağladığı fiyat avantajı ile kalite üstünlüğü, elektrik ve elektronik sektörünün en önemli bölümü olan dayanıklı tüketim malları sektöründe yaşanan gelişmenin ürünüdür.

1.2.1 Dayanıklı Tüketim Malları Ana Alt Sektörleri

Temeli 1959 yılında beyaz eşya üretimi ile atılan Türk dayanıklı tüketim malları sektörü, sürekli gelişmesi ve hızlı bir şekilde kendini yenilemesi, küresel ekonomiye uyum sağlamada ve yeni teknolojileri benimsemeye gösterdiği çabukluk, sektörün parlak geleceğine işaret etmektedir. Sektör toplamda Türk ekonomisine yaklaşık 25 milyar dolarlık bir katkı sağlarken direkt ve dolaylı olarak yaklaşık 2.5 milyon kişinin geçimini sağlamaktadır. Sektörün başlıca alt sektörleri; beyaz eşya sektörü, tüketici elektroniği sektörü ve küçük ev aletleri sektörlerinden oluşmaktadır.

1.2.1.1 Beyaz Eşya Sektörü

Sektör, beyaz eşya olarak adlandırılan ve insanımızın yaşam kalitesini önemli ölçüde etkileyen elektrikli ev aletleri üretmektedir. Beyaz eşya sektörü 6 ana ürün olan buzdolabı, derin dondurucu, çamaşır makinesi, fırın, bulaşık makinesi ve kurutucu ile birlikte son yıllarda hayatımıza büyük konfor sağlayan split klima sektörünü de kapsamaktadır. Bu kapsamdaki ürünler dayanıklı tüketim mallarının en büyük bölümünü oluşturmaktadır.

Türkiye’de beyaz eşya sektörünün temelleri 1959 yılında Türkiye’de toplu iğne bile yapılamadığı bir dönemde atılmış, ilk üretim tesisinde 38 işçiyle günde 15 adet çamaşır makinesi kapasitesiyle üretime başlanmıştır. Çeşitli dönemlerden geçen sektör bu gün, dünya standartlarında, en çevreci ve en rekabetçi olarak yılda 21 milyon adet/yıl üretimiyle ve üretiminin yaklaşık % 70’ini ihraç ederek Türkiye’nin en önde gelen sektörlerinden biri olmuştur.

Sektör, 1980’lere kadar tasarımda ve teknolojiye dışa bağımlı, parça ve komponentlerin önemli bir bölümünü kendi entegre tesislerinde üreten diğer bölümünü de ithal eden bir konumdaydı. O yıllarda, bu güne oranla, tek çatı altında farklı ürünleri üreten orta ölçekte fabrikalarda üretim yapılmaktaydı. Sektör, yan sanayisi sınırlı, hammaddeler dışında birçok parçada dışa bağımlı, ihracatı hemen hemen yok denecek seviyede, yüksek gümrük duvarları ile korunan bir sanayi ortamında var olmaya çalışıyordu.

Sektörde döviz sıkıntısının had safhada olduğu 70’li yılların sonunda yan sanayi geliştirme çabaları yoğunlaştı. 80’li yılların başında bunun yanı sıra kalite bilincinin geliştirilmesi ve tüm süreçlere yansıtılması çalışmalarına başlandı. Zamanla üretim hacmi arttığından ve ekonomik ölçeklere ulaşıldığından 80’li yıllarda “tek fabrika, tek ürün” uygulaması yaygınlaştı. Öte yandan lisanslı olarak, dünya standartlarına uygun ve güncel ürünlerin üretilmesine başlandı. Eş zamanlı olarak ihracat Orta Doğu ülkelerinden başlayarak gelişmeye başladı.

80’li yıllarda ayrıca yurt çapında satış sonrası servis hizmetleri geliştirildi ve müşteri memnuniyeti ve dolayısıyla müşteri bağlılığına yönelik araştırmalar hız kazandı.

90’lı yıllarla birlikte sektör, planlı Ar-Ge faaliyetlerine başlayarak kısa dönemde kendi teknolojisini geliştirmeye başladı. Yine aynı dönemde endüstriyel tasarıma özel önem verilerek şirketlerde bağımsız endüstriyel tasarım bölümleri oluşturuldu. Fabrikalar içerisinde yapılan bazı üretimler ve gruplamalar yan sanayilere kaydırıldı. Verilen teknik ve yönetsel desteklerle yan sanayiden temin edilen parçaların sayısı arttı ve kalitesi yükseldi. Bunlara paralel olarak aynı yıllarda, ihracatta ağırlıklı OEM (Original Equipment Manufacturer) üretim ön plandayken, markalı üretim ve uluslararası marka yaratma çabaları artırıldı ve yurt dışı pazarlama faaliyetlerine önemli bütçeler ayrılmaya başladı.

2000’li yıllarla birlikte ürünler kaliteleri, teknolojileri ve çevreye uyumlu tasarımları ihracat pazarlarında tanınmaya ve yerleşmeye başladı. 2000’li yılların ikinci yarısında dünyanın en

az enerji ve su harcayan ürünleri Türkiye’de geliştirilerek dünya pazarlarına sunuldu, üretim alt yapısı yatırımlarının artması ve modernizasyonların gerçekleştirilmesi ile şirketlerimize ait üretim tesisleri uluslararası ödüller aldı.

Sektör son 15 yılda üretimini 6 kat, ihracatını ise yaklaşık 20 kat artırmıştır. Beyaz eşyada katma değer %55-60 civarında olup, ödenen dolaylı vergiler 2 milyar doları aşmaktadır.

Ürünler yüksek standartlara sahip ve dünya standartlarının üstünde kaliteli olup sektörün aldığı patent sayısı da oldukça yüksektir. Sektör en önemli atılımını çevreye duyarlı ürün tasarımlarıyla gerçekleştirmiştir. Son on yılda sağlanan enerji ve su tasarrufu %50’nin üzerindedir.

Beyaz eşya sektöründe yerli malzeme kullanım oranı %70’tir. Sektörün son on yılında kapasite kullanım oranı ise %75 ile %85 arasında bir değişim göstermektedir.

Sektörde kayıt dışılık hemen hemen yok denecek kadar az olmakla birlikte yürürlükteki özellikle çevre mevzuatına uyum açısından ithal mallarda kayıt dışılık devam etmektedir, ancak bu sektörde ithalat sınırlı olduğundan şimdilik büyük sorun oluşturmamaktadır.

Bu güne gelindiğinde sektör, 15 000 civarında bayisi, 3500 civarında yetkili servisi ile Türkiye’nin en ücra köşelerinde de hizmet sunmakta ve müşteri memnuniyetini sağlamaktadır. Son yıllarda Türkiye’de büyük ölçekli teknoloji marketlerinin hızla artışı ve birçok büyük şehir merkezlerinde yaygınlaşmasına karşı geleneksel bayilik sistemi tüm yurt çapında ve özellikle ilçelerde ve merkeze uzak bölgelerde önemini korumaktadır.

1.2.1.1.1 Beyaz Eşya Sektöründe Enerji Tasarrufu

Türkiye’de üretilen elektrik enerjisinin yaklaşık %25’i bu gün sayısı 19,5 milyona yaklaşan evlerde tüketilmektedir. Dayanıklı tüketim malları olarak da bilinen, evlerde kullanılan elektrikli ev aletleri evlerde harcanan bu enerjisinin yaklaşık %50’sinden sorumludurlar. Ancak bu ürünler istenilen hizmet ve konfor seviyesini etkilemeksizin daha az enerji ile kullanılabilir durumdadırlar.

Enerji verimliliği yüksek ev aletleri kullanılarak elektrik faturalarında azalma sağlanabilir. Verimli aletlerin fiyatları benzer modellerinden daha pahalı olabilir; ancak verimli aletlerin satın alınması esnasında ödenen fiyat farkı daha sonra elektrik faturalarındaki düşüş ile kullanıcıya geri dönmektedir. Bu konuda sektör son 10 yılda büyük bir atılım gerçekleştirmiş ve söz konusu cihazlarda harcanan elektrik enerjisini %60’lar seviyesinde azaltmayı başarmıştır.

Beyaz eşyaları satın alırken sadece fiyat olarak değil, enerji tasarrufu açısından da karşılaştırmak önemlidir. Enerji verimliliği yüksek bir cihaza yapılan yatırım maliyeti daha fazla olmakla birlikte, cihazın 10–15 yıllık kullanım ömrü boyunca sağlayacağı enerji tasarrufu ödenen parayı geri kazandırmaktadır. Ev aletleri satın alırken “A” ve üzeri işarete sahip olanların en verimli olanlar olduğunu hatırlamak önemlidir. Yüksek verimli ve çok düşük verimli cihazlar arasında %60’ın üzerinde enerji tüketim farkı bulunduğu unutulmamalıdır.

Enerji etiketleri, evsel cihazların enerji tüketimini, performansını ve ürünlerin diğer başlıca özelliklerini tüketicilere doğru ve karşılaştırılabilir şekilde sağlamak amacıyla tasarlanmıştır.

Enerji etiketleri tüketicilerin, ürünlerin ne kadar enerji verimli olduğunu görmelerini ve enerji maliyetlerini indirmek için etkili olan ürün potansiyelini değerlendirmelerini sağlar.

Verilen kategorideki tüm ürünler için etiketler aynıdır; böylelikle tüketiciler aynı kategorideki ürünlerin enerji ya da su tüketimi ve de kapasite gibi özelliklerini kolayca karşılaştırabilirler.

Etiket formatında yer alan enerji verim sınıflandırması, A, B, C, D, E, F ve G harfleri kullanılarak belirtilmektedir: A en verimli sınıfı, G ise en verimsiz sınıfı nitelendirmektedir.

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak gerektiği takdirde sınıflandırmada üç ilave sınıf kullanılabilir. Bu ilave sınıflar (A+), (A++) ve en verimli sınıf için (A+++) işaretleriyle gösterilmektedir. Daha fazla sınıfa ihtiyaç duyulmadığı müddetçe toplam sınıf sayısı yedi ile sınırlandırılmıştır.

