



EV VE OFİS ALETLERİ DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI SEKTÖRÜ

***BU RAPOR KAYNAKÇADA BELİRTİLEN GÖSTERGELERDEN VE YAYINLARDAN DERLENMİŞTİR.**

İÇİNDEKİLER

Sektörün Genel Durumu

- Temel Ev-Ofis Aletleri Dayanıklı Tüketim Ürünlerinin Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonları (G.T.İ.P)
- Sektörün Dünya Ekonomisi ve AB Ülkelerindeki Durumu
- Sektörün Türkiye’deki Genel Durumu

Yıllara Göre Üretim ve İç Satış Rakamları

Sektördeki Üretim Eğilimleri

Sektörün Bölgesel Yapısı ve Kümelenmeler

Sektörün İşyeri Sayısı ve İstihdamı

Sektörün Ar-Ge Faaliyetleri

Sektörün Dış Ticareti

- Yıllara Göre İhracat Rakamları
- Türkiye’nin Dayanıklı Tüketim Malları İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı

Sektörün SWOT Analizi

- Güçlü Yönler
- Zayıf Yönler
- Fırsatlar
- Tehditler

Ev ve Ofis Aletleri Dayanıklı Tüketim Malları Sektörünün 2023 Hedefleri, Vizyonu ve Misyonu

- Sektör Vizyonu
- Sektör Misyonu
- 2023 hedeflerine ulaşmak için atılması gereken stratejik adımlar

EV-OFİS ALETLERİ DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI SEKTÖRÜ

1.SEKTÖRÜN GENEL DURUMU

Sektörün Tanımı

Dayanıklı tüketim malları sektörü farklı teknolojileri nedeniyle çok geniş bir ürün yelpazesine sahiptir. Bu ürünlerin başlıcaları; buzdolabı, çamaşır, bulaşık makinası, fırın, ocak, süpürge gibi temel ürünler ve tost makinası, robot, meyve presı, blender, mixer gibi küçük ev aletleri ayrıca, derin dondurucu, klima, şofben, termosifon, su arıtma cihazı gibi ürünlerdir.

Aşağıdaki tabloda ev ofis aletleri dayanıklı tüketim mallarına ait bazı ürünlerin Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonları (G.T.İ.P) yer almaktadır.

Temel Ev-Ofis Aletleri Dayanıklı Tüketim Ürünlerinin Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonları (G.T.İ.P)¹

G.T.İ.P	Ürün İsmi
8418.10, 8418.21, 8418.29, 8418.30, 8418.40	Buzdolabı-Derin Dondurucu
8450.11, 8450.12, 8450.19	Çamaşır Makinası
8422.11	Bulaşık Makinası
7321.11, 7321.12, 7321.19, 8516.50	Fırın
8451.21, 10.00.11, 8451.21.90.00.11	Çamaşır Kurutma Makinaları
8508.11	Elektrik Süpürgeleri
8516.40	Elektrikli Ütüler
8509.40, 8516.60, 8516.71, 8516.72, 8516.79	Elektrikli Mutfak Cihazları

1.1.Sektörün Dünya Ekonomisi ve AB Ülkelerindeki Durumu²

Beyaz eşyada kullanılan teknolojinin belli bir olgunluğa gelmesi, gelişmekte olan ülkelerin bu teknolojiyi lisans yoluyla edinmesi aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde beyaz eşya talebinin artması ile birlikte üretim gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru kaymaya başlamıştır. Örneğin Batı Avrupa sektörde lider konumundayken, son dönemlerde bu liderliğini Güney Avrupa ülkelerine kaptırmış durumdadır. Amerika kıtasında da üretim ABD'den Latin Amerika ülkelerine doğru kaymaya başlamıştır.

