

BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜNE YÖNELİK SORUNLAR ve ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

BİLGİ NOTU

Sayın Valimiz Recep SOYTÜRK' ün başkanlığında, 09.07.2026 günü Çerkezköy Organize Sanayi Bölgesinde, Beyaz Eşya Sektörü ana üreticileri ile beyaz eşya sektöründe ithal edilen ürünlerin yerleştirilmesine yönelik değerlendirme toplantısı yapılmıştır.

Toplantı sonucunda firmalar tarafından İl Müdürlüğümüze ulaşan Beyaz Eşya Sektörü sorun ve çözüm önerileri aşağıda sunulmuştur.

A-) ARÇELİK ANONİM ŞİRKETİ

TV ve Beyaz Eşya Sektörlerinde Rekabet Koşulları & Öneriler

TV ve beyaz eşya sektörleri, Türkiye'nin üretim, ihracat, istihdam, teknoloji ve yan sanayi kapasitesi açısından stratejik öneme sahip sanayi alanlarıdır. Sektörler, yerli üretimin ve yerli tedarik zincirinin güçlendirilmesini her zaman desteklemekte; ancak son dönemde oluşan ekonomik konjonktür, dış pazar daralması, maliyet baskıları, ithalat kaynaklı fiyat rekabeti ve düzenleyici yükler nedeniyle rekabet güçlerinde belirgin bir aşınma yaşamaktadır.

Bu çerçevede, yerli üreticinin korunması, üretim kapasitesinin sürdürülebilirliği ve ihracat pazarlarındaki konumun yeniden güçlendirilmesi için TV ve beyaz eşya sektörlerinin karşı karşıya olduğu rekabet koşullarının bütüncül şekilde ele alınması kritik önem taşımaktadır.

1. Ekonomik konjonktür ve maliyet yapısı esaslı şekilde değişmiştir.

2022'den bu yana sektörlerin faaliyet gösterdiği ekonomik ortam önemli ölçüde değişmiş; işçilik, enerji, finansman, girdi ve hammadde maliyetlerindeki yüksek ve öngörülemez artışlar, Türkiye'de üretim yapmanın rekabetçi maliyet avantajını zayıflatmıştır. 2022'den günümüze Avro bazında işçilik maliyetlerinde yaklaşık %78 artış yaşanmış, enerji maliyetleri yükselmiş ve öngörülebilirlik son derece azalmıştır.

Beyaz eşya sektörünün toplam ihracat adetlerinde 2022–2025 döneminde %21,7 düşüş ve yaklaşık 5,6 milyon adetlik kayıp oluşmuş; 2025 yılında ihracatta yaklaşık %10'luk ilave daralma yaşanmıştır. TÜRKBESE verilerine göre 2026 yılının ilk beş ayında da daralma %20 seviyesindedir.

TV sektöründe ise son gelişmeler, sorunun yalnızca dönemsel talep daralması veya münferit maliyet artışlarıyla açıklanamayacağını göstermektedir. LCD TV ihracatı 2026 Ocak–Nisan döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre adet bazında %50,7, değer bazında %48,1 gerilemiş; aynı dönemde üretim %36,5 düşerken TV ithalatı adet ve değer bazında artış göstermiştir.

2019–2026 Ocak–Nisan kümülatif ihracat verileri de TV sektöründe ihracat kapasitesinde kalıcı nitelikte zayıflama riski oluştuğuna işaret etmektedir. 2019 Ocak–Nisan döneminde 391 milyon ABD doları seviyesinde olan TV ihracatı, 2026 yılının aynı döneminde 97 milyon ABD dolarına gerilemiş; değer bazında 294 milyon ABD doları ve yaklaşık %75 oranında kayıp oluşmuştur. Aynı dönemde ihracat hacmi de 18,1 milyon kg seviyesinden 4,47 milyon kg seviyesine düşmüş, hacim bazındaki kayıp da yaklaşık %75 olarak gerçekleşmiştir. Buna karşılık birim ihracat fiyatı 2019'da 21,6 USD/kg iken 2026'da 21,7 USD/kg seviyesinde gerçekleşmiş; esas kaybın fiyat seviyesinden değil, ihracat hacmi ve pazar kaybından kaynaklandığı görülmüştür.

Ocak-Nisan Kümülatif Verileri															
	2019	Δ(19→20)	2020	Δ(20→21)	2021	Δ(21→22)	2022	Δ(22→23)	2023	Δ(23→24)	2024	Δ(24→25)	2025	Δ(25→26)	2026
Değer (Mio USD)	391	-36,8%	247	77,3%	438	-29,9%	307	-26,1%	227	7,0%	243	-23,5%	186	-47,8%	97
Birim fiyat (USD/kg)	21,6	-12,5%	18,9	41,8%	26,8	-13,4%	23,2	-19,8%	18,6	5,9%	19,7	1,0%	19,9	9,0%	21,7
Hacim* (mio kg)	18,1	-27,8%	13,1	25,1%	16,3	-19,0%	13,2	-7,8%	12,2	1,1%	12,3	-24,2%	9,3	-52,2%	4,5
Tüm Yıl Kümülatif Verileri															
	2019	Δ(19→20)	2020	Δ(20→21)	2021	Δ(21→22)	2022	Δ(22→23)	2023	Δ(23→24)	2024	Δ(24→25)	2025		
Değer (Mio USD)	1.294	-16,7%	1.078	21,4%	1.309	-32,3%	886	7,3%	951	-10,7%	849	-31,3%	583		
Birim fiyat (USD/kg)	20,5	-1,0%	20,3	36,5%	27,7	-26,7%	20,3	-4,4%	19,4	3,6%	20,1	1,5%	20,4		
Hacim* (mio kg)	63,1	-15,9%	53,1	-11,0%	47,3	-7,6%	43,6	12,3%	49,0	-13,8%	42,2	-32,3%	28,6		
$* BR FYT = \frac{USD}{KG}$															
$\Leftrightarrow KG = \frac{USD}{BR FYT}$															