Renk göstergesi, koyu yeşil ile kırmızı arasında en fazla yedi farklı renkten oluşur. En yüksek enerji verimli sınıfını koyu yeşil, en düşük enerji verimli sınıfını ise kırmızı göstermektedir.

1.2.1.2 Tüketici Elektroniği Sektörü

Sektör başta televizyon olmak üzere evlerde kullanılan radyo, CD çalar ve benzeri ses sistemlerini kapsamaktadır. Sektör 1968 yılında ilk televizyon üretimiyle sektöre giriş yapmıştır özellikle tüplü televizyon üretiminde gerek iç pazarda gerek ihracatta önemli başarılar yakalanmıştır. Ancak son yıllarda LCD panelli televizyonların pazarda yaygınlaşmasıyla bir duraklama dönemine girilmiştir. Mevcut durumda, televizyon üretiminde yaratılan katma değer %25-30 arasında değişmektedir. Televizyon üretiminde LCD ekranlar, LED aydınlatma elemanları, işlemciler ve önemli bileşenler ithal olduğundan katma değer daha fazla yükseltilememektedir. Bu durumda özellikle televizyon alanında sektörün mevcut durumunu koruması bir başarı olarak değerlendirilebilir.

Televizyon bileşenlerinin Türkiye’de üretimine yatırım yapılması; teknolojinin çok hızlı değişmesi, optimum kapasitenin garanti edilememesi ve yatırım tutarlarının çok yüksek olması bakımından kısa vadede de pek mümkün gözükmemektedir. Ancak söz konusu bileşenlerde yabancı yatırımların Türkiye’ye çekilmesi halinde durum değişebilecektir.

Ev elektroniği ürünlerinden, Ses Sistemleri, DVD Player, Blu-Ray Player ve Ev Sineması bileşenlerinin tamamına yakını Uzak Doğu’dan ithal edilmektedir. Bu ürünlerde hızla düşen fiyatlar ve ekonomik olmayan kapasiteler dolayısıyla yakında bir yatırım öngörülmemektedir.

Televizyonlarda enerji tasarruflu ürünlere yönelimin sağlanması için beyaz eşyalarda olduğu gibi enerji etiketi uygulamasına geçilmiştir.

1.2.1.3 Küçük Ev Aletleri Sektörü

Küçük ev aletleri sanayinde üretilen ana ürünler; elektrikli mutfak aletleri, su ısıtıcıları, mutfak robotları, kesiciler, öğütücüler ve besin hazırlayıcılar, elektrikli süpürgeler, ütüler ve saç kurutucuları, elektrikli ısıtıcılar ve vantilatörler, elektrikli fırınlar, elektrikli set üstü ocaklardır. Sektörde katma değer ürünlere göre %25-65 arasında değişmektedir. Kayıt dışılık beyaz eşya ürünlerine göre daha fazladır. Kaçak ithalatın boyutları tam tespit edilememekle birlikte %10'un üzerinde olduğu tahmin edilmektedir. Gerek ithal ürünlerde gerekse yerli üretimde yasal mevzuat ve özellikle de çevre mevzuatı bakımından gerekliliklerin tam olarak yerine getirildiğini söylemek zordur.

Sektörün 2013 yılı verileri incelendiğinde;

- Toplam pazar büyüklüğü: 2 milyar TL
- İstihdam verileri: Toplam 20 bin çalışan
- Kapasite kullanım oranı: %60
- Dış ticaret performansı: 250 milyon dolar
- Toplam satışlarda yerel pazar payı: %60
- İstihdamın niteliği: Montaj hatlarında emek yoğun bir sektördür.
- Sermaye ve iş gücü yoğunluğu: Büyük sermaye ve iş gücü gerektiren bir sektördür.
- Yabancı sermaye yatırımları: Yabancı sermaye 2001 yılından itibaren büyük yatırımlar yapmaya başlamıştır.

Sektörün dış pazarlarda etkin bir üretim potansiyeli mevcuttur. Birçok küresel ve yerel markaya kendi tasarımı veya istenen modellere ilişkin üretim yapabilmektedir. İhracat, AB gibi gelişmiş ülke pazarlarına yapıldığı gibi gelişmekte olan ülke pazarlarına da ihracat mevcuttur. Ancak Çin menşeli ürünlerin yeri iç pazarda her yıl artmaktadır 2013 sonu itibarıyla bu ürünlerin ithalat 500 milyon doları aşmıştır. Uluslararası perakendecilik sektöründe de Türk menşeli ürünler belirli bir pazar payına ulaşmış bulunmaktadır.

Sektör, özellikle Uzak Doğu menşeli kalitesiz ve ucuz ürünlerle ilgili olarak önemli sorunlar yaşamaktadır. Bu alanda piyasa denetimi ve gözetimine ilişkin düzenlemelerin etkin olarak uygulanması gerekmektedir. Özellikle iç pazarda bu alandaki uygulamaların eksikliği sektörün dış pazarlarda elde ettiği pazar payını yakalamayı engellemektedir. Sektörde önemli olan elektrikli süpürge ve ütü için ayrı ayrı geliştirilen dış ticarete ilişkin düzenlemeler etkisini geçmiş yıllarda önemli ölçüde göstermiştir.

Enerji tasarrufu prensipleri küçük ev aletlerinde de ön plana çıkmaktadır. Bu çerçevede 2014 yılında Avrupa'da elektrikli süpürgelerde enerji etiketinin kullanımına başlanması beklenmektedir. Türkiye'de de bu konudaki mevzuat çalışmalarına başlanmıştır.

2. 2013 Yılında Sektörün Durumu

2.1 Türkiye Pazarı

Son yıllarda yaşanan global durgunluk, 2013 yılında toparlanma belirtileri göstermeye başladı. İlk olumlu sinyaller Amerikan ekonomisinden geldi. Krizin etkileri bazı Avrupa ülkelerinde derin izler bıraktığından bu bölgedeki gelişmeler zayıf kaldı. Buna karşılık global ekonominin lokomotifi olarak görülen Asya Bölgesi ve kalkınmakta olan ülkelerde durgunluk ve yavaşlama belirtileri görüldü. Bu süreçte Amerikan Merkez Bankası başta olmak üzere güçlü ülkelerin merkez bankalarının politikaları önem kazandı. Bu çerçevede, Amerikan Merkez Bankası'nın likidite daraltma kararı daha uygulanmadan piyasaları olumsuz etkiledi. Sonuçta bu işlemin yavaş bir tempoda uygulanacağına açıklanması ile piyasalar bir miktar duruldu. 2013 son çeyreğinde global ekonomide göreceli de olsa iyileşme görülmeye başlandı.

Bu karmaşık global ekonomik ortamda, iç politika hareketleri ve yaklaşan seçimler dolayısıyla Türkiye ekonomisi yaşanan olumsuzluklardan fazlasıyla etkilendi cari açık bir miktar azalmasına rağmen büyüklüğünü sürdürdü.

Bu ortamda Türkiye 25 milyon adetlik üretim kapasitesiyle, beyaz eşya sektöründe Avrupa'nın en büyük üretim merkezi olma konumunu sürdürdü. 2013 sonu itibarı ile beyaz eşya sektörü altı ana ürün kategorisinde, iç piyasada 6.83 milyon satış adedine ulaşmış bulunmaktadır. Bu miktarın %90'ı iç üretim ile karşılanmaktadır. Üretimde son on yılda iç pazarda çift haneli rakamlarla büyüyen sektör, 2013 yılında ise dünyadaki krizin etkilerinin devamına rağmen %6'ya yaklaşan adetsel bir büyümeyi yakalamayı başarmıştır. Sektör üretimde ihracatın yavaşlaması ile birlikte 21,9 milyon adet ile %2 bir küçülme yaşamıştır.

Aşağıdaki tablolarda, 2013 yılında sektördeki 6 ana ürüne ait satış, üretim, ihracat rakamlarındaki değişimler ayrıntılı olarak sunulmaktadır.

Tablo 1, Toplam Beyaz Eşya İç Satışlar(6 Ürün Toplam) - Aylık

Ara-11/12	Oca-12/12	Şub-12/12	Mar-12/12	Nis-12/12	May-12/12	Haz-12/12	Tem-12/12	Ağu-12/12	Eyl-12/12	Ekim-12/12	Kas-12/12	Ara-12/12	2012
437.687	445.761	447.592	514.913	499.781	567.263	614.158	557.626	658.896	629.250	569.242	528.531	449.405	2012
449.405	443.322	491.445	566.841	557.211	595.660	575.814	677.167	678.912	679.587	594.607	543.010	457.205	2013
%3	-%1	%10	%10	%13	%0	-%6	%21	%7	%8	%4	%3	%2	



TÜRKBESD

Tablo 2, Toplam Beyaz Eşya İç Satışları (6 Ürün Toplamı) - Kümülatif

Ara 11/12	Oca-12/12	Şub-12/12	Mar-12/12	Nis-12/12	May-12/12	Haz-12/12	Tem-12/12	Ağu-12/12	Eyl-12/12	Ekim-12/12	Kas-12/12	Ara-12/12	2012
6.470.789	446.761	894.353	1.409.266	1.909.047	2.470.210	3.084.368	3.641.994	4.278.890	4.908.140	5.477.382	6.005.913	6.455.318	2012
6.455.318	443.322	934.767	1.501.608	2.058.819	2.624.470	3.200.293	3.877.460	4.556.372	5.235.959	5.830.560	6.373.570	6.830.775	2013
%0	-%1	%5	%7	%8	%6	%4	%6	%6	%7	%6	%6	%6	



TÜRKBESD

Tablo 3, Toplam Beyaz Eşya Üretimi (6 Ürün Toplamı) - Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ekim-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
1.525.670	1.437.702	1.655.186	1.888.996	1.770.525	1.804.081	1.580.687	1.867.726	1.898.181	2.188.428	1.873.772	2.005.391	1.555.232
1.555.232	1.560.241	1.674.289	1.877.368	1.870.118	1.986.661	1.577.628	1.542.947	1.677.314	2.208.628	1.831.641	2.067.097	1.566.094
%2	%8	%1	%1	%6	%3	%0	%4	-%12	%1	-%2	%3	%1



