



MOBİLYA SEKTÖR RAPORU

AVRUPA PERAKENDE MOBİLYA SEKTÖRÜ

2021, Şubat

Hazırlayan: Şükrü SİYASAL

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	3
YÖNETİCİ ÖZETİ.....	4
EV MOBİLYASI PAZAR DİNAMİKLERİ.....	7
İTHALAT PENETRASYONU	10
ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE DEĞERLENDİRMELER.....	12
PAZARDAKİ TRENDLER	14
EV MOBİLYASI DAĞITIM KANALLARI	15
ÜLKE ANALİZLERİ.....	17

ÖNSÖZ

Çalışma, CSIL tarafından Ocak, 2020’de yayımlanan “Furniture Retailing in Europe” isimli rapor baz alınarak hazırlanmıştır. Bu nedenle, ülke analizlerinin yapıldığı son bölüm haricinde çalışmada paylaşılan fiyatlar, oranlar ve diğer rakamsal ifadelerde CSIL verileri esastır.

Batı Avrupa ülkeleri “Ülke Analizleri” kısmında detaylarına yer verilen 13 Avrupa ülkesini kapsamaktadır. (Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya, İtalya, Hollanda, Norveç, İspanya, İsveç, İsviçre ve Birleşik Krallık)

Ülke Analizleri kapsamında, Trade Map’in “ithalat” verileri esas alınarak değerlendirmesi yapılan “Mobilya” sektörü 9401,9402,9403,9404 GTIP’lerini kapsamaktadır. Dünya ve Batı Avrupa ülkelerinin ithalat incelemeleri bu verilere göre yapılırken, Türkiye ihracat değerlendirmesinde ise 2020 yılı İhracatçı Birlikleri iştigal alanına giren mobilya ürünlerinin ihracat kayıt rakamları kullanılmıştır. Bu verilerde para birimi Dolar’dır.

Diğer taraftan, ülkelerin “ev mobilyası” sektör incelemeleri CSIL verilerine dayalıdır ve para birimi Euro’dur.

İngilizce aslında “consumption” olarak kullanılan kelime, çalışmamızda “harcama” ve “tüketim” ifadeleriyle nitelenmiştir.

“İthalat penetrasyonu” ve “dışa açıklık oranı” ev mobilyası tüketiminin yüzde kaçının ithalat ile karşılandığını ifade etmek amacıyla kullanılan kavramlardır. (import penetration)

Toplam ev mobilyası tüketimi ve kişi başına düşen ev mobilyası tüketimi “perakende satış fiyatları” (retail prices) üzerinden verilmiş olup, harcamalara ilişkin veriler 2019 yılına aittir.

Ev mobilyası ithalat rakamları ise “fabrika çıkış fiyatları” (factory prices) üzerinden verilmiştir, veriler 2018 yılına aittir.

YÖNETİCİ ÖZETİ

Yaklaşık 424 milyon tüketici kapasitesi ve perakende satış fiyatları üzerinden 130 milyar Euro'luk ev mobilyası tüketimiyle, dünyadaki toplam ev mobilyası tüketiminin beşte biri Batı Avrupa pazarında gerçekleştirilmektedir. Ortalama 306 Euro'luk kişi başına düşen mobilya tüketimi dünya ortalamasının oldukça üzerinde olup, bu harcama miktarı orta ve düşük gelirli ülkelerin yaklaşık 6 katına tekabül etmektedir. Bu haliyle Batı Avrupa pazarı, mobilya sektörü için oldukça karlı ve büyük bir pazar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Fabrika çıkış fiyatları üzerinden, 2009 yılında dünya geneli toplam mobilya harcamalarından %32 pay alan Batı Avrupa'nın mobilya harcamaları 2019 yılına gelindiğinde 84 milyar Euro seviyesine yükselse de, yaklaşık 400 milyar dolarlık küresel mobilya harcamalarından aldığı pay %21 seviyelerine gerilemiştir. Çünkü bu dönemde dünyanın farklı noktalarında, özellikle Asya'da, hızlı büyüyen yeni pazarların ortaya çıkmasıyla birlikte küresel mobilya sektörünün yapısı değişmiş, Avrupa'nın küresel mobilya tüketiminden aldığı pay da bu gelişmeyle orantılı olarak düşmeye başlamıştır. Keza veri yılları arasında fabrika çıkış fiyatlarına göre küresel mobilya harcamaları kümülatif olarak %71 ile dikkate değer bir artış gösterirken, Batı Avrupa %13 ile daha düşük bir artışa tanıklık etmiştir. Mobilya özelinde bu süreçte bir çok zorlukla karşılaşan Avrupa pazarı günümüzde iyileşme sürecine girmiştir.