TV ihracatı kümülatif verileri ve birim fiyat göstergeleri

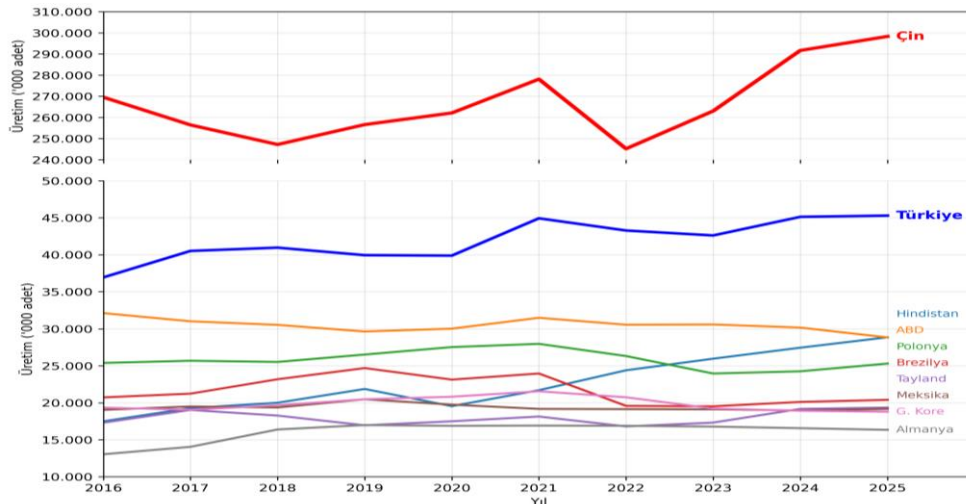
2. Çin kaynaklı rekabet baskısı hem beyaz eşya hem TV sektörlerinde hızla artmaktadır.

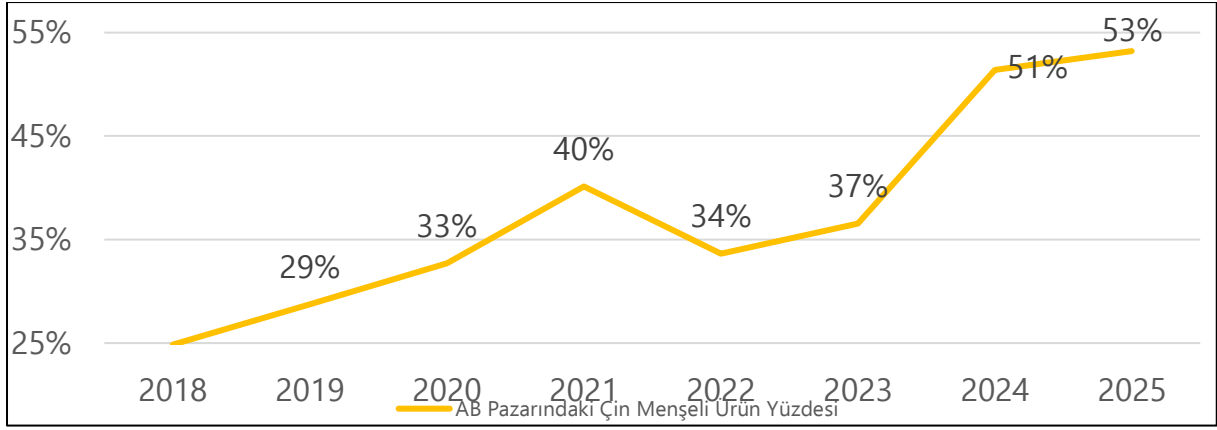
Küresel ölçekte özellikle Çin kaynaklı rekabet baskısı belirgin şekilde artmıştır. Çin'in iç pazardaki daralma nedeniyle kapasite fazlasını ihracata yönlendirmesi, Avrupa başta olmak üzere ana pazarlarda ciddi fiyat baskısı yaratmakta; devlet destekleri, ölçek avantajı ve maliyet yapısı, Türkiye'de üretim yapan firmaların fiyatlama kabiliyetini ve kapasite kullanımını doğrudan etkilemektedir.

Beyaz eşya sektöründe AB pazarında Çin menşeli ürünler 2018–2025 yılları arasında adetsel bazda %114 artış göstermiş, pazardaki varsayılan payı %53'e yükselmiştir. 2022–2025 döneminde AB'nin beyaz eşya ithalatı %8,1 artarak 40,8 milyar ABD doları seviyesine ulaşırken, aynı dönemde AB'nin Çin'den ithalatı %24,0 büyümüş; Türkiye'nin AB'ye ihracatı ise %8,7 daralmıştır. 2025 yılında AB ithalatı 2024'e göre %12,4 artarken Çin %14,9 büyüme ile payını %23'ten %24'e çıkarmış; Türkiye ise %6,5 daralma sonucunda pay kaybı yaşayarak AB ithalatındaki payını %10'dan %8'e düşürmüştür.

TV sektöründe de en önemli ihracat pazarı Gümrük Birliği içinde yer alan AB ülkeleridir. Çin TV üreticileri AB pazarına yatırım yaparak pazar paylarını sürekli artırmaktadır. Ayrıca AB'nin doğrudan Vietnam'dan yaptığı TV ithalatı, Türkiye'den yaptığı TV ithalatını geçmiştir. Bu tablo, yerli üretimin hem dış pazarlarda hem de iç pazarda eş zamanlı baskı altında olduğunu göstermektedir.

Global beyaz eşya üretiminde rekabet ve Çin dominansı





AB Pazarında Çin Menşeli Ürünler

Birim: 000 Adet	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Çin'in Üretimi	247,207	256,627	262,132	278,123	245,207	263,054	291,694	298,338
Çin Pazarı	130,851	129,768	123,172	123,948	115,493	116,069	123,824	127,156
Çin'in Fazla Üretimi	116,356	126,859	138,960	154,175	129,715	146,986	167,870	171,182
Çin İhracatında AB'nin Payı	16.29%	17.59%	18.76%	21.83%	20.66%	18.93%	23.19%	23.70%
AB Pazarında Çin Menşeli Ürün	18,955	22,318	26,069	33,650	26,801	27,830	38,922	40,565
AB Pazarı	76,290	77,616	79,679	83,792	79,737	76,098	75,741	76,230
AB Pazarında Çin Menşeli Ürün Yüzdesi	25%	29%	33%	40%	34%	37%	51%	53%

3. İç piyasada maliyet ve düzenleme kaynaklı baskılar üretimi zorlamaktadır.