TÜRKBESD

Tablo 4, Toplam Beyaz Eşya Üretimi (6 Ürün Toplamı) - Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ekim-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
20.105.718	1.457.702	3.092.888	4.956.884	6.727.409	8.521.490	10.302.177	12.169.903	14.068.084	16.256.512	18.130.284	20.135.475	21.600.707
21.690.707	1.560.241	3.234.530	5.111.898	6.982.016	8.968.677	10.646.305	12.589.252	14.266.566	16.475.194	18.306.835	20.373.932	21.940.026
%8	%9	%5	%3	%4	%4	%3	%3	%1	%1	%1	%1	%1



TÜRKBESD

Tablo 5, Toplam Beyaz Eşya İhracatı (6 Ürün Toplamı) - Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ekim-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
1.222.192	959.767	1.136.424	1.316.544	1.268.840	1.320.440	1.431.516	1.377.703	1.507.242	1.616.390	1.520.085	1.528.977	1.313.272
1.313.272	1.136.028	1.214.469	1.316.463	1.226.193	1.298.564	1.304.397	1.424.456	1.262.092	1.594.577	1.356.862	1.576.644	1.350.629
%7	-%18	%7	%0	-%3	-%2	-%9	%3	-%16	-%1	-%11	%3	%3



TÜRKBESD

Tablo 6, Toplam Beyaz Eşya İhracatı (6 Ürün Toplamı) - Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ek-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
14.448.826	959.767	2.096.191	3.412.735	4.681.575	6.002.015	7.433.531	8.811.234	10.318.476	11.934.866	13.454.951	14.983.928	15.297.200
16.297.200	1.136.028	2.350.497	3.666.900	4.893.153	6.191.717	7.496.114	8.520.570	10.182.602	11.777.179	13.134.041	14.710.685	16.061.314
%13	%18	%12	%7	%5	%3	%1	%1	-%1	-%1	-%2	-%2	-%1



TÜRKBESD

Tablo 7, Soğutucu İç Satış Değerleri - Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ek-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
120.842	143.581	135.759	148.017	170.127	195.470	242.142	233.504	261.415	241.256	237.811	176.784	130.790
130.790	138.696	160.413	223.064	218.302	217.429	234.291	303.440	291.047	296.692	220.963	164.775	121.471
%8	-%3	%18	%51	%28	%11	-%3	%30	%11	%23	-%7	-%7	-%7



TÜRKBESD

Tablo 8, Soğutucu İç Satış Değerleri - Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ek-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
2.192.592	143.581	279.340	427.357	597.484	792.954	1.035.096	1.268.600	1.530.015	1.771.271	2.009.082	2.185.866	2.316.656
2.316.656	138.696	298.109	522.173	740.475	957.904	1.192.195	1.495.635	1.786.582	2.083.374	2.304.337	2.469.112	2.590.583
%6	-%3	%7	%22	%24	%21	%15	%18	%17	%18	%15	%13	%12



TÜRKBESD

Tablo 9, Soğutucu Üretim Değerleri - Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
504.862	500.528	642.444	747.548	740.394	777.023	722.013	788.994	765.169	850.736	715.394	752.420	491.013
491.013	609.073	633.848	756.390	735.807	818.045	711.507	763.328	618.330	801.508	630.522	670.347	433.338
%3	%22	-%1	%1	-%1	%5	-%1	-%3	-%19	-%6	-%12	-%11	-%12



TÜRKBESD

Tablo 10, Soğutucu Üretim Değerleri - Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
7.643.688	500.528	1.142.977	1.890.520	2.590.914	3.407.937	4.179.950	4.918.944	5.684.133	6.534.869	7.250.263	8.002.683	8.493.696
8.493.696	609.073	1.242.971	1.999.301	2.735.108	3.553.153	4.264.660	5.027.988	5.646.318	6.447.876	7.078.348	7.748.695	8.182.233
%11	%22	%9	%6	%4	%4	%3	%2	-%1	-%1	-%2	-%3	-%4



TÜRKBESD

Tablo 11, Soğutucu İhracat Değerleri - Aylık

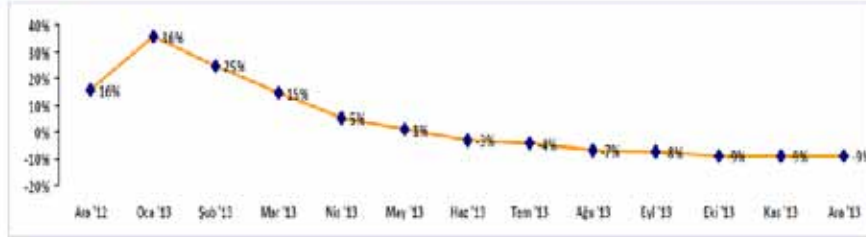
Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
435.881	317.899	410.806	542.833	578.161	598.190	684.280	635.601	618.441	627.754	554.557	553.534	447.546
447.546	431.588	476.724	553.708	489.176	519.965	566.933	580.716	476.032	542.141	439.589	485.008	426.583
%3	%36	%16	%2	-%15	-%13	-%17	-%9	-%23	-%14	-%21	-%12	-%5



TÜRKBESD

Tablo 12, Soğutucu İhracat Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
5.674.783	317.899	728.705	1.271.538	1.849.699	2.447.889	3.132.169	3.767.770	4.386.211	5.013.965	5.568.522	6.122.066	6.569.602
6.569.602	431.588	938.912	1.462.020	1.951.196	2.471.161	3.098.094	3.618.810	4.094.842	4.636.983	5.076.572	5.561.580	5.988.163
%16	%36	%25	%15	%5	%1	-%3	-%4	-%7	-%8	-%9	-%9	-%9



TÜRKBESD

Tablo 13, Buzdolabı İç Satış Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
139.222	137.159	121.996	133.004	144.770	156.669	158.101	183.420	195.739	170.995	168.390	144.866	114.150
114.150	124.665	124.193	162.860	168.509	166.935	176.741	236.272	204.207	213.347	164.760	149.374	111.205
%5	-%9	%2	%22	%16	%0	-%11	%29	%4	%25	-%12	%3	-%13



TÜRKBESD

Tablo 14, Buzdolabı İç Satış Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
1.900.741	137.159	259.155	392.159	536.929	703.598	901.699	1.085.119	1.280.858	1.451.353	1.619.743	1.764.609	1.878.759
1.878.759	124.665	248.858	411.718	580.227	747.162	923.903	1.160.175	1.364.382	1.577.729	1.742.489	1.891.863	2.003.068
-%1	-%9	-%4	%5	%8	%6	%2	%7	%7	%6	%8	%7	%7



TÜRKBESD

Tablo 15, Buzdolabı Üretim Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
439.486	444.695	577.243	588.103	671.041	697.901	658.531	706.690	695.389	749.944	609.404	660.986	426.824
426.624	549.525	555.465	569.397	662.642	728.657	625.734	684.694	550.311	694.029	528.891	585.712	390.732
%3	%24	%4	%3	%1	%4	%5	%3	%21	%7	%13	%11	%8



TÜRKBESD

Tablo 16, Buzdolabı Üretim Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
6.790.078	444.695	1.021.938	1.710.041	2.381.082	3.078.983	3.797.514	4.446.204	5.141.593	5.891.537	6.500.941	7.161.927	7.588.751
7.588.751	549.525	1.104.990	1.774.387	2.437.029	3.155.686	3.791.420	4.476.114	5.025.435	5.720.464	6.249.355	6.895.067	7.225.799
%12	%24	%8	%4	%2	%3	%1	%1	%2	%3	%4	%3	%3



TÜRKBESD

Tablo 17, Buzdolabı İhracat Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
371.549	268.531	355.876	477.431	503.399	520.835	599.814	542.488	551.425	547.353	471.217	474.758	370.370
370.370	372.437	403.422	490.544	398.560	439.544	487.282	499.195	409.023	464.780	373.085	409.170	370.524
%0	%39	%13	%1	%21	%16	%19	%8	%26	%13	%21	%14	%0



TÜRKBESD

Tablo 18, Buzdolabı İhracat Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ek-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
4.887.784	768.551	624.407	1.101.838	1.605.737	2.126.072	2.725.886	3.268.374	3.819.799	4.367.152	4.838.369	5.313.127	5.683.497
5.683.497	372.437	775.859	1.256.403	1.654.963	2.094.607	2.581.889	3.081.084	3.490.107	3.954.887	4.327.973	4.737.143	5.107.667
%16	%39	%24	%14	%3	-%1	-%3	-%6	-%9	-%9	-%11	-%11	-%10



TÜRKBESD

Tablo 19, Derin Dondurucu İç Satış Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ek-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
17.620	6.422	13.763	15.013	25.357	28.801	44.041	50.084	65.676	70.761	69.421	31.918	16.640
16.640	14.031	36.220	60.204	49.793	50.494	57.550	67.168	86.840	83.345	56.203	15.401	10.266
%32	%118	%163	%301	%96	%75	%31	%34	%32	%18	-%19	-%32	-%38



TÜRKBESD

Tablo 20, Derin Dondurucu İç Satış Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ek-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
292.351	6.422	20.165	35.198	60.555	89.356	133.397	183.481	249.157	319.918	389.339	421.257	437.897
437.897	14.031	50.251	110.455	160.748	210.742	268.292	335.460	422.300	505.645	561.848	577.249	587.515
%50	%118	%149	%214	%165	%136	%101	%83	%69	%58	%44	%37	%34



TÜRKBESD

Tablo 21, Derin Dondurucu Üretim Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
65.376	55.833	65.201	59.445	69.353	73.122	63.482	80.304	69.800	100.792	105.990	91.434	64.189
64.189	59.548	78.383	86.983	73.165	89.388	85.773	78.634	68.009	107.479	101.631	84.635	42.606
%2	%7	%20	%46	%5	%13	%35	-%2	-%3	%7	-%4	-%7	-%34