Teknolojinin gelişmesiyle ülkeler arasındaki teknolojik fark giderek azalmaktadır. Gün geçtikçe gelişmekte olan ülkelerin üreticileri de dayanıklı tüketim mallarını gelişmiş ülkelerin üreticilerinin ürettiği kalitede ve daha ucuza üretebilir duruma gelmişlerdir. Bundan dolayı

¹ http://www.blacksea-eeen.org/dosyalar/bb_sekrap/bb_sekrap-9-44.pdf u89

² <http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/beyaz-esya-sektoru-raporu-16042013164305.pdf>

gelişmiş ülkelerin üreticileri kendilerini koruyabilme refleksi ile Ar-Ge çalışmalarına büyük önem vererek, teknolojik yenilikleri bir an önce ürünlerine yansıtmaya çalışarak farklılık yaratmak istemektedirler. Bunu gerçekleştirebilmek için de şirket birleşmeleri yoğun olarak yaşanmaktadır.

Bunun sonucunda dünyada gittikçe daha az sayıda şirket, toplamda daha çok dayanıklı tüketim malları üretmektedir. Dünyada dayanıklı tüketim malları üreticisi şirketler genel olarak üçe ayrılmaktadır:

Bunlardan birincisi uluslararası şirketlerdir. Bu şirketler tüm dünyada üretim yaparak satmaktadır. İkinci gruptaki şirketler ise “bölgesel” olarak konumlanmaktadır. Bunlar kendi ülkelerinin yanında yakın bölgede olan diğer ülkelerde de ürünlerini pazarlanmakta ve üretim yapmaktadır. Üçüncü grubu ise yerel şirketler oluşturmaktadır. Bunlar tek bir ülkede üretim yapmakta ve ağırlıklı olarak kendi ülkelerinin pazarına hitap etmektedir.

ABD ve İngiltere’de beyaz eşya sektörü rekabette büyük bir değişim yaşamamakla birlikte, Almanya’nın rekabet gücü yüksek düzeyden orta düzeye inmiştir. ABD ve Almanya gibi ülkelerdeki beyaz eşya sanayicilerinin uluslararası yatırımlar yapmaları, ülkelerin rekabet güçlerinin, mevcut durumundan nispeten daha düşük ölçülmesine neden olmaktadır. Özellikle son dönemlerde Güney Kore ve Çin’in ihracatı önemli oranlarda artmakta, İtalya’nın yüksek seviyedeki rekabet gücü ise artarak devam etmektedir. Japonya’nın rekabet gücü ise son dönemlerde düşme yönündedir.

2013 yılında, dünya beyaz eşya pazarının, altı ana ürün grubunda, 166 milyar dolar seviyesine ulaştığı tahmin edilmektedir. Dünya beyaz eşya pazarındaki büyüme esas itibarıyla; Çin, Latin Amerika, Hindistan gibi pazarlardan kaynaklanmaktadır.

1.2.Sektörün Türkiye’deki Genel Durumu³

Ülkemizde gitgide gelişmekte olan kalite şartları sayesinde karmaşık özelliklere sahip olan daha nitelikli ürünler yapılmaya başlanmıştır. Dayanıklı tüketim malları sektöründe Türk firmalarının yanı sıra pek çok yabancı firma da sektörün içinde yer almakta ve rekabet halinde bulunmaktadır.

Ülkemizde son dönemdeki atılımlarla yerli malzeme kullanım oranı % 70 düzeyine ulaşmış ve yan sanayi firmalarının ana üreticilere ürün sağlaması yönünde bir hareketlenme söz konusu olmuştur.

Dayanıklı tüketim sektörünün yoğunlaştığı bölgeler; Marmara, Orta Anadolu ve Ege Bölgeleridir. Fabrikalar ise İstanbul, Manisa, Tekirdağ, Eskişehir, Bolu, Bursa, İzmir, Ankara, Kocaeli, Yalova, Kayseri, Konya gibi illerdir.

Dayanıklı tüketim malları sektörünün büyük çoğunluğunu oluşturan beyaz eşya sektörüne baktığımızda, iç Pazar üretiminin % 90 civarını oluşturan 6-7 büyük firma ile birlikte 50 civarı firmanın sektörde faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bunlara ek olarak 500’ün üzerinde firma

³ <http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/beyaz-esya-sektoru-raporu-16042013164305.pdf>

ise yedek parça ve aksam üretimini ile iştibal etmekte ve sektöre bu şekilde dahil olmaktadır. Sektörün parça üretimini yanı sıra bir de bakım, servis gibi hizmet dallarında da faaliyet gösterdiği bilinmektedir. Bu anlamda, 1.500 civarı yetkili servis ile 12.000 bayi, sektörde hizmet vermektedir.