Sektör yalnızca dış rekabetle değil, diğer ülkelerdeki üreticilerin tabi olmadığı iç piyasadaki maliyet ve düzenleme kaynaklı baskılarla da karşı karşıyadır. İşçilik, enerji, finansman ve hammadde maliyetlerinin yanı sıra İGV, anti-damping uygulamaları, gözetim uygulamaları, indirilemeyen KDV, DİR süreçleri ve GEKAP gibi düzenlemeler üretim maliyetlerini artırmaktadır.

Özellikle bazı kritik girdilerde yerli arzın yeterli olmaması nedeniyle ithalat zorunlu hale gelebilmekte; ancak bu girdilere uygulanan maliyet artırıcı düzenlemeler üretim zincirini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu durum, yerli üretimi destekleme amacıyla getirilen bazı uygulamaların, mevcut ekonomik koşullar dikkate alınmadığında nihai üründe rekabet gücünü zayıflatma riski taşıdığını göstermektedir.

Üretim maliyetleri, finansman koşulları, tedarik zinciri bağımlılıkları, ithalat baskısı ve dış pazarlardaki fiyat rekabeti birlikte değerlendirilmeden kalıcı bir iyileşme sağlanması mümkün görünmemektedir. Son yıllarda döviz kurunun sınırlı hareketi, buna karşılık işçilik, enerji, finansman ve üretim girdisi maliyetlerindeki artış, özellikle düşük kar marjıyla çalışan sektörde rekabetçiliği zayıflatmıştır.

4. Avrupa pazarında regülasyon ve ticaret politikası baskısı artmaktadır.

Avrupa Birliği'nde SKDM/CBAM, çelik korunma önlemleri, "Made in EU" yaklaşımı, Industrial Accelerator Act (IAA), ekotasarım, enerji verimliliği, tamir edilebilirlik ve dijital ürün verisi gibi düzenlemeler aynı anda devreye girmekte veya güçlenmektedir. Bu düzenlemeler, Avrupa pazarına ihracat yapan üreticiler açısından maliyet, tedarik, ürün tasarımı, veri yönetimi ve pazara erişim riski yaratmaktadır.

AB çelik korunma önlemleri ve yeni kota yapısı, sektörde kullanılan nitelikli çelik girdilerine erişimi zorlaştırabilecek; kota daralması ve bağlı ek maliyetler aşağı yönlü sanayiler üzerinde ilave baskı oluşturabilecektir. Benzer şekilde SKDM'nin zaman içinde bitmiş ürünlere doğru genişleme ihtimali, Türkiye'de üretim yapan ve AB ile yüksek entegrasyon içinde çalışan sektörler için artan karbon maliyeti riski doğurmaktadır.

TV sektörü açısından ise Türkiye'de yürürlüğe alınacak dijital dönüşüm ve ürün güvenliği düzenlemelerinin AB ve Birleşik Krallık düzenlemeleriyle uyumlu olması kritik önemdedir. CRA, RED DA, UK PSTI, AI Act ve Data Act gibi düzenlemelerden ayrılan ilave ulusal yükümlülükler, ihracatçı üreticiler için çift uyum maliyeti, test ve sertifikasyon yükü ve operasyonel karmaşıklık yaratacaktır. Bu nedenle teknik gereklilikler EN, ISO ve ETSI gibi uluslararası standartlara dayandırılmalı; uygunluk değerlendirme, test ve sertifikasyon altyapısı Türkiye'de ve AB nezdinde tanınabilir şekilde güçlendirilmelidir.

IAA ve "Made in Europe" yaklaşımı, Avrupa'nın stratejik sektörlerde yerelleşme ve tedarik güvenliği arayışını göstermektedir. Bu nedenle Avrupa'daki yeni düzenleyici mimari, Türkiye'deki ana sanayi ve yan sanayi için giderek artan ciddi bir risk teşkil etmektedir.

5. TV sektörüne özel ilave değerlendirme ve çözüm alanları

TV sektöründe asıl kritik konu Türkiye'nin ihracat pazarlarındaki konumunun hızla zayıflamasıdır. Bu nedenle TV üretimine özel ve hedef odaklı nitelikte bir ihracat destek mekanizması oluşturulması değerlendirilmelidir. Bu destek, doğrudan genel bir sübvansiyon yaklaşımından ziyade, yüksek üretim maliyetleri ve düşük marj nedeniyle ihracat pazarlarında rekabet gücü kaybeden TV sektörünü yeniden ölçek ekonomisine kavuşturacak şekilde tasarlanmalıdır.

- İhracata yönelik üretimde finansman maliyetlerinin azaltılması;
- Hedef pazarlara yönelik lojistik ve pazara giriş maliyetlerinin desteklenmesi;
- İhracat kredi limitlerinin artırılması ve Eximbank finansman koşullarının sektör özelinde iyileştirilmesi;
- Dış pazarlarda sertifikasyon ve teknik uyum maliyetlerinin karşılanması;
- Belirli stratejik pazarlarda fiyat rekabetini destekleyecek geçici mekanizmaların değerlendirilmesi;
- Amaç olarak Türkiye'de üretim yapan firmaların Çin başta olmak üzere düşük maliyetli üreticiler karşısında yeniden rekabet edebilir fiyat seviyelerine yaklaşmasının hedeflenmesi.

Talep yönlü araçların da birlikte ele alınması önemlidir. BDDK'nın 01.07.2021 tarihli ve 9646 sayılı Kararı ile fiyatı 5.000 TL'ye kadar olan televizyon alımlarında taksit sayısı 9 ay, fiyatı 5.000 TL ve üzerinde olan televizyon alımlarında ise 4 ay olarak belirlenmiştir. Kararın üzerinden yaklaşık beş yıl geçmiş; emtia, enerji, işçilik, finansman ve diğer üretim girdilerindeki artışa bağlı olarak televizyon perakende fiyatları önemli ölçüde yükselmiştir. Bugün piyasada 5.000 TL altında satılan televizyon neredeyse kalmadığından, 9 taksit imkanı fiilen uygulanamaz hale gelmiş; piyasadaki televizyonların büyük çoğunluğu 5.000 TL üzerindeki fiyat kategorisine girdiği için kredi kartı ile satışlarda fiilen 4 taksit sınırı uygulanmaktadır.