TÜRKBESD

Tablo 22, Derin Dondurucu Üretim Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
853.610	55.833	131.034	180.479	249.832	328.954	392.436	472.740	542.540	643.332	749.327	840.756	904.945
904.945	59.548	137.931	224.914	298.079	387.467	475.240	551.874	619.883	727.362	828.993	913.623	956.234
%6	%7	%14	%25	%19	%18	%21	%17	%14	%13	%11	%9	%6



TÜRKBESD

Tablo 23, Derin Dondurucu İhracat Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
64.332	49.368	54.930	65.402	74.762	77.355	84.466	93.113	67.016	80.401	83.340	79.776	77.176
77.176	59.151	73.302	73.164	90.615	80.321	79.651	81.521	67.009	77.361	66.503	75.838	56.059
%20	%20	%33	%12	%21	%4	-%6	-%12	%0	-%4	-%20	-%14	-%27



TÜRKBESD

Tablo 24, Derin Dondurucu İhracat Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
786.999	49.368	104.298	169.700	244.462	321.817	406.283	499.396	566.412	645.613	730.153	808.929	886.105
886.105	59.151	132.453	205.617	296.233	376.554	456.205	537.726	604.735	682.096	748.599	824.437	880.496
%13	%20	%27	%21	%21	%17	%12	%8	%7	%5	%3	%2	-%1



TÜRKBESD

Tablo 25, Yıkayıcılar İç Satış Değerleri – Aylık

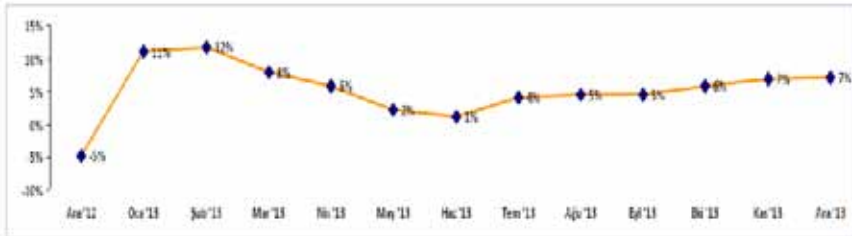
Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
151.684	136.337	145.883	159.889	148.837	171.864	158.473	143.598	164.880	168.205	158.458	154.453	146.596
146.586	151.647	163.837	162.390	147.724	154.630	153.777	176.811	175.181	178.204	184.019	181.067	162.978
-%3	%11	%12	%2	-%1	-%10	-%3	%23	%6	%6	%16	%17	-%11



TÜRKBESD

Tablo 26, Yıkayıcılar İç Satış Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
1.948.641	136.337	282.220	442.119	590.956	762.820	921.293	1.064.831	1.229.711	1.397.916	1.556.374	1.730.827	1.857.413
1.857.413	151.647	315.484	477.814	625.538	780.168	933.445	1.110.756	1.285.437	1.463.641	1.647.660	1.828.727	1.991.705
-%5	%11	%12	%8	%6	%2	%1	%4	%5	%5	%6	%7	%7



TÜRKBESD

Tablo 27, Yıkayıcılar Üretim Değerleri – Aylık

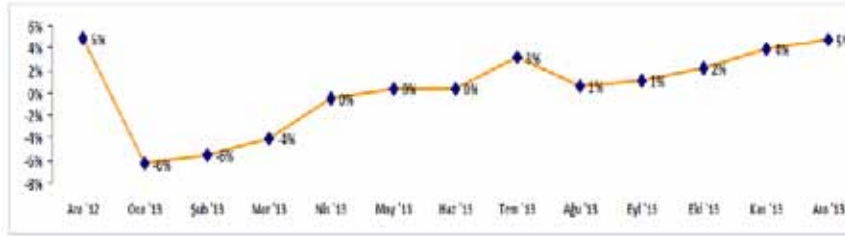
Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
533.729	451.102	508.685	533.045	457.649	516.205	443.575	502.691	563.735	683.860	569.106	613.301	512.786
512.786	422.664	484.150	525.319	509.333	534.748	445.566	597.584	480.937	712.273	630.069	727.541	586.054
%4	-%6	-%8	-%1	%11	%4	%0	%19	-%15	%4	%11	%19	%14



TÜRKBESD

Tablo 28, Yıkayıcılar Üretim Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
6.058.099	451.102	959.787	1.492.833	1.950.482	2.466.687	2.910.762	3.412.953	3.976.688	4.660.548	5.229.654	5.847.955	6.355.741
6.355.741	422.664	906.814	1.432.133	1.941.466	2.476.234	2.921.780	3.519.364	4.000.301	4.712.574	5.342.643	6.070.187	6.656.241
%5	-%6	-%6	-%4	%0	%0	%0	%3	-%1	%1	%2	%4	%8



TÜRKBESD

Tablo 29, Yıkayıcılar İhracat Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
426.419	332.722	309.948	403.395	331.447	336.145	353.793	349.074	470.952	529.617	491.682	502.738	435.955
435.955	320.890	306.103	355.563	326.019	373.584	354.511	407.776	395.934	545.149	499.962	571.791	451.151
%2	-%4	-%1	-%12	-%2	%11	%0	%17	-%16	%3	%2	%14	%13



TÜRKBESD

Tablo 30, Yıkayıcılar İhracat Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
4.498.402	332.722	702.670	1.106.065	1.437.512	1.773.657	2.127.450	2.476.524	2.947.476	3.477.093	3.968.775	4.471.513	4.907.468
4.907.468	320.890	686.993	1.042.556	1.368.575	1.742.159	2.096.670	2.504.446	2.900.380	3.445.529	3.945.491	4.517.282	5.008.433
%9	-%4	-%2	-%6	-%5	-%2	-%1	%1	-%2	-%1	-%1	-%1	%2



TÜRKBESD

Tablo 31, Çamaşır Makineleri İç Satış Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
140.550	175.896	133.891	151.984	143.746	166.212	153.505	139.300	159.961	161.469	147.260	144.793	128.144
128.144	137.920	153.768	156.824	145.942	152.135	149.388	175.119	171.428	170.041	172.783	170.234	152.460
-%9	%10	%15	%3	-%2	-%6	-%3	%26	-%7	-%5	%17	%16	-%19



TÜRKBESD

Tablo 32, Çamaşır Makineleri İç Satış Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
1.850.423	125.896	259.787	411.771	555.517	721.729	875.234	1.014.534	1.174.495	1.335.964	1.483.224	1.628.017	1.756.151
1.756.161	137.920	291.688	448.512	594.454	745.580	895.977	1.071.096	1.242.524	1.412.565	1.585.348	1.755.582	1.908.042
-%5	%10	%12	%9	%7	-%3	-%2	-%6	-%6	-%6	-%7	-%6	-%3



TÜRKBESD

Tablo 33, Çamaşır Makineleri Üretim Değerleri – Aylık

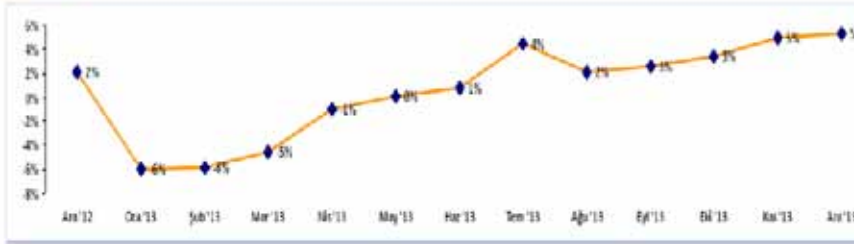
Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
446.222	377.366	439.811	475.994	424.838	477.942	404.041	415.468	470.515	572.585	473.992	506.477	428.406
428.406	354.939	414.005	465.871	466.647	495.760	472.563	528.644	409.204	603.992	525.212	600.491	467.577
%4	-%6	-%6	-%2	%10	%4	%5	%27	-%13	%5	%11	%19	%9



TÜRKBESD

Tablo 34, Çamaşır Makineleri Üretim Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
5.357.269	377.366	817.177	1.293.161	1.717.999	2.195.941	2.599.982	3.015.450	3.486.065	4.058.750	4.532.742	5.039.219	5.467.625
5.467.625	354.939	768.944	1.234.815	1.701.462	2.197.222	2.619.785	3.148.429	3.557.633	4.161.625	4.686.837	5.287.328	5.754.905
%2	-%6	-%6	-%5	-%1	%0	%1	%4	%2	%3	%3	%5	%5



TÜRKBESD

Tablo 35, Çamaşır Makineleri İhracat Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
349.377	268.211	321.779	351.771	301.212	307.874	322.593	290.166	377.814	423.106	380.987	396.483	349.189
349.189	260.529	308.901	300.796	295.153	340.208	376.565	359.491	327.668	443.820	396.170	440.778	386.775
%0	-%3	-%4	-%14	-%2	%11	%1	%24	-%12	%5	%4	%11	%11



TÜRKBESD

Tablo 36, Çamaşır Makineleri İhracat Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
3.854.647	268.211	589.990	941.761	1.242.973	1.550.847	1.873.440	2.163.606	2.541.420	2.964.526	3.345.513	3.743.995	4.093.185
4.093.185	260.529	569.430	870.276	1.165.389	1.505.597	1.832.162	2.191.653	2.519.321	2.963.141	3.359.311	3.800.089	4.185.814
%6	-%3	-%3	-%8	-%6	-%3	-%2	%4	-%1	%0	%0	%1	%2



TÜRKBESD

Tablo 37, Kurutucular İç Satış Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
11.124	10.441	11.992	7.915	5.091	5.652	4.968	4.238	4.919	6.796	11.198	9.660	18.442
18.442	13.727	10.069	5.506	1.782	2.495	3.889	1.692	3.253	8.163	11.296	10.833	10.518
%66	-%21	-%16	-%30	-%65	-%16	-%22	-%60	-%24	%21	%0	-%12	-%43



TÜRKBESD

Tablo 38, Kurutucular İç Satış Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
98.218	10.441	22.433	30.348	35.439	41.091	46.059	50.297	55.216	61.952	73.150	82.810	101.252
101.252	13.727	23.796	29.302	31.084	33.579	37.468	39.160	42.913	51.076	62.312	73.145	83.663
%3	-%21	%6	-%3	-%12	-%18	-%19	-%22	-%22	-%18	-%15	-%12	-%17