Beyaz eşya ve dayanıklı tkretim sektörü, üretimini % 70 civarını ihraç etmektedir. Bu ihracat ise Avrupa ve Afrika lkeleri başta olmak üzere komşu ülkelerle gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla, 2012 yılı boyunca sektörün gerçekleştirdiği ihracat 4,2 milyar dolara olarak gerçekleşmiştir. Ev ofis aletleri dayanıklı tkretim malları sektörü yıllık yaklaşık 25 milyon adet üretim kapasitesi ile Avrupa'nın en büyük üretim üssüdür.

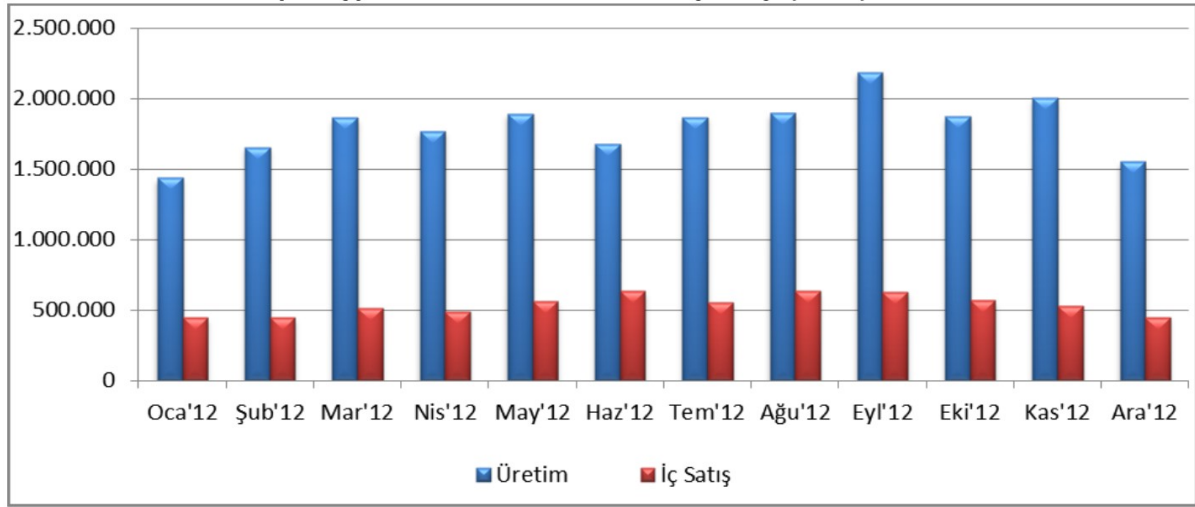
rnler yüksek standartlara sahip ve oldukça kaliteli olup sektörün aldığı patent sayısı da oldukça yüksektir. Sektör AB'ye yaptığı ihracatın yanı sıra Rusya ve Çin'de de yaptığı yatırımlarla geniş pazarlara hitap etmektedir. Navlun cretlerinin yüksekliliği nedeniyle Uzak

Doğu pazarlarında etkin olunamamaktadır. Ayrıca, navlun cretleri Uzak Doğu pazarına karşı i piyasayı da korumaktadır.

Altı büyük beyaz eşya üreticisi de "Türk Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği-TURKBESD" yesidirler. "Beyaz Eşya Yan Sanayicileri Derneği-BEYSAD" atısı altında 195 ye firma bulunmaktadır ki, bu da sektöre hizmet eden firmaların sayısal olarak % 85'ini, cirosal olarak da % 95'ini karşılamaktadır.

Dış ticaretteki serbestleşme, iç pazarda ithal ürünlerin serbestçe yer almasını sağladığı gibi, Türk rnlerinin de yabancı pazarlara tarife ve kota gibi engellerle karşılaşmadan girebilmesinin yolunu açmıştır. Üretimde kullanılan ileri teknoloji, Ar-Ge faaliyetlerine verilen önem, ISO serisi vb. kalite standartlarının öneminin kavranması, tüketiciler tercihlerinin ön planda tutulması, gelişmiş pazarlama teknikleri ve iyi işleyen servis yapısı ihracattaki büyük başarının temelini oluşturmaktadır.