Bu durum, televizyon satışlarında kredi kartı taksit sayısının tüketici talebi üzerindeki belirleyici etkisi dikkate alındığında, iç pazar talebini sınırlamakta ve yerli üretim yapan firmaların satışlarını olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle kredi kartı ile televizyon satışlarında fiyat sınırı aranmaksızın 9 taksit uygulanmasına imkan tanınması; iç piyasa talebinin desteklenmesi, yerli üretim kapasitesinin

korunması, istihdamın sürdürülmesi ve sektörün rekabet gücünün güçlendirilmesi bakımından önem taşımaktadır.

6. Politika yaklaşımı: Yerli üretimi koruyan, ihracatı güçlendiren ve maliyetleri dengeleyen bütüncül çerçeve

Yerli üretimin güçlendirilmesi stratejik bir hedef olup sektörler yerli üretimin ve yerli tedarik zincirinin güçlendirilmesini desteklemektedir. Bununla birlikte, mevcut ekonomik koşullar dikkate alınmadan uygulanacak politikalar üretim kapasitesini zayıflatabilir. Özellikle kritik komponentlerde yerli üretimin gelişmesi zaman, ölçek ve maliyet dengesi gerektirmektedir.

Bugünkü koşullarda yüksek maliyetler, düşük talep ve yoğun dış rekabet ortamında üreticilerin faaliyetlerini sürdürebilmesi için destekleyici ve dengeli bir politika yaklaşımına ihtiyaç bulunmaktadır.

B-) BSH EV ALETLERİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Sayın Valimiz Recep Soytürk'ün başkanlığında, 9 Temmuz 2026 tarihinde Çerkezköy Organize Sanayi Bölgesi'nde gerçekleştirilen toplantıda, beyaz eşya sektörünün mevcut durumu ile yerlileştirmeye yönelik ihtiyaçların ele alınmasından memnuniyet duyduğumuzu belirtir; sektör görüşlerinin ilgili bakanlıkların değerlendirmesine sunulmasına yönelik çalışmalarınız için teşekkür ederiz.

Türkiye beyaz eşya sektörü, güçlü üretim altyapısı, gelişmiş yan sanayisi, yüksek ihracat kapasitesi ve Ar-Ge yetkinliğiyle ülkemizin önde gelen sanayi kollarından biridir. Bununla birlikte, son dönemde başta Çin olmak üzere küresel pazarlardan kaynaklanan yoğun fiyat rekabeti, artan hammadde ve enerji maliyetleri, finansmana erişim koşulları ve dış ticaret tedbirlerinin birikimli etkileri, sektörün rekabetçiliğinin korunmasını güçleştirebilmektedir.

BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. olarak, tedarik süreçlerimizde yerli tedarikçi ekosisteminin geliştirilmesine önem vermekte; teknik ve ticari açıdan uygun olan ürün ve girdilerin yerlileştirilmesine yönelik çalışmalar yürütmekteyiz. Yerlileştirme çalışmalarının sürdürülebilir sonuçlar doğurabilmesi için yerli üretimin kalite, kapasite, maliyet, tedarik sürekliliği ve uluslararası standartlara uygunluk bakımından daha rekabetçi bir yapıya kavuşturulması önem taşımaktadır.

Bu çerçevede, sektörün öncelikli sorunları ile bu alanlardaki beklentileri aşağıda sunulmaktadır:

- Hammadde, enerji ve finansman maliyetlerindeki artışların üretim ve ihracat rekabetçiliği üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılması,
- İthal girdilere yönelik vergi, gözetim ve diğer ticaret politikası tedbirleri uygulanmadan önce, kullanıcı sanayilerin üretim, ihracat ve istihdamı üzerindeki etkilerine ilişkin analizlerin yapılması,
- Yerli üretim kapasitesi ve teknik yeterlilikler geliştirilinceye kadar, Türkiye'de henüz yeterli kapasitede ve/veya gerekli teknik özelliklerde üretilmeyen bazı özel girdilerin tedarikinin üretim sürekliliğini sağlayacak şekilde sürdürülebilmesi,
- Yerli tedarikçilerin teknoloji, kapasite, kalite, sertifikasyon ve ölçek yatırımlarının desteklenmesi ve yetkinliklerinin geliştirilmesi,
- Ar-Ge, otomasyon, enerji verimliliği, dijitalleşme ve yeşil dönüşüm yatırımlarının uzun vadeli ve öngörülebilir destek mekanizmalarıyla teşvik edilmesi

Bilgi ve değerlendirmelerinize saygılarımızla arz ederiz.

C-) KENT DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Konu: Beyaz Eşya Sektörü Sorunları, Yan Sanayi ve Yerlileştirme Hakkında Değerlendirme Raporu

Sayın Valimiz Recep SOYTÜRK'ün başkanlığında, 09.07.2026 tarihinde Çerkezköy Organize Sanayi Bölgesinde gerçekleştirilen "Beyaz Eşya Sektörü Ana Üreticileri ile İthal Edilen Ürünlerin Yerlileştirilmesine Yönelik Değerlendirme Toplantısı" neticesinde, Kent Dayanıklı Tüketim Malları San. Tic. Ltd. Şti. olarak sektörümüze dair tespit ettiğimiz temel sorunlar ve çözüm önerilerimiz makamlarınıza arz edilmiştir.

Ülkemizin, dünyada Çin'den sonra ikinci büyük beyaz eşya üreticisi konumunu koruyabilmesi ve ithal ikamesi ürünlerin yerlileştirilmesi hedefine ulaşabilmesi adına sahadan gözlemlediğimiz en kritik sorunlar üç ana başlıkta toplanmaktadır:

1. Makroekonomik Dalgalanmalar ve Küresel Rekabet Gücünün Zayıflaması

Sektörümüzün ve yan sanayimizin bugün karşı karşıya kaldığı zorlukların temelinde, son dönemdeki ekonomik göstergeler ile üretim maliyetleri arasındaki uyumsuzluk yatmaktadır. Geçmiş yıllarda Çin aynı maliyet avantajına sahip olmasına rağmen, ihracatçılarımız uluslararası pazarlarda rekabet güçlerini koruyabilmekteydi. Ancak son dönemde yüksek enflasyona karşın döviz kurlarının aynı oranda artmaması, ihracatçı sanayicilerin rekabet gücünü önemli ölçüde zayıflatmıştır. Üretim maliyetlerinin hızla yükselmesi, buna karşılık ihracat gelirlerinin aynı seviyede artmaması, sektörün önemli bir bölümünü zararına üretim yapma, kapasite düşürme ve yatırımları erteleme noktasına getirmiştir.