TÜRKBESD

Tablo 39, Kurutucular Üretim Değerleri – Aylık

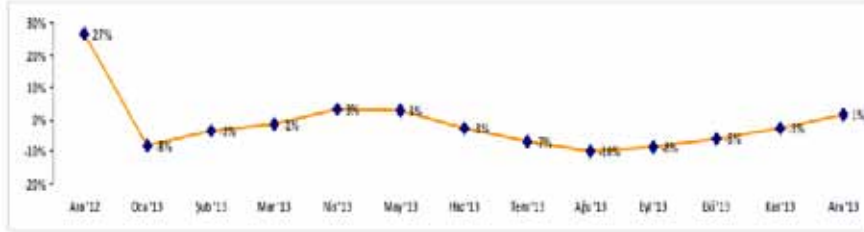
Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
87.507	73.736	68.874	57.062	32.811	38.253	39.534	87.223	93.120	111.175	95.114	106.824	84.380
84.380	67.725	70.145	59.448	42.586	38.988	23.003	68.940	71.733	108.281	104.857	127.053	118.477
%4	-%8	%2	-%4	-%30	-%2	-%42	-%21	-%23	-%3	-%10	-%19	-%40



TÜRKBESD

Tablo 40, Kurutucular Üretim Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
700.830	73.736	142.610	199.672	232.483	270.746	310.280	397.503	490.623	601.798	696.912	803.736	888.116
888.116	67.725	137.870	197.318	240.004	278.992	301.995	370.985	442.668	550.949	655.806	782.859	901.336
%27	-%8	-%3	-%1	-%3	-%3	-%3	-%7	-%10	-%3	-%6	-%8	-%1



TÜRKBESD

Tablo 41, Kurutucular İhracat Değerleri – Aylık

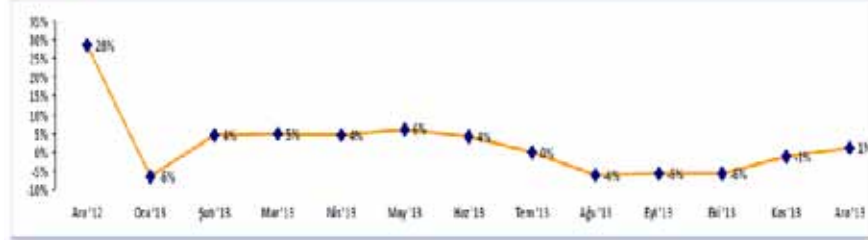
Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
77.042	64.511	48.169	51.524	30.235	28.271	31.200	58.908	93.138	106.511	110.695	104.255	86.766
86.766	60.361	57.202	54.757	30.856	33.376	27.946	48.285	68.266	101.529	103.792	131.063	104.376
-%13	-%6	-%19	-%6	-%2	-%18	-%10	-%18	-%27	-%5	-%6	-%26	-%20



TÜRKBESD

Tablo 42, Kurutucular İhracat Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ekim-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
633.755	64.511	112.680	164.301	194.539	222.810	254.010	312.918	406.056	512.567	623.262	727.517	814.283
814.283	60.361	117.563	172.330	203.186	236.562	264.508	312.793	381.059	482.388	596.180	717.243	821.619
%28	-%6	%4	%5	%4	%6	%4	%0	-%6	-%6	-%6	-%1	%1



TÜRKBESD

Tablo 43, Bulaşık Makineleri İç Satış Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ekim-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
111.145	120.660	118.441	136.821	117.426	135.645	134.850	110.267	146.573	149.394	107.174	128.198	107.237
107.237	104.090	113.454	123.737	129.239	133.465	112.624	119.061	134.428	127.767	116.364	127.336	107.079
-%4	-%14	-%4	-%10	%10	-%2	-%16	%8	-%9	-%14	%9	-%1	%0



TÜRKBESD

Tablo 44, Bulaşık Makineleri İç Satış Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ekim-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
1.552.913	120.660	239.101	375.925	493.351	628.996	763.846	874.113	1.020.686	1.170.080	1.277.254	1.405.452	1.512.669
1.512.689	104.090	217.484	341.221	470.460	609.526	716.550	835.611	970.039	1.097.806	1.214.170	1.341.506	1.448.565
-%3	-%14	-%9	-%9	-%5	-%4	-%6	-%4	-%5	-%6	-%5	-%5	-%4



TÜRKBESD

Tablo 45, Bulaşık Makineleri Üretim Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
232.176	218.525	244.431	294.873	262.822	294.412	255.863	242.428	290.182	308.719	260.752	283.922	247.396
247.396	225.895	247.180	291.968	295.042	314.278	253.491	245.903	277.527	311.847	237.639	295.172	248.210
%7	%8	%1	%1	%14	%7	%1	%1	%4	%1	%18	%4	%0



TÜRKBESD

Tablo 46, Bulaşık Makineleri Üretim Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
2.900.211	218.525	462.956	757.829	1.020.651	1.315.063	1.570.926	1.813.354	2.103.536	2.412.255	2.673.007	2.956.929	3.204.325
3.204.325	225.895	473.075	765.043	1.064.085	1.378.363	1.631.854	1.877.757	2.155.284	2.467.131	2.704.770	2.999.942	3.248.152
%10	%8	%2	%1	%4	%5	%4	%4	%2	%2	%1	%1	%1



TÜRKBESD

Tablo 47, Bulaşık Makineleri İhracat Değerleri – Aylık

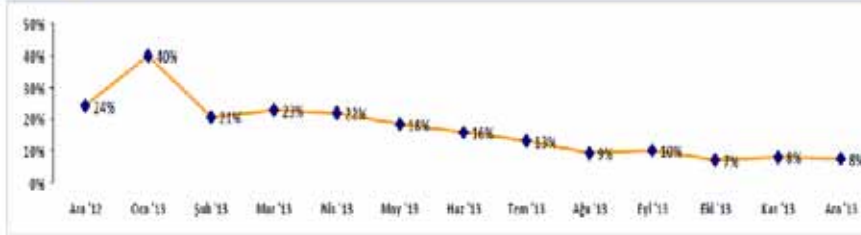
Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
139.873	101.712	146.832	148.274	149.847	154.756	156.248	156.791	174.313	175.676	178.132	168.138	161.247
161.247	150.730	156.133	188.407	177.573	163.783	161.772	157.129	151.129	199.638	148.343	198.003	168.215
%15	%40	%6	%27	%19	%6	%4	%0	%13	%14	%17	%18	%4



TÜRKBESD

Tablo 48, Bulaşık Makineleri İhracat Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ek-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
1.510.406	307.712	254.544	402.768	552.615	707.371	863.619	1.020.410	1.194.723	1.370.399	1.548.531	1.716.669	1.877.916
1.877.916	150.730	306.863	495.270	672.843	836.626	998.398	1.155.527	1.306.656	1.506.294	1.654.637	1.852.640	2.020.855
%20	%40	%21	%23	%22	%18	%16	%13	%9	%10	%7	%8	%8



TÜRKBESD

Tablo 49, Fırın İç Satış Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ek-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
54.016	46.183	47.509	70.173	57.391	64.184	78.693	70.317	64.018	70.405	65.799	69.096	64.792
64.792	48.949	53.741	57.710	61.946	60.135	75.672	77.855	78.256	76.924	73.255	69.832	65.677
%20	%6	%13	-%13	%8	-%6	-%4	%11	%22	%9	%11	%1	%1



TÜRKBESD

Tablo 50, Fırın İç Satış Değerleri – Kümülatif

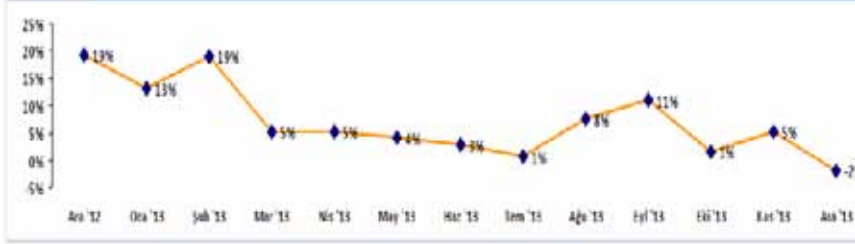
Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Ek-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
776.643	46.183	93.692	163.865	221.256	285.440	364.133	434.450	498.468	568.873	634.672	703.768	768.560
768.560	48.949	102.690	160.400	222.346	282.481	358.103	435.958	514.214	591.158	664.293	734.225	799.902
%1	%6	%10	-%2	%0	-%1	-%2	%0	%3	%4	%5	%4	%4



TÜRKBESD

Tablo 51, Fırın Üretim Değerleri – Aylık

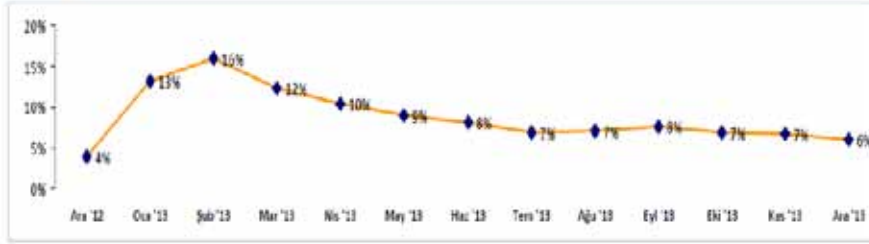
Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
254.908	267.547	259.626	288.520	305.660	306.441	259.236	333.613	279.075	345.113	328.520	355.548	304.037
304.037	302.609	309.111	303.701	325.936	319.590	267.064	336.132	300.520	383.000	333.411	374.034	298.492
%19	%13	%19	%5	%3	%4	%3	%1	%8	%11	%1	%3	-%2



TÜRKBESD

Tablo 52, Fırın Üretim Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
3.504.720	267.547	527.173	815.702	1.125.362	1.431.803	1.691.039	2.024.652	2.303.727	2.648.840	2.977.360	3.332.908	3.636.945
3.636.945	302.609	611.720	915.421	1.241.357	1.560.947	1.828.011	2.164.143	2.464.663	2.847.663	3.181.074	3.535.808	3.853.600
%4	%13	%16	%12	%10	%9	%8	%7	%7	%8	%7	%7	%8