Genel ekonomik görünümlere bakıldığında ise 2013 yılından bu yana neredeyse tüm ülkeler pozitif büyüme rakamlarına ulaşmıştır. Buna göre, Birleşik Krallık, Hollanda, İrlanda, Portekiz ve Danimarka en iyi performans sergileyen ülkeler olarak karşımıza çıkmaktadır. İlave olarak belirtmek gerekir ki, Birleşik Krallık ve Danimarka döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar da göz önünde bulundurulduğunda da en iyi performansı sergileyen ülkeler olmuştur. Diğer taraftan, döviz kuru göz ardı edildiğinde, yerli para cinsinden sırasıyla %5,6 ve %6 büyüme rakamlarıyla İsveç ve Norveç açık ara önde yer almaktadır. Büyüme rakamlarında kriz öncesi seviyeleri yakalama konusunda en kötü oyuncular ise İtalya, Yunanistan, İspanya ve Portekiz'dir.

Ev mobilyası sektörünün alt ürün grupları incelendiğinde, mutfak mobilyaları 28,6 milyar Euro'luk tutarla, 130 milyar Euro'luk toplam ev mobilyası tüketiminden %22'lik pay almakta ve ev mobilyaları sektörünün en büyük grubunu oluşturmaktadır. Ardından yaklaşık 23,5 milyar dolar ile döşemeli mobilyalar ve diğer mobilyalar gelmekte ve her bir ürün grubu %18 pay almaktadır. Ancak mutfak mobilyalarının yoğun marangozluk işleri gerektirmesi ve ülkelere göre değişen standart ve ölçüler nedeniyle mutfak mobilyalarında ithalat penetrasyonu oldukça düşüktür. 28,6 milyar Euro'luk toplam tüketimin 24,5 milyar Euro'su, bir başka deyişle %86'sı yerli üretimle karşılanmaktadır.

Batı Avrupa ev mobilyaları sektöründe bölge ülkelerinin yoğun entegrasyonu söz konusudur, hatta sektör Batı Avrupa ülkeleri tarafından şekillendiriliyor demek çok da yanlış olmayacaktır. Ancak son yıllarda, diğer bölgelerden yapılan ev mobilyası ithalatı da hızlı bir şekilde artmaktadır. 2013 yılında 14,2 milyar Euro ile %26 seviyesinde olan Batı Avrupa ülkeleri dışından yapılan ithalat oranı, 2018 yılına gelindiğinde 20 milyar Euro ile %32 seviyelerine ulaşmıştır. Bir başka deyişle, 13 Batı Avrupa ülkesinin kendi üretimleri ve kendi içlerinde yaptıkları ithalat “milli üretim” olarak veri kabul edildiğinde, Batı Avrupa ülkeleri dışında kalan ülkelere ithalat yoluyla karşılanan ev mobilyası yaklaşık 20 milyar Euro’dur.