2. Girdi, Hammadde Maliyetleri ve Tedarik Zinciri Zafiyetleri

Çelik, plastik granül, elektronik kart ve kompresör gibi kritik ara mamullerde yerli tedarik zincirimiz maalesef yeterince güçlü değildir. Bu girdilerin ithalatında yaşanan maliyet dezavantajları (döviz kuru, navlun ve uluslararası enerji fiyatları) yerli üreticinin belini bükmemektedir. Özellikle üretimde kullanılan yoğun elektrik ve doğalgaz maliyetleri sanayicinin rekabet şansını daraltmaktadır.

3. Yan Sanayide Maliyet Baskısı ve Çin'e Bağımlılık Riski

Yerli yan sanayimizin yaşadığı finansal zorluklar, ana üreticilere hem maliyet artışı hem de tedarik sürecindeki gecikmeler sebebiyle "verimsizlik" olarak yansımaktadır. Artan maliyetler nedeniyle ana üretici firmalar, ayakta kalabilmek adına yan sanayi tedarikinde mecburen Çin pazarına yönelmek durumunda kalmaktadır. Bu eğilim devam ettiği takdirde, yerli üretimin zamanla tamamen Çin yan sanayisinin hegemonyasına girmesi ve yerlileştirme hedeflerinden uzaklaşılması kaçınılmazdır.

Çözüm Önerilerimiz ve Taleplerimiz:

- Enflasyonla Mücadeleyi Bozmayacak, Ekonomi Politikasıyla Uyumlu Hızlı Çözüm Önerisi:** Uzun süredir ihracatçı birlikleri ve sektör temsilcileri tarafından da dile getirilen, hâlihazırda %3 seviyesinde uygulanan ihracatçıya yönelik kur desteğinin vakit kaybedilmeksizin en az %8 seviyesine yükseltilmesi sektör açısından kritik ve acil bir ihtiyaçtır.
- Yerli Tedariki Özendirici Teşvikler ve Ar-Ge Destekleri:** Ana üreticilerin ithalat yerine yurt içi tedarikçilere yönelmesini sağlamak amacıyla, yerli parça/aksam üretimine yönelik yatırım teşvikleri artırılmalıdır. Elektronik kart, kompresör ve motor gibi kritik bileşenlerin yerlileştirilmesi için Ar-

Ge ve tasarım merkezlerine ek destekler sunulmalı; bu alanlardaki yatırımlarda vergi indirimi veya hızlandırılmış amortisman gibi avantajlar sağlanmalıdır.

- **Enerji ve Lojistik Maliyetlerinde İyileştirme:** Sanayicinin üzerindeki yükü hafifletmek adına elektrik ve doğalgaz kullanımında "sanayiciye özel destekleyici tarife" modeline geçilmelidir. Ayrıca ihracat rekabetçiliğimizi korumak adına lojistik ve navlun maliyetleri devlet destekleri kapsamına alınmalıdır.
- **Finansmana Erişim Kolaylığı:** Yerlileştirme yatırımlarının kesintisiz devam edebilmesi için sanayicilere düşük faizli kredi imkânları sunulmalı ve KGF (Kredi Garanti Fonu) benzeri destek mekanizmaları devreye alınmalıdır.
- **Hacimli İhracata Yönelik Özel Düzenlemeler:** Küresel pazardaki büyük alıcıları ülkemize çekebilmek adına, yıllık bazda yüksek hacimli alım yapan yurt dışı müşteriler için ihracatçı firmalara yansıtılacak ekstra gümrük ve vergi indirimleri uygulanmalıdır. Başvuru süreçleri bürokrasiden arındırılarak kolaylaştırılmalıdır.
- **Kamu Alımlarında Yerli Malı Önceliği:** Kamu ihalelerinde yerli üretim beyaz eşyaya sağlanan fiyat avantajı ve öncelik uygulaması daha da güçlendirilmeli, yerli sanayici iç pazarda da desteklenmelidir.

Ülkemiz sanayisinin katma değerli üretim gücünü artıracak ve yerlileştirme vizyonuna ivme kazandıracak bu adımların atılması hususunda gereğini tensiplerinize arz ederiz.

D-) SARUHAN MAKİNA VE ELEKTRİKLİ EV EŞYALARI SAN. TİC. A.Ş.

“Küresel Beyaz Eşya ve Ev Aletleri Sektöründe Türkiye’nin Konumu, İhracat Dinamikleri ve Gelecek Senaryoları” Sektör Raporu

3.7. Sektörel Riskler ve Fırsatlar

Türkiye beyaz eşya ve ev aletleri sektörü, yüksek üretim kapasitesi, köklü sanayi altyapısı, güçlü ihracat performansı ve geniş iç pazar olanaklarıyla ülke ekonomisinin lokomotif sektörlerinden biridir. Bununla birlikte, küresel ekonomideki dalgalanmalar, iç piyasa dinamikleri ve hızla değişen teknoloji trendleri dikkate alındığında, sektör hem ciddi risklerle karşı karşıya kalmakta hem de yeni fırsat pencereleri yakalamaktadır.

1. Makroekonomik Riskler

Kur Dalgalanmaları ve Değerli TL Riski

- Türk Lirası’nın değer kazanması, ihracat pazarlarında fiyat rekabetçiliğini doğrudan azaltmaktadır. Özellikle AB pazarında Polonya ve Doğu Avrupa ülkeleri düşük maliyet avantajıyla öne çıkarken, Türkiye değerli TL nedeniyle fiyat avantajını yitirebilir.
- Aşırı değer kaybı ise ithal girdilere bağımlı sektör için maliyet artışına yol açacaktır. Paslanmaz çelik, alüminyum ve elektronik komponentler gibi kritik girdilerin büyük kısmı döviz bazında tedarik edildiğinden, maliyet baskısı doğrudan artmaktadır.
- Kur oynaklığı, uzun vadeli ihracat kontratlarında risk yaratmakta; firmalar için hem fiyatlama hem de nakit akışı yönetiminde belirsizlik oluşturmaktadır.