TÜRKBESD

Tablo 53, Fırın İhracat Değerleri – Aylık

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
220.019	201.434	208.838	222.092	209.385	231.349	237.195	236.237	243.536	283.343	295.714	304.567	268.524
268.524	232.820	215.509	218.785	233.425	241.232	221.181	278.835	238.937	307.540	268.968	321.842	254.680
%22	%16	%3	-%1	%11	%4	-%7	%18	-%2	%9	-%9	%6	-%1



TÜRKBESD

Tablo 54, Fırın İhracat Değerleri – Kümülatif

Ara-11/12	Oca-12/13	Şub-12/13	Mar-12/13	Nis-12/13	May-12/13	Haz-12/13	Tem-12/13	Ağu-12/13	Eyl-12/13	Eki-12/13	Kas-12/13	Ara-12/13
2.765.395	201.434	410.272	632.364	841.749	1.073.098	1.310.293	1.546.530	1.790.056	2.073.409	2.369.123	2.573.690	2.942.214
2.942.214	232.820	448.329	667.114	900.539	1.141.771	1.362.952	1.641.787	1.880.724	2.168.373	2.457.341	2.779.183	3.043.863
%6	%18	%9	%5	%7	%6	%4	%6	%3	%6	%4	%4	%8



TÜRKBESD

Ev tipi split klima satışları ise 2013 sonu itibariyle 2 milyon adede ulaşmış olup bunun yaklaşık 1.5 milyonu yerli üretim ile karşılanmaktadır.

Televizyon iç pazarı yaklaşık 3 milyon adet olup, bu pazardaki satışın %65'i kadarı yerli üretimle karşılanmaktadır. İhracatın %70'i ise yerli markalarla yapılmaktadır. LCD televizyonlara geçişle birlikte %50'lerde olan yerli üretimin Avrupa'daki pazar payı %10'lara gerilemiş ancak son iki yılda yükselme eğilimine girerek % 25'leri yakalamıştır. 2013 sonu itibariyle televizyon ihracatı 10 milyon adedi geçmiş olup büyük teknoloji değişikliğine rağmen gelinen bu noktada çok önemli bir başarı elde edilmiştir.

Küçük ev aletlerinde iç üretimin pazar payı %65 seviyesindeki konumunu, Çin mallarına karşı korumaktadır. Ancak eldeki kısıtlı verilere rağmen 5 milyonluk üretime ulaşıldığı bilinmektedir.

Uluslararası pazar araştırma şirketi GFK 2013 raporuna göre; ciro bazda beyaz eşya sektörü, 2012 sonucuna göre %9 bir büyüme göstererek 2013 yılında 7.2 milyar TL ye ulaştı. Dört büyük beyaz eşya seneyi büyüme ile kapatırken en çok büyüme çamaşır makinelerinde yaşandı. Öte yandan inşaat sektöründeki gelişmelerin de etkisiyle ankastre fırın ocak ve bulaşık makinelerinde önemli gelişmeler yaşandı. Özellikle fırınlarda ankastre olanların satışları normal fırın satışlarını geçti. Bu dönemde A ve üstü sınıftaki enerji tasarruflu ürünlerin tüm kategorilerde payı arttı. Özellikle çamaşır makinelerinde A+++ ürünlerin satışları Avrupa pazarının üstüne çıkarken buzdolaplarında A++ ürünlerin payı Avrupa pazarı ile eşitlendi. Çamaşır makinelerinde en çok satılan kategori 7 Kg kapasitedekiler oldu. Sıkma devri baz alındığında 1000-1200 devirler en çok tercih ediliyor. 2013'de LED televizyonda ciro bazında %2'lik bir büyüme gerçekleşti. Üç boyutlu ve Smart televizyonların satış oranı tüm modellerin %50'sini geçti. Buna karşılık yıl içinde özellikle son aylarda %25'lere varan fiyat düşüşleri yaşandı. Buna rağmen toplam ciro 4,4 milyar TL'ye ulaştı. Öte yandan da 47 ve 55 ekran televizyonlara yönelik artış devam etti.

Küçük ev aletleri sektörü satışları, 2012 yılına göre adetsel bazda aynı kaldıysa da 2013 yılını ciro bazında %7.6 büyüme ile kapattı. Bu sektörün en önemli ürünleri olan elektrikli süpürgeler ve ütüler adet ve ciro bazında en yüksek payı almalarının ötesinde sırasıyla %36 ve %26 ile dayanıklı tüketim malları arasında en büyük büyümeyi yakaladı. Sıcak içecek makinaları ve özellikle tamamen yerli tasarım ve patentli Türk kahve makinasında da satışlar artmaya devam etti.

2.2 Dış Pazarlar

Sektör genel anlamda dış ticaret alanında Türkiye'nin en önde gelen sanayi sektörüdür ve üretiminin sayısal anlamda %70'e yakın bölümünü ihraç etmektedir. 2013 yılında Batı Avrupa beyaz eşya pazarı 6 ana ürün grubunda %1 daralırken, Doğu Avrupa beyaz eşya pazarı %4 büyüme kaydetmiştir. Özellikle pazar İngiltere, Fransa ve İspanya'da gerilerken İtalya'da büyümüştür.

Ortadoğu'da, bölge genelinde süregelen politik ve sosyal sıkıntılar nedeniyle daralma gözlenirken, Kuzey Afrika ve özellikle Mısır'da siyasi belirsizlik ve iç karışıklık pazarı önemli ölçüde daraltmıştır. 2013 sonu itibarıyla beyaz eşya dünyada yaklaşık %2.5 büyümüş ve parasal hacim 180 milyar dolara ulaşmıştır. Aynı dönemde LCD televizyon pazarı değer bazında Dünyada % 3.5 büyüyerek 140 milyar doları aşmıştır.

Türkiye açısından bakıldığında TİM ve TÜİK verilerine dayanan değer bazında bilgiler şu şekildedir:

2.2.1 İhracat

Dayanıklı Tüketim Malları İhracatı:

2013 sonu Türkiye Elektrik, Elektronik, Makine ve Bilişim İhracatçı Birliği Mal Grubu Raporuna göre;

Beyaz Eşya 3.466 milyon dolar

Klima 275 milyon dolar

Tüketici Elektroniği (Televizyon+Ses) 1.720 milyon dolar

Küçük Ev Aletleri ve Diğerleri 265 milyon dolar

TOPLAM 5.726 milyon dolar

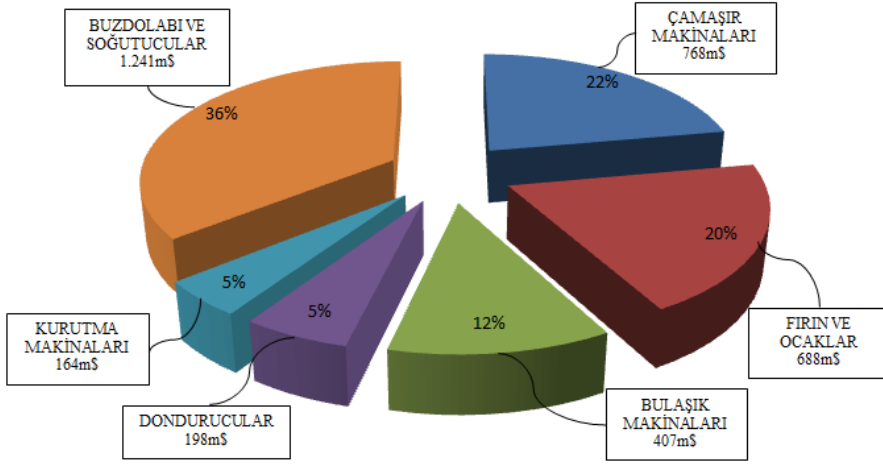
olarak gerçekleşmiştir.

2013 yılında 10 milyon adet televizyon ihraç edilmiş bir önceki yıla adetsel büyüme elde edilememiştir. Beyaz eşya sektöründe ise buzdolabı, çamaşır makinası, bulaşık

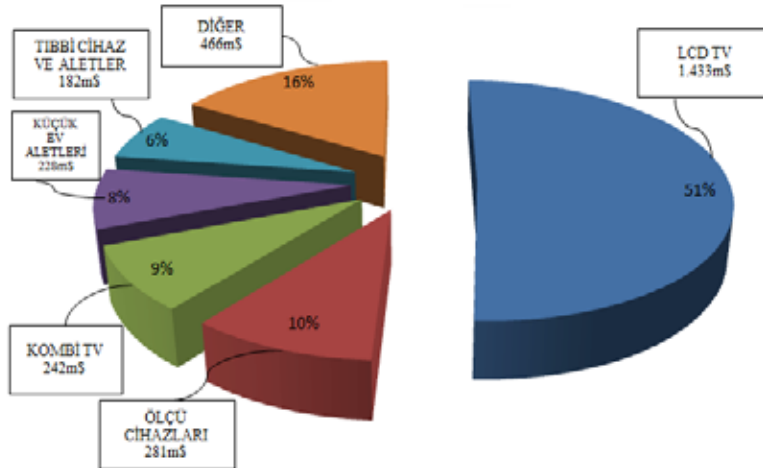
makinası, fırın, kurutucu ve klimadan oluşan altı ana üründe adetsel ihracat 16 milyon adet gerçekleşmiş olup bir önceki yıla göre adetsel bazda %2 gerileme yaşanmıştır. 2013 yılında sektör ihracatını dolar bazında % 20'nin üzerinde arttırmayı başarmıştır. 2013 sonu itibarıyla dayanıklı tüketim malları sektörünün Türkiye ihracatının içindeki payı %5'e yaklaşmıştır.

Söz konusu rapordaki mal gruplarına ve bölgelere göre ihracatın dağılımı aşağıda grafikler halinde sunulmaktadır.