Yıllara Göre Üretim ve İç Satış Rakamları⁴



Kaynak:TÜRKBESD

1.3.Sektördeki Üretim Eğilimleri ve Üretilen Başlıca Ürünler⁵

Ev ve Ofis Aletleri Dayanıklı Tüketim Malları sektöründe Türkiye, son yıllarda yaptığı atılımlarla en büyük üreticisi konumuna yükselmiştir. Beyaz Eşya sektöründe yerli malzeme kullanım oranı % 60-70 seviyelerindedir.

Sektörün bu kadar hızlı büyümesinin altında yatan en önemli faktör, gelişmiş ve uluslararası standartlarda üretim yapan yan sanayi firmalarının, ana üreticilere sağladığı destek ve kaliteli üretim olmuştur.

Ev ve Ofis Aletleri Dayanıklı Tüketim Malları sektörü çok geniş bir ürün yelpazesine sahiptir. Bu ürünlerin başlıcaları; buzdolabı, çamaşır, bulaşık makinası, fırın, ocak, süpürge gibi temel ürünler ve tost makinası, robot, meyve pres, blender, mixer gibi küçük ev aletleri ayrıca, derin dondurucu, klima, şofben, termosifon, su arıtma cihazı gibi ürünlerdir.

1.4.Sektörün Bölgesel Yapısı ve Kümelenmeler

Sektörde bugüne kadar çeşitli firmalar faaliyet göstermiş, bunların bir kısmı zaman içinde birleşme ve devralmalar yoluyla el değiştirmiştir. Bugün beyaz eşyada yerli sermayeli olarak Arçelik A.Ş. (Arçelik, Beko, Altus ve Aygaz) ve Vestel A.Ş. yabancı sermayeli olarak da Alman BSH (Bosch-Siemens-Profilo), İtalyan Indesit, Ariston ve Candy şirketleri yerleşik tesisleriyle üretim yapmaktadır. Bu şirketler beyaz eşyada ana ürünlerde iç piyasa talebinin yaklaşık % 90'ını karşılamaktadır. Yerleşik markaların yanında, ithalat ve son yıllarda patlama gösteren yabancı teknoloji markalarının da vasıtasıyla hemen hemen tüm yabancı markalar Türk pazarına girmiştir.

⁴ <http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/beyaz-esya-sektoru-raporu-16042013164305.pdf>

⁵

http://www.musiad.org.tr/F/Root/burcu2014/Ara%C5%9Ft%C4%B1rmalar%20Yay%C4%B1n/Pdf/Sekt%C3%B6r%20Kurullar%C4%B1/Mobilya_Sektör_Raporu_2013.pdf

Sektörün imalatı daha çok Marmara, Ege ve Orta Anadolu'da yoğunlaşmıştır. Başlıca fabrikalar İstanbul, Tekirdağ, Manisa, Eskişehir, Bolu, Bursa, İzmir, Ankara, Kocaeli, Yalova, Kayseri, Konya ve Bilecik'te yer almaktadır.

Sektörde, yerli sermayeli olarak Arçelik (İstanbul, Ankara, Eskişehir, Tekirdağ, Bolu, Romanya, Rusya ve Çin) ve Vestel (Manisa), yabancı sermayeli olarak da Alman BSH (Bosch-Siemens)-Manisa-Bursa, İtalyan Indesit ve Candy şirketleri, TV'de ise yerli sermaye olarak Vestel ve Grundig (Beko) Elektronik şirketleri yerleşik tesisleriyle üretim yapmaktadır.