Politika Yapıcı Notu: Kur Oynaklığı ve Maliyet Enflasyonuna Karşı Finansmana Erişim

Döviz kuru oynaklığı ile işçilik, enerji ve diğer üretim girdilerindeki artışların ihracat fiyatlarına tam yansıtılamaması, ihracatçı firmalar için nakit akışı bozulması ve işletme sermayesi ihtiyacında artış riski doğurmaktadır. Bu durum, borç servisi yükünde artış, yatırım ve tedarik planlarında ertelemeler ve tedarik zinciri aksaklıkları üzerinden pazar payı kaybına yol açabilir. Risklerin yönetilebilmesi için finansmana erişimin güçlendirilmesi, kur riskinin etkin yönetimi ve maliyet düşürücü araçların devreye alınması önem taşımaktadır.

Önerilen eylem seti

- İhracat finansmanı: Eximbank/reeskont limit ve vadelerinin artırılması; KOBİ'ler için teminat gerekliliklerinin sadeleştirilmesi, alacak sigortası ve faktoring kapasitesinin yükseltilmesi.
- Kur riski yönetimi: KGF teminatlı türev/hedge ürünlerine erişim; tahsilat döngüsüne uyumlu doğal hedge uygulamaları.
- Nakit akışı iyileştirme: Hızlandırılmış KDV iadesi ve iade süreçlerinin sadeleştirilmesi; yeşil dönüşüm/enerji verimliliği yatırımlarına düşük faizli işletme sermayesi eklentisi.
- Maliyet tarafı: Enerji verimliliği ve dijitalleşme için yatırım kredileri; kritik girdilerde toplu alım/uzun vadeli tedarik mekanizmaları.
- Döviz dönüşüm desteği uygulamasının yaygın kullanılabilmesi için şartların yeniden gözden geçirilmesi.
- Banka dışı finansman kaynaklarının (leasing, fintech tabanlı tedarik zinciri finansmanı, yeşil tahviller) ihracatçıların kullanımına açılması.
- Bölgesel kalkınma bankalarının ve yatırım fonlarının beyaz eşya tedarik zincirine özel kredi paketleri geliştirmesi.
- Faiz sübvansiyonlu kredi programlarının, enerji verimliliği yatırımlarıyla entegre edilmesi.
- KOBİ'lere yönelik kur riski yönetimi ve finansal okuryazarlık eğitim programlarının kamu-özel sektör iş birliğiyle yaygınlaştırılması.
- Kurumsal risk yönetimi danışmanlığı desteği (örneğin KOSGEB veya ihracatçı birlikleri aracılığıyla).
- Yerli finans kurumlarının türev piyasalarında likiditeyi artıracak teşvikler.
- AB Yeşil Mutabakatı kapsamında tedarik zinciri izlenebilirliği ve karbon ayak izi raporlaması için dijital altyapı hibeleri.
- Kamu alımlarında yerli üretim oranı yüksek ürünlere öncelik verilmesi.

Enflasyon ve İşçilik Maliyetleri Artışı

- Son beş yılda asgari ücretin 200 dolardan 650 dolar seviyesine yükselmesi, işçilik maliyetlerini döviz bazında üç kattan fazla artırmıştır. Bu durum, Türkiye'nin "ucuz işgücü avantajı" modelinin sürdürülemez hale geldiğini göstermektedir.
- Verimlilik artışı sağlanmadığı durumda, işçilik maliyetlerindeki artış doğrudan fiyat rekabetini zayıflatacaktır.
- Dijital dönüşüm ve otomasyon yatırımlarının hızlandırılmaması halinde, işçilik maliyet baskısı sektörün kâr marjlarını ciddi biçimde eritebilir.

Yüksek Faiz Oranları ve Finansman Zorlukları

- Yüksek faiz ortamı, özellikle yeni fabrika yatırımları, kapasite genişletme ve Ar-Ge projeleri gibi sermaye yoğun girişimlerin yavaşlamasına neden olabilir.
- Küçük ve orta ölçekli tedarikçiler (KOBİ'ler) için krediye erişim zorlaşmakta, bu da sektörün bütününde üretim zincirinde kırılmalar yaratma potansiyeline sahiptir.
- Finansman maliyetlerinin artışı, ihracatçı firmaların global ölçekte fiyat baskısı altında kalmasına yol açabilir.

Enerji Maliyetlerindeki Artış

- Elektrik ve doğalgaz fiyatlarının yükselmesi, enerji yoğun üretim yapan beyaz eşya ve ev aletleri fabrikalarında maliyetleri artırmaktadır.
- Yenilenebilir enerjiye geçiş yatırımlarının yetersiz kalması durumunda, enerji maliyetleri kâr marjlarını baskılamaya devam edecektir.
- AB'nin karbon düzenlemeleri ile birleştiğinde, enerji maliyetleri yalnızca finansal değil aynı zamanda rekabetçilik açısından da kritik bir risk alanı haline gelmektedir.

2. Sektörel Riskler

Tedarik Zinciri ve Hammadde Bağımlılığı

- Çip krizi örneğinde olduğu gibi, elektronik bileşenlerde yaşanan küresel tedarik sorunları, Türkiye'deki üretim planlarını doğrudan aksatabilmektedir.
- Paslanmaz çelik, alüminyum, plastik ve motor komponentleri gibi ithal girdilere bağımlılık, kur dalgalanmaları ve ticaret savaşları karşısında kırılganlığı artırmaktadır.
- Küresel jeopolitik riskler (Rusya-Ukrayna savaşı, Orta Doğu'daki istikrarsızlık) lojistik maliyetleri ve tedarik sürelerini uzatabilir.

İç Pazarda Talep Daralması

- Yüksek enflasyon, hane halkı harcanabilir gelirlerini sınırlamakta ve beyaz eşya ve ev aletleri gibi dayanıklı tüketim mallarında talebi baskılamaktadır.
- İkinci el ve tamir pazarının büyümesi, yeni ürün satışlarını azaltabilir. Özellikle genç nüfus arasında "tamir ve yeniden kullanım" eğilimi yaygınlaşmaktadır.