Batı Avrupa ülkeleri dışından yapılan ithalatla, Çin açık ara en büyük ticaret ortağı konumundadır. 2013 yılında Çin’den yapılan 5,7 milyar Euro’luk ithalat, Batı Avrupa’nın bölge dışından yaptığı toplam ithalatın %40’ına denk gelmektedir. 2018 yılına gelindiğinde Çin’den yapılan ithalat 7,5 milyar Euro seviyesine çıksa da Çin’in payı %38 seviyesine düşmüştür. Yüzde olarak önemsiz bir düşüş gibi görülse de 2018 yılında toplam 20 milyar Euro’yu bulan bölge dışından yapılan ithalat değeri göz önünde bulundurulduğunda, Çin’in %2’lik pay kaybı neredeyse Türkiye’den yapılan ithalata eşdeğerdir (Ev mobilyalarında Türkiye’den yapılan ithalat 390 milyon Euro’dur). Özetle, Çin’den yapılan ithalat yıllar içinde artmış olsa da, diğer ülkelere yapılan ithalattaki artış Çin’e kıyasla daha fazladır. Şüphesiz ki Çin tarafında artan üretim maliyetleri, çıktı fiyatlarında artışa yol açmış; Avrupa’da hızlı teslimata duyulan ihtiyaç da Avrupa’ya yakın bölgelere lojistik anlamda önemli bir avantaj sağlamıştır.

Tüm bu veriler ışığında “Batı Avrupa mobilya sektörü yıllar içinde dışa açık bir hale gelmiştir” yorumu yapmak mümkündür. Yerli üreticiler tarafından takip edilen uluslararasılaşma uygulamaları ve büyük ölçekli perakende devleri tarafından yürütülen düşük iş gücünün olduğu ülkelere fabrika kurma ve küresel sermaye stratejileri, mobilya sektörünün dışa açılımını hızlandıran etmenlerdir. Bu noktada özellikle İskandinav devinde gözlemlenen dış kaynak kullanımı (outsourcing model), yaklaşık 50 ülkeden 1.000 üreticiyi bulan tedarikçi ağıyla, bunun en güzel örneğidir.

Bir bütün olarak bakıldığında, son 10 yılda hammadde fiyatlarındaki artış, çevre ile uyum yasaları ve sürdürülebilirlik standartlarına bağlı olarak doğan yeni maliyetler ve enerji fiyatlarındaki artış -her ne kadar 2018 yılında petrol fiyatlarının azalmasıyla birlikte yeniden düşüş trendine girmiş olsa da- Batı Avrupa mobilya sektörü üretim fiyatlarında artışa sebep olmuştur.

Krizin yol açtığı ekonomik darboğazlara bağlı olarak, azalan talep, düşen karlılık oranları, krediye ulaşmada yaşanan zorluklar ve elektronik perakendeciliğin yükselişiyle birlikte bir çok işletmenin daralmaya gitmesi veya iflasıyla sonuçlanan süreçler yaşanmış olsa da günümüzde sektör toparlanmaya başlamıştır. İşletmeler yeni düzene adapte olarak yeni stratejilere ayak uydurmaya çalışmaktadır.

Tüketici tercihlerini bu denli değiştiren ve yeni perakendeciliği ortaya çıkaran süreç dijital teknolojilerin hayatımıza girişiyle başlamıştır. Çünkü dijital teknolojiler sayesinde tüketiciler sınırsız imkanlar ağıyla karşı karşıyadır. Bireyler mobilyaları fiziksel mağazalardan doğrudan satın alabilecekleri gibi, online alışveriş yoluyla seçili bir adrese gönderimini yaptırabilir ve online fiyat karşılaştırması yaparak aynı ürünü çok daha uygun bir fiyattan temin edebilir. Sonuç olarak, fiziksel mağazalar artık satın alma süreçlerine ev sahipliği yapan, tüketicilerin gidip tüm ev alışverişini yaptığı yer olmaktan ziyade, bireylerin boş zaman

aktivitesi olarak aileleriyle birlikte gittiği ve ilgi çekici etkinliklere katıldığı deneyimsel alanlara dönüşmüştür.