1.5.Sektörün İşyeri Sayısı ve İstihdamı

Dayanıklı Tüketim Malları sektörü, iç pazarın % 90–95'ini meydana getiren 6 büyük beyaz eşya üreticisinin yanı sıra, 50'nin üzerinde orta ölçekli imalatçı ile yaklaşık 500 aksam ve parça imalatçısından oluşmaktadır. Ayrıca yaklaşık 12.000 bayi ve 1.500 yetkili servis bulunmaktadır. Sektörde üretim şirketleri 20.000 ve yan sanayi ve diğer tedarikçileri ile birlikte 120.000 çalışanın 105.000'i mavi yakalı, 15.000'i beyaz yakalı personeldir. Eğitim durumlarına baktığımızda 35.000 personelin lise öncesi eğitimden geçtiği, 70.000 personelin lise ve meslek lisesi mezunu olduğu, 14.000 personelin üniversite ve lisans eğitimi aldığı, birçok çalışanın lisansüstü eğitimi ve doktoralı olduğu görülmektedir.

1.6.Sektörün Ar-Ge Faaliyetleri⁶

Montaj sanayi olarak başlanan Türkiye beyaz eşya sektörü, bugün yaklaşık 1000 kişi ile Ar-Ge çalışmalarını sürdürmekte ve ülkenin en fazla inovasyon yaratan sektörü konumunda bulunmaktadır. Beyaz eşya sektörü 2012 yılında da en fazla patent başvurusunda bulunan sektörler arasındadır.

1.7.Sektörün Dış Ticareti

Sektör üretiminin yaklaşık % 70'ini, özellikle Avrupa ülkeleri, komşu ülkeler ve Afrika gibi pazarlara ihraç etmektedir. TÜİK verilerine göre sektörün 2012 yılı ihracatı yaklaşık 4,2 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBESE) verilerine göre beyaz eşya sektörünün 6 ana ürün 2012 yılı adet bazlı ihracat miktarı ise yaklaşık 16 milyon adet olarak gerçekleşmiştir.

Ülkemizde gerçekleşen ihracat rakamlarına bakıldığında, son üç yıl içinde rakamların artan bir ivme ile seyrettiği görülmektedir. 2010 yılında 3,37 milyar dolar ihracat gerçekleşirken, 2011 yılında bu rakam 3,83 milyar dolarlık bir hacme ulaşmıştır. 2012 yılına gelindiğinde ise yine artış eğilimi değişmemiş ve bu sefer 4,2 milyar dolarlık ihracat düzeyine ulaşılmıştır.

⁶ <http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/beyaz-esya-sektoru-raporu-16042013164305.pdf>

2010, 2011 ve 2012 Yılları İhracat Rakamları

YIL	MİLYON DOLAR
2010	3.376
2011	3.835
2012	4.205

Kaynak: TÜİK

Türkiye'nin Dayanıklı Tüketim Malları İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı

ÜLKE	2010 (Milyon Dolar)	2011 (Milyon Dolar)	2012 (Milyon Dolar)
İngiltere	533	638	680
Fransa	380	436	433
Almanya	350	456	508
İtalya	204	215	225
İspanya	178	185	185
Irak	144	142	156
İran	82	110	59
Polonya	81	95	89
Romanya	67	49	47
Rusya Federasyonu	66	78	91
İsrail	64	80	92
İsveç	59	72	90
Yunanistan	50	48	52
Azerbaycan	49	62	65
Ukrayna	44	46	47
Hollanda	43	46	50
Portekiz	43	35	28
ABD	41	39	61
Libya	41	17	135
Fas	40	50	56
Mısır	39	32	56
Diğer	768	904	1000
Toplam	3.376	3.835	4.205

Kaynak: TÜİK

Sektörün SWOT Analizi

Güçlü Yönler

- Coğrafi konumun maliyetleri düşürmesi,
- Dağıtım ağının hacmi,
- Son dönemde yaşanan performans artışının sektörü olumlu yönde etkilemesi,
- Sektörün gelişmeye ve yeniliğe açık olması
- İşgücü potansiyelinin yüksek olması
- Teknoloji transferi konusunda sektörde görülen artış
- Teknolojiyi baz alan firmaların sektörde artış göstermesi
- Ürün ve malzeme çeşitliliğinin fazlalığı
- Yeni uluslararası pazarlara girmeye yönelik yapılan çeşitli çalışmalar