İhracatta Korumacı Ticaret Politikaları ve Vergiler

- Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutabakatı kapsamında karbon ayak izi yüksek ürünlere getirilecek ek maliyetler, Türkiye'nin AB pazarındaki rekabetçiliğini azaltabilir.
- ABD ve Çin gibi büyük pazarlarda uygulanan gümrük vergileri ve ticaret bariyerleri, Türkiye'nin ihracat fırsatlarını sınırlandırabilir.
- Brexit sonrası İngiltere ile oluşan yeni ticari dengeler de sektörde belirsizlik yaratmaktadır.

Markalaşma ve Küresel Rekabet Riski

- Türkiye, üretim gücü bakımından güçlü bir konumda olmasına rağmen markalaşma konusunda halen sınırlı ilerleme kaydetmiştir.

- Global devler (Samsung, LG, Bosch, Siemens vb.) ile yalnızca fiyat rekabetine girmek, sürdürülebilir bir strateji değildir.
- Premium ve inovatif segmentte marka algısının güçlendirilmemesi halinde, Türkiye'nin ihracatta katma değer yaratması zorlaşacaktır.

3. Teknoloji ve Regülasyon Riskleri

Dijital Dönüşüm ve Ar-Ge Eksiklikleri

- Akıllı ev teknolojileri, IoT, yapay zekâ ve uzaktan yönetim sistemleri hızla yaygınlaşırken, Türk firmalarının bu alanlarda geri kalma riski vardır.
- Yetersiz Ar-Ge yatırımları, uzun vadede hem ürün inovasyonunu hem de küresel rekabet gücünü zayıflatabilir.

Yeşil Enerji ve Sürdürülebilirlik Adaptasyonu

- AB Yeşil Mutabakatı (CBAM) ile karbon yoğun ürünlere ek maliyet getirilmesi, Türkiye'nin ihracat maliyetlerini artıracaktır.
- Enerji verimli ve çevreci ürün geliştirme yatırımlarının yetersiz kalması, Türkiye'nin uluslararası pazarlara erişimini sınırlandırabilir.
- Sürdürülebilirlik raporlama ve çevresel uyum gerekliliklerinin karşılanmaması, finansman maliyetlerini de artırabilir.

E-Ticaret ve Tüketici Davranışlarındaki Değişim

- E-ticaret platformlarının hızlı yükselişi, geleneksel mağazacılık modelini zorlarken, lojistik ve dijital müşteri deneyimi yatırımlarını zorunlu kılmaktadır.
- Hızlı teslimat ve satış sonrası hizmet beklentilerinin karşılanamaması, tüketici memnuniyetini düşürebilir.

4. Fırsatlar

Yeni Pazarlar

- Afrika, Güney Amerika ve Asya-Pasifik bölgelerinde artan kentleşme ve gelir düzeyi, Türkiye için ihracat çeşitlendirme fırsatları sunmaktadır.
- Orta Doğu'da siyasi istikrarın artması durumunda, Türkiye'nin bu pazarlara lojistik avantajı ile güçlü giriş yapması mümkündür.

Katma Değerli Ürün ve Markalaşma

- Premium segmentte (enerji verimli, IoT uyumlu, akıllı cihazlar) yatırımlar, Türkiye'nin fiyat rekabetinden değer rekabetine geçmesini sağlayabilir.
- Arçelik, Beko, Vestel gibi markaların küresel algısı güçlendikçe, Türkiye'nin ihracat gelirlerinde katma değer artışı mümkündür.

Dijitalleşme ve Endüstri 4.0

- Otomasyon, robotik üretim ve dijital fabrika uygulamaları, işçilik maliyet baskısını azaltırken verimliliği artıracaktır.

- IoT destekli cihazlar ve uzaktan teşhis/bakım hizmetleri, Türkiye'nin inovasyon kabiliyetini küresel düzeyde öne çıkarabilir.

Yeşil Dönüşüm

- Yenilenebilir enerji yatırımları ve karbon ayak izini düşürücü projeler, Türkiye'nin AB pazarında avantaj elde etmesini sağlayacaktır.
- Çevre dostu ürünlere artan küresel talep, Türkiye için yeni büyüme alanları yaratacaktır.

Türkiye beyaz eşya ve ev aletleri sektörü, güçlü sanayi ekosistemi ve marka bilinirliği ile önemli avantajlara sahiptir. Ancak kur dalgalanmaları, işçilik maliyetleri, enerji fiyatları, CBAM yükümlülükleri ve dijital dönüşümde geri kalma riski sektörün kırılgan alanlarını oluşturmaktadır. Buna karşılık, katma değerli üretim, yeni pazar açılımları, yeşil dönüşüm ve dijitalleşme alanlarında atılacak adımlar, Türkiye'nin küresel rekabet gücünü artırma potansiyeli taşımaktadır.

Uzun vadeli strateji; risklerin yönetilmesi ve fırsatların eş zamanlı değerlendirilmesi üzerine kurulmalıdır. Aksi halde sektör, güçlü üretim kapasitesine rağmen küresel rekabette pazar payını korumakta zorlanabilir.

Risk - Fırsat Matrisi: Türkiye Beyaz Eşya ve Ev Aletleri Sektörü

Türkiye beyaz eşya ve ev aletleri sektörü, yüksek kapasite ve marka avantajıyla küresel ölçekte güçlü konumunu koruyabilir. Ancak, kur dalgalanmaları, enerji maliyetleri ve SKDM gibi regülasyon baskıları sektörü kırılgan hale getirmektedir. Bu risklere karşı katma değerli üretim, yeşil dönüşüm, yeni pazar çeşitlendirmesi ve dijitalleşme stratejileri öne çıkmaktadır.