Fiziksel mağazaların, deneyimsel alanlara doğru dönüşüm süreci ister istemez ürünleri sunuş şeklini de değiştirmiştir. Hayatımızın her alanına işleyen inovasyon olgusu, ürünlerin sunuşunu daha kaliteli ve çarpıcı hale getirirken, mağazaların küçülmesine, belirli konseptlere ve özel günlere yönelik düzenlenmesine ve dönemlik olarak kurulmasına yol açmıştır. Bu formatı kısaca “daha küçük mağaza, daha fazla deneyim” olarak ifade edebiliriz.

Sonuç olarak bu yeni düzende, mobilya perakendeciliğinin rolü köklü bir şekilde değişmektedir. Yapısal olarak gerçekleşen bu değişikliğin ardında makro demografik trendler, teknolojik gelişmeler ve her gün değişen tüketici tercihleri yatmaktadır. Bu nedenle işletmeler zorunlu olarak, operasyonlarını tüketici tercihlerine göre yeniden düzenlemek zorunda kalmıştır.

Avrupa özelinde ülkelerin tüketim alışkanlıklarına bakıldığında kişi başına en fazla harcama yapılan ülkeler arasında Danimarka, Norveç ve İsveç gibi İskandinav ülkeleri ile çok küçük bir alanda yer almakla birlikte yüksek bir milli gelire sahip olan İsviçre ve Avusturya’yı görülmektedir. Diğer taraftan Güney Avrupa ülkelerinin satın alma gücü ise oldukça düşüktür. Toplam büyüklük olarak değerlendirdiğimizde ise sırasıyla Almanya, Birleşik Krallık, Fransa, İtalya ve Hollanda gibi gelişmiş ekonomilere rastlanmaktadır.

Son olarak, ülkemiz genelinde bir değerlendirme yapılacak olursa, İhracatçı Birlikleri iştegal alanına göre 2020 yılında Türkiye’nin toplam mobilya ihracatı %0,5 artarak 2,6 milyar Dolar olmuştur. Batı Avrupa ülkeleri özelinde en çok mobilya ihracatı gerçekleştirilen ülke 200 milyon Dolar ile Almanya olurken, ikinci sırada yer alan Fransa’ya 105,2 milyon Dolar ve üçüncü sırada yer alan Birleşik Krallık’a 98,4 milyon Dolar ihracat yapılmıştır. Bu ülkelere yönelik olarak, ihracatımız bir önceki yıla kıyasla değer bazında %12, miktar bazında ise %19 oranında artırmıştır. En çok ihracat artışının yaşandığı ülkeler sırasıyla Belçika, İsviçre ve İsveç olmuştur. Belçika’ya yapılan ihracat %41 artışla 43 milyon Dolar’a, İsviçre’ye yapılan ihracat %40 artışla 17 milyon Dolar’a ve İsveç’e yapılan ihracat %25 artışla 12 milyon Dolar’a ulaşmıştır. Diğer taraftan İspanya’ya yapılan ihracatta %27 gibi önemli bir düşüş yaşanmış ve ihracatımız 17,2 milyon Dolar seviyesine gerilemiştir. Toplamda en az ihracatın yapıldığı Finlandiya kg başına 3,80 Dolar ile birim fiyat bakımından en yüksek ihracatın yapıldığı ülke olmuştur. Aynı şekilde diğer İskandinav ülkelere yapılan ihracatımızın kg başına birim fiyat değeri Norveç için 3,35 Dolar, İsveç için 3,41 Dolar ve Danimarka için 3,56 Dolar’dır. 13 ülkeye yapılan ihracatın ortalama birim fiyatı ise 2,65 Dolar’a tekabül etmektedir.

EV MOBİLYASI PAZAR DİNAMİKLERİ

Fabrika çıkış fiyatları üzerinden, 2009 yılında dünya geneli toplam mobilya harcamalarından %32 pay alan Batı Avrupa'nın mobilya harcamaları 2019 yılında 84 milyar Euro seviyesine yükselse de, yaklaşık 400 milyar dolarlık küresel mobilya harcamalarından aldığı pay %21 seviyelerine gerilemiştir. Çünkü bu dönemde dünyanın farklı noktalarında, özellikle Asya'da, hızlı büyüyen yeni pazarların ortaya çıkmasıyla birlikte küresel mobilya sektörünün yapısı değişmiş, Avrupa'nın küresel mobilya tüketiminden aldığı pay da bu gelişmeyle orantılı olarak düşmeye başlamıştır.