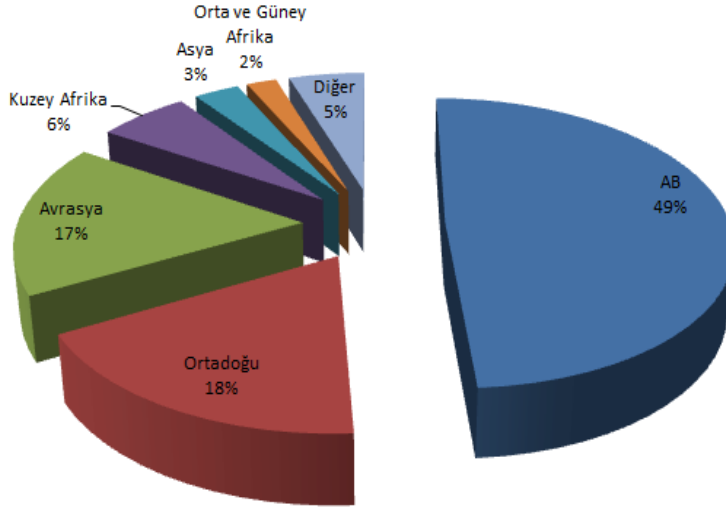
Şekil 1, Beyaz Eşya Mal Grupları



Şekil 2, Elektronik Mal Grupları



Şekil 3, Bölgelere Göre İhracat Oranları



2.2.2 İthalat

Dayanıklı tüketim malları ithalatı, gerek yurt içindeki üretici firmaların yurt dışı fabrikalarında ürettikleri bazı modeller ile tamamen yurt dışında yerleşik ağırlıklı olarak Uzak Doğu ülkeleri menşei mallardan oluşmaktadır. Bunların ağırlıklı bölümü LED televizyonlar ve küçük ev aletlerinden oluşmaktadır. Yukardaki sözü geçen rapordan alınan verilere göre;

Beyaz Eşya 551 milyon dolar

Klima 700 milyon dolar

Tüketici Elektronik (Televizyon+Ses) 1.432 milyon dolar

Küçük Ev Aletleri 568 milyon dolar

TOPLAM 3.251 milyon dolar

olarak gerçekleşmiştir.

Rakamlardan da görüldüğü gibi bitmiş ürün olarak net 2.5 milyar dolar bir dış ticaret fazlası meydana gelmiştir. Bu da teknoloji ağırlıklı sektörün Türk ekonomisine olumlu katkısını ortaya koymaktadır.

Malzeme bazında ithalata en fazla bağımlı ürün televizyonlar ve motor içeren küçük ev aletleridir. Televizyonlarda LCD panel küçük ev aletlerinde de motorların tamamına yakını Uzak Doğu ülkelerinden ithal edilmektedir.

Malzeme bazında beyaz eşyada en önemli ithal malzemeler paslanmaz sac, bazı kimyasallar ve elektronik bileşenlerdir.

Ancak planlanan ve üretime geçecek paslanmaz sac tesisleri ve petrokimya tesislerinin, önümüzdeki yıllarda ithalatı azaltacağı beklenmektedir.

3. Sektörün Genel SWOT Analizi

Sektörün iç ve dış faktörlerini dikkate alarak, sahip olduğu avantajları ve var olan güçlü yönlerini tespit etmek, fırsatlardan en üst düzeyde yararlanmak, sektörün eksik ve zayıf yönlerini tespit ederek iyileştirmek, tehditlerin etkisini en aza indirecek şekilde gerekli önlemleri almak ve bu doğrultuda yeni stratejiler geliştirmek amacıyla, Türkiye elektrik ve elektronik sektörü, dayanıklı tüketim malları alt sektörüne ait geniş katılımlı GZFT (SWOT) Analizi oluşturulmuştur.

Bu analiz, ilgili özel ve kamu sektör temsilcilerinin ve kamu kurumlarının görüşleri, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Elektrik ve Elektronik Sanayi Teknik Komitesi (ELTEK) Komisyonu toplantıları neticesinde ortaya konan tespitlerin toplanması sonucunda elde edilmiştir. Sektörün genel GZFT analizi yapıldığında aşağıdaki tablolarda yer alan verilere ulaşılmıştır.

GÜÇLÜ YÖNLER	FIRSATLAR
<ol style="list-style-type: none">1. Sektördeki bilgi ve deneyim birikimi2. Ürün çeşitliliği3. Nitelikli ve ucuz işgücü4. AB ülkelerine yakınlık5. Üretim kapasitesi6. Coğrafi konum7. Esneklik8. Kalite kavramının geliştirilmiş olması9. Genç ve girişimci nüfus10. AB teknik mevzuatına uyumun sağlanmış olması11. Kaliteli ve sürdürülebilir üretim altyapısı12. Uluslararası yönetim sistemleri yaygınlığı	<ol style="list-style-type: none">1. Bölgesel üretim merkezi olma potansiyeli2. İç pazarın doygunluğa ulaşmaması3. AB ve küresel mevzuata entegrasyon4. Makroekonomik istikrarın kalıcı hale getirilerek ülkenin yeni yatırımlar için çekici hale gelmesi5. Ar-Ge ve yenilikçilik potansiyeli6. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlığı7. Mesleki eğitimdeki yeniden yapılanma8. Kurumlar arası yetki ve sorumlulukların rasyonelleştirilerek bürokrasinin azaltılmasına yönelik e-Devlet benzeri çalışmalar9. Değişen ekonomik konjonktür ile üretim merkezlerinin ve küresel pazarların yer değiştirmesi

ZAYIF YÖNLER

1. Genel vergi ve SGK primi yükü
2. Devlet desteklerinin yetersizliği
3. Sanayi altyapısının yetersizliği
4. Yoğun bürokrasi
5. Finansman yetersizliği
6. Özgün teknoloji/ürün/sistem eksikliği
7. Kalifiye ara eleman eksikliği
8. Yetersiz Ar-Ge yatırımları
9. Yetersiz komponent altyapısı
10. Tasarım ve marka yaratmada eksiklik
11. Pazarlama/reklam/tanıtım yetersizliği
12. Enerji maliyetinin yüksekliği
13. Sektörün yeterince örgütlenememesi
14. Kayıt dışı ekonomi ve merdiven altı üretim
15. Üniversite-sanayi işbirliği yetersizliği
16. Piyasa gözetimi ve denetiminde yaşanan sıkıntılar
17. Yüksek girdi maliyeti
18. Yatay ve dikey etkileşim/bütünleşme eksikliği
19. Nakliyede karayolu bağımlılığı ve lojistik problemler
20. Fikri ve sınaî mülkiyet hakları konusundaki yetersizlikler
21. Eximbank kredilerinden alınan payın yetersizliği
22. Sanayi envanteri ve istatistik bilgilerinin güncel olmaması ve eksikliği
23. Dış sermaye için yeterince fırsat yaratılmaması

TEHDİTLER

1. Uzakdoğu ülkelerinin pazar paylarını önemli oranda arttırmaları
2. Ekonomik krizlerin olumsuz etkileri
3. AB ülkeleri ile Uzakdoğu ülkeleri arasında yapılan serbest ticaret anlaşmaları
4. İstatistikî rakamlara ulaşmakta yaşanan zorluk

4. Yatırım Ortamının İyileştirilmesi

Sektöre yatırım ortamı olarak bakıldığında diğer sektörlerden farklı olarak bir beklentisi yoktur, istihdamın üzerindeki yükler, enerji fiyatları, son yıllarda azaltılmış olmasına rağmen bürokrasi, hukuki alt yapı eksikliği, denetimsizlik gibi genel sorunlar sektör için de aynen geçerlidir. Demir yollarının gelişmesi lojistik giderlerini azaltılması açısından gereklidir. Liman masraflarını azaltılması da ihracat giderlerini azaltacaktır.

Markalaşma ve danışmanlık giderlerinin desteklenmesi kağıt üzerinde faydalı görülmele birlikte bunlara ulaşmak için özel mesai ve personel gerektirmekte ve özellikle küçük işletmeler bu konuda zorluk yaşamaktadır. Bu konuda söz konusu desteklere ulaşma basitleştirilerek yaygınlaştırılması sağlanmalıdır.

Sektörde diğer bir öncelikli sorunda alt yapı eksiklikleridir. Bağımsız ve akredite denetim laboratuvarlarının olmayışı, çevre mevzuatı gereği alt yapının henüz oluşturulmamış olması ve Belediyelerin bu konuda isteksiz davranmaları mevzuat hedeflerine ulaşmasını geciktirecektir.

Özellikle hammadde yatırımlarının ve elektronik bileşen yatırımlarının desteklenmesi hem cari açığı azaltacak hem de rekabetçiliğin önünü açacaktır.

Dolayısıyla sektörün, dışa bağımlı olmayan, kendi teknolojisini üreten, sağladığı katma değerle ender sektörlerden biri olarak, Türkiye ekonomisi ve istihdamı çerçevesindeki önemli katkısı göz önüne alındığında, sektörün yaşaması, rekabetçiliğinin devamına destek sağlanması ve önündeki engellerin minimize edilmesi, ilgili Bakanlıklarımızın sürdürülebilir kalkınmaya yönelik önemli görevleri arasında olmalıdır.

Atık Elektrikli Elektronik Eşya (AEEE) Yönetmeliği yürürlüğe girmiştir ancak uygulama henüz başlamamıştır bu konuda da piyasa ve ithalatın denetlenmesinde gerekli tedbirler alınmazsa yatırım ortamı negatif yönde etkilenebilecektir. AEEE Yönetmeliği, ömrünü doldurarak atık haline gelmiş her türlü beyaz eşya, elektronik cihazlar, televizyonlar, bilgisayarlar elektrikli aletler vb. ekipmanların belli şekilde toplanmasını, geri kazanımını, çevreye zarar vermeyecek şekilde değerlendirilmesini, üretici ve ithalatçıların finanse etmesini ve bu süreci bireysel veya bir yetkilendirilmiş kuruluş vasıtasıyla yerine getirmesini sağlayacak hükümler içermektedir. Bu süreç üretici ve ithalatçılara önemli mali yükler getirmektedir.