Tablo 1: Risk – Fırsat Matrisi: Türkiye Beyaz Eşya ve Ev Aletleri Sektörü

Kategori	Başlıca Riskler	Olası Fırsatlar
Makroekonomi	• Kur dalgalanmaları, değerli TL politikası • Enflasyon ve işçilik maliyeti artışı • Yüksek faiz ve finansmana erişim zorlukları • Enerji maliyetlerindeki artış	• İstikrarlı kur ve finansal ortam ile yatırım cazibesi • Enflasyon sonrası reel gelir artışı ile iç pazarda toparlanma • Yenilenebilir enerji yatırımlarıyla maliyet avantajı
Sektörel Dinamikler	• Tedarik zinciri kırılganlığı ve ithal girdi bağımlılığı • İç pazarda talep daralması • İhracatta korumacılık ve gümrük engelleri • Markalaşma ve katma değer eksikliği	• Afrika, Asya-Pasifik ve Güney Amerika'da yeni pazarlar • AB ve MENA'da lojistik avantaj • Yerli markaların global bilinirliğinin artması (Beko, Vestel, Arçelik vb.)
Teknoloji ve İnovasyon	• IoT, yapay zekâ ve dijital dönüşüm yatırımlarında geri kalma • Ar-Ge eksikliği ve inovasyon açığı	• Endüstri 4.0 ve otomasyon yatırımları ile verimlilik artışı • IoT uyumlu ve akıllı cihazlarla katma değerli üretim • Uzaktan bakım/teşhis servisleri ile yeni gelir modelleri
Sürdürülebilirlik	• AB Yeşil Mutabakatı (CBAM) nedeniyle karbon maliyet baskısı • Çevre standartlarına uyum eksikliği	• Yeşil üretim ve enerji verimli cihazlarla AB'de rekabet avantajı • Küresel tüketici eğilimlerinde çevreci ürünlere artan talep
Pazar ve Tüketici	• İç talepte gelir daralması ve ikinci el pazarının büyümesi • Tüketici davranışlarında hızlı değişim (e-ticaret, hızlı teslimat beklentisi)	• E-ticaret ve çevrim içi kanallarda büyüme fırsatı • Premium ürünlerde (hijyen, sağlık, enerji verimliliği) artan talep

Türkiye beyaz eşya ve ev aletleri sektörü, yüksek kapasite, geniş ürün gamı ve güçlü marka bilinirliği sayesinde küresel rekabet arenasında önemli bir aktör konumundadır. Bununla birlikte, makroekonomik kırılganlıklar (kur dalgalanmaları, yüksek faiz, enflasyon), sektörel bağımlılıklar (ithal girdi, enerji maliyetleri), teknolojik dönüşümdeki hız farkı ve küresel regülasyon baskıları (SKDM, çevre standartları) sektörün risk profilini belirgin şekilde artırmaktadır. Özellikle AB Yeşil Mutabakatı'nın getireceği karbon maliyetleri ve olası ticaret bariyerleri, önümüzdeki dönemde kritik bir sınama alanı olacaktır.

Buna karşılık sektör, stratejik fırsatlar açısından da geniş bir potansiyele sahiptir. Enflasyon sonrası toparlanacak iç talep, AB dışı pazarlarda (MENA, Afrika, Asya-Pasifik, Güney Amerika) lojistik avantaj, enerji verimli ürünlere artan küresel talep ve dijital dönüşüm yatırımları sektörün büyüme potansiyelini destekleyecektir. Ayrıca, yerli markaların global bilinirliği (Beko, Vestel, Arçelik vb.), ihracatta katma değeri artıracak güçlü bir kaldıraçtır.

Risk-Fırsat dengesinin yönetilebilmesi için şu stratejik öncelikler öne çıkmaktadır:

1. **Makroekonomik Dayanıklılık:** Döviz ve faiz dalgalanmalarına karşı finansal riskten korunma araçlarının daha etkin kullanılması.
2. **Tedarik ve Enerji Stratejisi:** İthal girdi bağımlılığını azaltmak için yerelleşme ve alternatif tedarik kaynaklarına yönelmek; yenilenebilir enerji yatırımlarını hızlandırmak.
3. **Teknoloji ve İnovasyon:** IoT, yapay zekâ ve dijitalleşme yatırımlarının hızlandırılması, Ar-Ge harcamalarının artırılması.
4. **Yeşil Dönüşüm:** SKDM uyumlu üretim altyapısı, karbon ayak izinin azaltılması, döngüsel ekonomi modelleri.
5. **Pazar Çeşitlendirmesi:** AB bağımlılığını azaltacak şekilde MENA, Afrika ve Asya-Pasifik'te aktif pazarlama ve ticaret diplomasi stratejileri.
6. **Tüketici Odaklılık:** Premium ürünler, hijyen/sağlık odaklı cihazlar, hızlı teslimat ve e-ticaret kanalları üzerinden farklı müşteri segmentlerine ulaşma.

Türkiye beyaz eşya ve ev aletleri sektörü için önümüzdeki dönemin başarısı yalnızca üretim kapasitesinde değil; aynı zamanda riskleri öngörme, fırsatları hızlı yakalama ve stratejik esneklik geliştirme becerisinde yatmaktadır.

E-) WAT MOTOR SANAYİ TİCARET ANONİM ŞİRKETİ

Aşağıda Çin rekabeti ile ilgili yaşadığımız sorunları listelemiş bulunmaktayız.

1. Çin'deki üretim yatırımlarında kredi vadesi, finansmana erişim koşulları ve faiz oranlarının elverişli olması.
2. Çin'deki Yüksek otomasyon seviyesi ve büyük üretim hacimleri sayesinde ölçek ekonomisinden kaynaklanan maliyet avantajı sağlanması.
3. Çin'de İhracat pazarlarına girişte sağlanan devlet destekleriyle (teşvikler) üreticilerin güçlü ve yıkıcı bir rekabet avantajı elde etmesi.
4. Çin'de Alüminyum, bakır, sac vb. hammaddelerin, dünyada LME gibi emtia borsalarında oluşan fiyatların altında maliyetlerle temin edilebilmesi.
5. Çin'de döviz kuru bazında işçilik ve işletme giderlerinin, Çin'in uyguladığı kur politikası nedeniyle ürün maliyetleri üzerinde ilave avantaj yaratması. Buna karşılık ülkemizde tam tersi bir etkinin var olması
6. Ana ürünlerdeki tüm alt bileşenler için tedarik zinciri kümelenmesi ve teknik kabiliyetlerin Çin'de ülke içerisinde olmuş olması ve buradaki verimlilik ve sinerjinin ana ürünün rekabetini olumlu yönde etkilemesi.
7. Avrupa ve Türkiye'de artan çevre, emisyon (karbon) ve sürdürülebilirlik yükümlülüklerinin maliyet baskısı yaratması.