Western Europe. Furniture consumption at factory prices. Share over total world consumption, 2009-2019



Source: CSIL

Western Europe. Total home furniture consumption (at retail prices), 2009-2019

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
EUR million	117,025	124,744	122,557	120,346	114,776	114,776	118,963	125,747	126,573	129,386	129,945
Annual % change		6.6%	-1.8%	-1.8%	-4.6%	0.0%	3.6%	5.7%	0.7%	2.2%	0.4%

Source: CSIL

Fabrika çıkış fiyatları üzerinden, küresel mobilya tüketimi, 2009-2019 baz yılları arasında toplam %71 gibi güçlü bir artış trendi gösterirken Avrupa pazarı %13 ile daha ılımlı bir artışa tanıklık etmiştir. Bu kapsamda, 2019 yılında dünyada toplam mobilya tüketimi, kriz öncesi seviyelerin oldukça üzerine çıkmış ve fabrika çıkış fiyatlarına göre yaklaşık 400 milyar Euro olarak kayıtlara geçmiştir. Buna karşılık küresel mobilya tüketiminden %21 pay alan Batı Avrupa'nın tüketimi ise 84 milyar Euro ile sınırlı kalmıştır. Batı Avrupa'daki toplam mobilya tüketimi, son birkaç yılda toparlanma eğilimi gösterse de, yaklaşık 200 Euro'luk kişi başına düşen mobilya tüketimi kriz öncesi seviyelerden daha düşük seyretmektedir.

Batı Avrupa mobilya sektöründeki durağan seyrin ardında yatan ekonomik sebeplere baktığımızda esas olarak, diğer tüm sektörlerde olduğu gibi, 2009 Ekonomik Krizine bağlı olarak yaşanan talep daralması yer almaktadır.

Talep daralmasına ek olarak, büyük ölçekli firmalar tarafından -ölçek ekonomileri sayesinde- sunulan düşük maliyetli ürünler ile bireyler arasında giderek yaygınlaşan online alışveriş vasıtasıyla büyük indirimlerle satışa sunulan ürünler ortalama satış fiyatlarını ve toplam tüketimi düşürmektedir. Bu durum hem fiyat erozyonu yaşanmasına sebep olmuş, hem de tüketicilerin daha ucuz alternatiflere yönelmesinin yolunu açmıştır.

Son olarak, tüketici tercihlerinin değişmesiyle birlikte mobilya alışveriş süreçlerinde yaşanan değişimlerin de, harcamalarda düşüşe sebep olan bir diğer etken olduğunu vurgulamak gerekir. 2000’li yılların başında bireyler nispeten daha yüksek bir bütçeyle ve tek seferde tüm ev mobilyası alışverişini yapma eğilimindeyken, son yıllarda bu eğilim yerini daha kısıtlı bütçe ile parçalarına ayrılmış şekilde mobilya temin etmeye bırakmıştır. Birçok firma da özellikle bu tüketici davranışına yönelik stratejiler geliştirmeye başlamıştır.

Diğer taraftan son 6 yılda, mobilya piyasası toparlanma eğilimine girmiş ve gelişmiş makroekonomik çevreden (kişi başına düşen milli gelir düzeyindeki artışlar, özel tüketim harcamalarındaki artışlar ve konut inşasındaki artışlardan) faydalanmıştır. Ayrıca bazı ülkelerde spesifik olarak uygulanan mobilya alışverişlerindeki vergi indirimleri de mobilya harcamalarındaki artışın sebepleri arasındadır.