Zayıf Yönler

- Yeniliğe karşı direnç
- Küçük ve orta ölçekli işletme yoğunluğu
- Mesleki eğitim ve kalifiye eleman yetersizliği
- Tasarım ve patent konularının zayıflığı
- Markalaşma ve kalitede yetersizlik
- Hammadde maliyetleri ve yetersizliği
- Standartların düşük düzeyde oluşu
- Tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği
- Kurumsal yapıdan yoksunluk
- Destek ve yönlendirmelerin yetersizliği
- Finansman yetersizliği

Fırsatlar

- Son dönemdeki inovatif düşünce yapısı ve tasarıma verilen önem
- Sektörde artan uluslararasılaşma
- Yeni teknolojiler ile akıllı mobilyaların üretilmeye başlanması
- Sektördeki ürün çeşitliliği ve niteliğin yüksek oluşu

- İşgücünün ucuz oluşu
- Dayanıklı ev aletleri mallarının değiştirme süresinin gittikçe azalarak tüketici davranışının değişmesi
- Tüketici ve müşteri odaklı hizmet ve üretim
- Sektörün gelişmeye ve yeniliğe açık olması
- İşgücü potansiyelinin yüksek olması
- Teknoloji transferi konusunda sektörde görülen artış
- Teknolojiyi baz alan firmaların sektörde artış göstermesi
- Ürün ve malzeme çeşitliliğinin fazlalığı
- Yeni uluslararası pazarlara girmeye yönelik yapılan çeşitli çalışmalar
- Pazar arayışı, üretim artışı ve yatırıma açıklık

Tehditler

- Orta vadede karşılaşılabilecek orman kaynağının yetersiz kalma ihtimali
- Kalifiye eleman yetersizliği
- Enerji sıkıntısı
- Markalaşma sorunu
- Teknolojik yetersizlikler
- AB ülkelerinde yaşanan kriz
- Pazarlama Yetersizliği
- Reklam ve tanıtım faaliyetlerini yetersizliği
- Çin gibi büyük ölçekli üretim yapan ve üçüncü dünya ülkeleri gibi düşük maliyetli üretim yapan ülkeler
- Tasarımın taklidi ve kopyalama

EV VE OFİS ALETLERİ DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI SEKTÖRÜNÜN 2023 HEDEFLERİ, VİZYONU VE MİSYONU

Sektör Vizyonu

Bölgede Ar-Ge ve üretim üssü haline gelerek elektrik ve elektronik alanında dünya pazarında söz sahibi olmak.

Sektör Misyonu

Kamu-sanayi-üniversite işbirliğinin arttırılarak, ana ürün ve temel bileşenlerin ülkemizde tasarlanıp geliştirilmesi ve üretilmesiyle katma değerin yükseltilmesi.

2023 Hedefleri⁷

Ülkemizde, bilhassa son dönemde sıklıkla zikredilen 2023 Vizyonu, pek çok sektörde olduğu gibi dayanıklı tüketim malları sektöründe de bir ivme noktası olarak görülmektedir. Bu bağlamda, diğer sektörlerdeki gibi, dayanıklı tüketim malları sektöründe de gelişmelere paralel olarak yenileşme ihtiyacı hasıl olmuştur. Dayanıklı tüketim ve mobilya sektörü, Türkiye ekonomisinin global pazarlara açıldığı ve bu alandaki gelişimini en hızlı şekilde yapabildiği önemli bir yapıtaşı durumundadır.

Sektörün gelişimi ile birlikte sağladığı istihdam, katma değer, ciro ve kapasite kullanımı gibi ülkenin çok önemli makroekonomik değerlerini de pozitif yönde etkilemektedir. Türk mobilya sanayinin sahip olduğu stratejik önem ve yüksek istihdam potansiyelinin bu açıdan dikkatle ele alınması gerekmektedir. Ayrıca ihraç edilen ürünlerden elde edilen gelirin neredeyse tamamının ülke içinde kalması sektörü diğerlerinden ayıran önemli bir özelliktir.