5. Sektörde Yeni Eğilimler

Sektörde üretim teknolojileri en üst düzeyde olup üretim işletmeleri bu bakımdan AB düzeyinin üstündedir. Birçok işletme akıllı üretim hatları ve robotlara sahiptir ayrıca akıllı ambar ve stok yönetiminde en son teknolojiler kullanmaktadır.

Üniversite sanayi işbirliği her geçen yıl artan bir hızda gelişmektedir. Başta ODTÜ ve İTÜ bu konuda başı çekmektedir.

Sektörde ciddi anlamda Ar-Ge faaliyetleri 1990'da başlatılmıştır. Özellikle beyaz eşya ve küçük ev aletlerinde sektör yıllardır kendi teknolojisini üretebilmekte patent ve faydalı model her yıl önceki yıla göre artarak gelişmektedir.

Sektörde son yıllarda endüstriyel tasarıma verilen önem artmış olup, küçük işletmelerde dahi bu konudaki tasarımcı istihdam edilmektedir. Bu konuda her yıl yarışmalar düzenlenmekte olup seçilen öğrenciler yurt dışı eğitimlere gönderilmekte ve ayrıca sergilenen tasarımlar özellikle küçük ev aletleri konusunda üreticilerin kullanımına sunulmaktadır. Bu çerçevede üniversitelere destek olmak ve alt yapı hazırlamak gayesi ile bir Endüstriyel Tasarım Meslek Lisesi oluşturulmuştur.

Sektörde her geçen gün akıllı cihazlar, boyutları büyüyen 3 boyutlu, kablosuz internete erişebilen ve UHD (4K) televizyonlar piyasada yaygınlaşıyor. Ekranlar büyüyor ve inceliyor ve kavisli ekranlar pazara giriyor, televizyonlar da diğer bir gelişme de OLED denilen ışığını kendi sağlayan arka ışığa gerek duymayan yeni ekran teknolojilerinin 2014 yılında pazara girmesi bekleniyor. Beyaz eşyada yüksek hijyen ev otomasyonu sağlayan ürünler, tableti üzerinde bulunan ve daha büyük hacimli buzdolapları, 9 kg kapasiteye ulaşan çamaşır makineleri, kurutmalı çamaşır makineleri, uzun koruma sağlayan bölümlere sahip buzdolapları, daha az enerji ve malzeme kullanan kolay geri dönüştürülebilir ürünlerin sayısı artmaktadır.

Küçük ev aletlerinde siklon filtreli torbasız süpürgeler, otomatik kahve ve çay makinelerinin payı gün geçtikçe artmaktadır.

Malzeme kullanımında geri dönüşümlü malzemeler, üretimde robot teknolojileri, akıllı prototip uygulamaları gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır.

6. Sektörün Yapısal Sorunları ve Çözüm Yolları

Sektörün en büyük yerel sorunlarından biri piyasa denetimlerindeki eksiklik ve bağımsız laboratuvar eksikliğidir. Alınan son bilgilere göre, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı denetçi kadrosunu genişletmiş olup daha etkin bir denetimi önümüzdeki yıllar için gerçekleştirmeyi planlamaktadır. Öte yandan, TSE beyaz eşya laboratuvarın takviye etmeyi ve klima test laboratuvarı kurmayı planına almıştır. Sonuçlar sektörümüzce yakından takip edilmektedir.

Sektörün önündeki diğer bir yük de AB uyum yasaları çerçevesinde çıkarılan Atık Elektrik ve Elektronik Eşyaların (AEEE) Kontrolü Yönetmeliği çerçevesinde ömrünü doldurup atık haline gelen elektrikli aletlerin toplanıp geri dönüştürülmesidir. Bu konuda altyapı ve tüketicilerdeki bilinç yetersizliği herkesçe bilinmektedir. Öte yandan atık toplama ve getirme merkezlerini kurmakla görevli Belediyelerden bugüne kadar, ancak birkaçı o da yetersiz ölçekte bu sahaları kurabilmişlerdir. Avrupa'da da yaşandığı gibi hedeflerin tutturulmasında sorunlar yaşanacağı çok açıktır. Bu konuda sektör ilgili Bakanlıklardan gerekli toleranslı yaklaşımı beklemektedir.

Yeni Tüketici Kanunu Taslağı'ndan da bilindiği gibi üreticilere daha fazla yükümlülükler gelmektedir. Bunları yerine getirmekten çekinmeyecek sektör, ilgili mevzuatın herkese eşit şekilde uygulanmasının sağlanmasını ve kayıt dışının tamamen sıfırlanmasını sağlayacak tedbirlerin alınmasını kamu otoritelerinden beklemektedir.

Satışlarda kredi kartlarına getirilen taksit sayısı sınırlamaları pazarın istikrarı açısından önümüzdeki dönem için ciddi bir sorun oluşturmaktadır. İç pazarın daralması ekonomiyi istihdam ve ihracattaki rekabetçilik yönünden de dikkate alınması gerekli bir konu olarak önümüzde durmaktadır.

7. Sektörün AB Sürecinde Geldiği Nokta, Karşılaşılan Uyum Sorunları

Dayanıklı tüketim malları sektörü 90'lı yıllardan bu yana ihracatının %50'den fazlasını AB ülkelerine yapmaktadır ve gerekli tüm AB mevzuatlarını kullanarak AB'ye tam uyumlu ürünler üretmektedir. Bu gün itibariyle AB mevzuat uyumu açısından bir sıkıntı söz konusu olamamakla birlikte AB her geçen gün ilgili mevzuatlarını sıkılaştırarak bilhassa çevre konularında önemli kısıtlar getirmektedir. Bunlara uyum son üreticilerce sağlanmasına rağmen yan sanayide zaman zaman zorluklar yaşanmakta ve maliyetler artmaktadır. Çevre sorumluluklarının yerine getirilmesinde alt yapı ve çevre bilinci eksikliği maliyetleri arttırmaktadır.

8. Sektörün Rekabet Gücünün Arttırılması ve Verimlilik

Sektör kendi içinde verimlilik artırma ve maliyetleri azaltma konularında devamlı gayret göstermektedir. Türkiye’de üretim yapan yabancı sermayeli uluslar arası firmalar ve sektördeki büyük Türk sermayeli şirketler bu sektörde dünyanın ilk on firmasının içinde yer almaktadır. Bu bakımdan en ileri yönetim ve üretim tekniklerini uygulamaktadırlar. Ancak, yardımcı sanayiler ve küçük ev aletleri sektöründeki daha küçük ölçekli firmalarımız rekabetçiliklerini geliştirmek ve en son yönetim tekniklerini geliştirmek, değişime ve krizlere hazırlıklı olmak zorundadırlar. Bu açıdan danışmanlık hizmetleri konusunda gerek devlet desteklerine gerek de ana sanayi desteklerine ihtiyaç göstermektedirler. Yardımcı sanayi ve orta ölçekli firmalar için kümelenme yaklaşımları iyi uygulandığında gelecekte önemli faydalar sağlayabilecektir.

9. Genel Değerlendirme

Katma değeri ve ihracatı en yüksek sektörlerinden biri olan dayanıklı tüketim malları sektörü, sağladığı yabancı yatırım katkısı, oluşturduğu kuvvetli yan sanayisiyle ve toplamda ekonomiye 25 milyar TL ye yakın katkısı ile Türkiye'nin en önemli aktörlerinden biridir. Kalitesi, ürün ve üretim teknolojileri dünya standartlarını aşmaktadır. Türkiye'nin en çok ihracat yapan ilk on firması arasında sektörümüzden iki firma yer almaktadır.

Dayanıklı tüketim malları sektörünün en önemli bölümünü oluşturan beyaz eşya sektöründeki Türk firmaları gerek marka satın alma yoluyla gerekse de yurt dışındaki yatırımlarıyla dünyaya açılmıştır. İngiltere, Rusya, Çin, Romanya ve Güney Afrika ülkelerinde sahip oldukları işletmeleriyle global şirketler haline gelmişlerdir.

Sektörün de katkılarıyla, çalışmalarına 2007 yılında başlanan Türkiye Elektrik Elektronik Sektörü Strateji Dokümanı 2013 Ocak ayında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından açıklanarak kamuoyu ile paylaşılmıştır. Dokümanda dört başlık altında eylem planları yapılmış ve ilgili kamu kuruluşları ve yapılacaklar maddeler halinde belirtilmiştir.

Öte yandan cari açığın azaltılması kapsamında planlanan ve yeni kurulan özellikle sac ve kimyasallar sektöründeki hammadde tesisleri dayanıklı tüketim malları sektörüne çok büyük destek sağlayacaktır. Ancak elektronik malzeme ve bileşenlerinde ithalata bağımlılık sürmektedir.

Planın başarıyla uygulanması ve sektörle yakın işbirliğinin yapılması durumunda Türkiye elektrik elektronik sektörünün en büyük parçası ve Türk halkının yaşam kalitesini arttıran en önemli unsur olan dayanıklı tüketim malları sektörünün geleceği çok parlak olacak, yıllık %10 civarında yıllık bir ihracat büyümesi sağlanarak 2023 yılında Türkiye elektrik elektronik sektörü için hedeflenen 45 milyar dolarlık ihracat hedefi yakalanabilecektir.

Kaynakça

1. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Elektrik ve Elektronik Sektörü Strateji Belgesi
2. Elektik-Elektronik Sektör Kurulu Toplantısı (2014/1-15 Ocak 2014)
3. TÜRKBEŞD Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği Aylık Raporları
4. ECİD Elektronik Cihaz İmalatçıları Derneği Raporları
5. KESİD Küçük ev Aletleri İmalatçıları Derneği Raporları
6. İMMİB İstanbul Maden Metal İhracatçı Birlikleri Raporları
7. İstanbul Elektrik Elektronik Makine ve Bilişim İhracatçı Birlikleri Raporları
8. CECED Avrupa Beyaz Eşya Üreticileri Birliği Verileri

www.tobb.org.tr

Dumlupınar Bulvarı No: 252
(Eskişehir Yolu 9. Km.)
06530 Çankaya / ANKARA