Günümüzde Türkiye, dayanıklı tüketim malları sektöründe önemli bir üretici olmanın yanı sıra AB pazarında da giderek liderliğini hissettirmektedir. Nitekim Türkiye’de dayanıklı tüketim malları sektöründe yapılan yatırımlar ve yürütülen yoğun Ar-Ge çalışmaları, Türkiye için bu sektörün stratejik bir konumda olmaya devam ettiği ve ülke ekonomisinin gelişmesine ve istihdam sağlamasına önemli katkılar sağlayacağını ortaya koymaktadır.

Bu doğrultuda, tüm sanayi strateji belgelerinde dayanıklı tüketim malları sektörü kapsamlı olarak ele alınmaktadır. Örneğin TÜBİTAK’ın “Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikaları: 2003-2023 Strateji Belgesi’nin Hazırlanması” (Vizyon 2023) kapsamında belirlenen 2023 hedefleri doğrultusunda, Türkiye’nin dayanıklı tüketim malları sektörünün kalıcı ve lider bir üretim merkezine dönüştürülmesinin yanı sıra bu sektörün dünyanın ilk 10 üreticisinden biri olmasını hedeflemektedir.

7

<http://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=2&ved=0CC4QFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.musiad.org.tr%2FF%2FRoot%2Fburcu2014%2FAra%25C5%259Ft%25C4%25B1rmalar%2520Ya y%25C4%25B1n%2FPdf%2FSekt%25C3%25B6r%2520Kurullar%25C4%25B1%2FMobilya Sektör Raporu 2013.p df&ei=kThrU-qTGoSK7Ab9moDYCg&usg=AFQjCNGGJbEvnYnXCXdnZ9RLmNfGsSTQnw>

Bu bağlamda, ürünlerin kalitesini artırmak için kalite ve bakım programlarının uygulanması ve Ar-Ge çalışmalarıyla yeni ürünlerin tasarlanmasına önem verilirken, beyaz eşya üretim maliyetlerini azaltmak yönünde atılması öngörülen en önemli adım, finansman maliyetlerini düşürücü modellerin geliştirilmesi olarak öne çıkmaktadır. Diğer yandan da, Türkiye'nin beyaz eşya ürünleri ihracatını artırmak için beyaz eşya alanındaki pazar araştırmalarının geliştirilmesi, marka üzerine yatırımların artırılmasının teşvik edilmesi ve özellikle yurt dışında düzenlenen fuar gibi etkinliklerde Türk beyaz eşya ürünlerinin ve markalarının daha fazla tanıtımının yapılması öncelik taşımaktadır.

Kalkınma Bakanlığı'nın koordinasyonu ile yürütülen çalışmalar sonucunda yayımlanan "Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma Raporu: Geleceği Sahiplenmek" başlıklı raporda belirtildiği gibi Türkiye'nin dayanıklı tüketim malları sektöründe çevre dostu ve sürdürülebilir büyümeye önemli katkılar sağlayabileceği belirtilmektedir.

Bu nedenle, bu sektörde, özellikle üretim sürecinin ve çevre dostu ürünlerin geliştirilmesinin önümüzdeki dönemde Türkiye'nin sektörde kalıcı bir lider üretim merkezine dönüştürülmesinde büyük bir rol oynayabileceği düşünülmektedir.

2023 hedeflerine ulaşmak için atılması gereken stratejik adımlar aşağıdaki gibidir:

- Alt-sektörde istikrarlı ihracat artışının sağlanması,
- Hedef pazarlarda rekabetçi gücü artırarak pazar payının artırılması,
- İhracat kapasitesinin geliştirilmesi,
- Kaliteli hammadde kaynağının yeterliliğini ve izlenebilirliğini sağlanması,
- Makina parkının yeni teknolojiyle modernizasyonu ile üretim kalitesinin artırılması,
- Kalite ve çevre standartlarına uygun üretimin yaygınlaştırılması,
- Alt sektörler özelinde yan sanayinin geliştirilmesi,
- Düşük fiyatlı ürünlerden, özgün tasarımı, katma değeri yüksek, markalı ürün portföyüne geçilmesi,
- Uluslararası pazarlardaki satış ağı ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması,
- Test, analiz ve kalite kontrol laboratuvarlarını yaygınlaştırılması ve akreditasyon sistemini kurulması,
- Yeni teknolojilerin kullanımı için Ar-Ge çalışmalarının özendirilmesi,
- Nitelikli işçi, teknik eleman ve mühendis istihdamını artırarak, yeterli ve yetenekli satış elemanlarının yetiştirilmesi ve çoklu dil spektlerinin sağlanması,
- Sektörde özgün tasarım ve yüksek kalite inovasyonun, ürün gamının ve fonksiyonelliğin geliştirilmesi,
- Fasondan markalaşmaya geçilmesi,

- Nihai ürünlerde izlenebilirliği sağlayan bir kodlama sisteminin kurulması,
- Üretimde kalite ve verimlilik artışı sağlayan yurtdışında üretilmeyen makinelerin ithalatında sanayiciyi destekleyen bir teşvik sisteminin sağlanması,
- Kalite ve çevre standartlarına uyum konusunda haksız rekabetin engellenmesi,
- Çevreye ilişkin uyulması gereken standartlar konusunda sanayicilere yönelik bilgilendirme ve eğitim çalışmalarının yapılması,
- Türkiye’de Türk Standartları Enstitüsü’nde sertifikasyon için uygun bir laboratuvarın kurulması,
- TSE’nin uluslararası alandaki akreditasyonunun sağlanması ve bilinirliğinin artırılması,
- Bünyelerinde endüstriyel tasarımcı barındıran firmalara sağlanan teşvikler konusunda sanayicilerin bilgilendirilmesi,
- Endüstriyel tasarımda sektörün önemsenmesinin sağlanması için gerekli tanıtım çalışmalarının yapılması,
- İhraç malları Ambalaj Enstitüsünün kurulması ve tasarımın teşvik edilmesi,
- “Uluslararası pazarlarda rekabetçiliğin desteklenmesi” teşviki konusunda sanayicilerin bilgilendirilmesine ilişkin eğitimler yapılması, teşvikin tüm bölgelere yaygınlaştırılması konusunda proje ekiplerinin oluşturulması,
- internet pazarlamasını yaygınlaştırarak, sektörün tanıtımı için sosyal ağlar gibi platformların geliştirilmesi,
- Dış pazar talep profillerinin araştırılmasına yönelik çalışmalar yapılması,
- Türkiye’de uluslararası nitelikte düzenlenecek fuarların teşvik edilmesi,
- AB mevzuatı konusunda etkinlik kazanmak için ev ve ofis aletleri dayanıklı tüketim malları sektöründe federasyonlaşmanın sağlanması,
- Üretici desteği ile ilgili sistemin dengelenmesi,
- Enerji maliyetlerinin rekabetçi düzeye getirilmesi,
- Kümelenme yoluyla bilgi paylaşımının artırılması, envantere ulaşımın kolaylaştırılması ve envanterin kamulaştırılmasının sağlanması,
- STK’ların devletin erişebildiği bilgi kaynaklarına ücretsiz erişimlerinin sağlanması, eldeki veri tabanlarının yaygınlaştırılması,
- Meslek okullarının programlarının yeni teknolojiler ile güncellenmesi ve uygulama ağırlıklı hale getirilmesi,
- Endüstri Meslek Liselerinin bölümlerinin geliştirilmesi,

KAYNAKÇA

- Müstakil Sanayici Ve İş Adamları Derneği

<http://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=2&ved=0CC4QFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.musiad.org.tr%2F%2FRoot%2Fburcu2014%2FAra%25C5%259Ft%25C4%25B1rmalar%2520Yay%25C4%25B1n%2FPdf%2FSekt%25C3%25B6r%2520Kurullar%25C4%25B1%2FMobilya+Sektor+Raporu+2013.pdf&ei=kThrU-qTGoSK7Ab9moDYCg&usg=AFQjCNGGJbEvnYnXCXdnZ9RLmNfGsSTQnw>

- Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sektör Raporları

<http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/beyaz-esya-sektoru-raporu-16042013164305.pdf>

- 10. Kalkınma Planı

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Yaynlar/Attachments/518/OnuncuKalkinmaPlanı.pdf>