6 yıldaki beklenmedik iyi gidişatın arkasında yatan faktörlere ek olarak, orta ve uzun vadede mobilya harcamalarını etkileyeceği düşünülen diğer faktörler ise aşağıdaki gibidir:

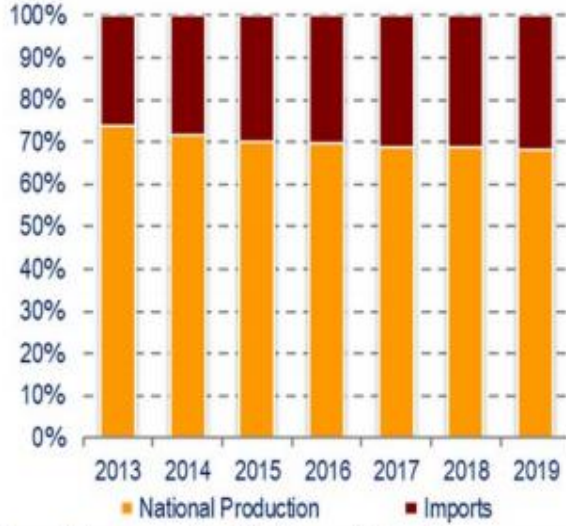
- Tek kişilik yaşam formatı:
İş nedeniyle aile yanından ayrılma ve boşanma gibi sebeplerle genç ve olgun yetişkinler arasında tek kişilik yaşam formatının yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte hane ve konut sayısında yaşan artış
- Eskiye kıyasla artan mobilitate:
Ev değiştirme davranışındaki artış eğilimi sonucunda her ev değiştirmede yeni eşya ile istenilen şekilde ev dizayn etme merakının artması
- Mekan tasarrufu sağlayan mobilyalar:
Tek kişilik yaşam formatının artması ve artan mobilitateye paralel olarak küçülen yaşam alanlarıyla birlikte değişen mobilya tercihleri ve mekan tasarrufu sağlayan mobilyalara (space-saving furniture) yönelik talep artışı
- Avrupa’da değişen demografik yapı:
Ortalama yaşam süresinin artması ve doğum oranlarının azalmasıyla birlikte giderek artan yaşlı popülasyona yönelik geliştirilen ergonomik ve teknolojik mobilyalara yönelik talep artışı
- Mobilya ömrünün kısalması:
Üretim tarzındaki güncel küresel trendler, ar-ge inovasyon, marka ve tasarım olgularına artan ilgi mobilya ürünlerini modası geçmiş veya eskimiş bir hale getirmektedir. Her iki yılda bir telefon değiştirdiğimiz günümüz tüketim alışkanlıkları kapsamında, mobilya kullanım sürelerimiz de oldukça kısalmıştır. Teknolojinin yalnızca bilgisayar, telefon ve televizyon gibi elektronik aletlerde karşımıza çıkan bir olgudan çok daha öteye giderek akıllı mobilyalar, akıllı evler ve akıllı giysilere dönüşmesiyle birlikte mobilyaların kullanım ömrü de azalmıştır. Ayrıca büyük ölçekli dağıtım kanallarında teknolojik ürünleri uygun ve rekabetçi bir fiyattan tedarik edebilme imkanı bu süreci hızlandırmaktadır.

- Çocuk mobilyaları:
Diğer taraftan çocuk mobilyaları önemli bir tüketici pazarı olarak karşımıza çıkarken, fonksiyonel ve ilgi çekici, çocukları cezbeden tasarımlar ön plana çıkmakta ancak burada da rekabetçi fiyat konusu bir tehdit olarak karşımıza çıkmaktadır, özellikle ithal ürünlerin pazara penetrasyonu genellikle tehdit olmaktadır.
- Bilinçli Tüketim:
Sürdürülebilirlik konusunda tüketiciler nezdinde artan farkındalık satın alma davranışlarını da etkilemektedir. Artık tüketiciler, ürünlerin yalnızca ekolojik yeterliliğini ve çevreye verdiği zararı gözetmekten çok daha öteye giderek, üretim sürecinde kullanılan materyallere kadar bilgi sahibi olmak istemektedir. Hiç şüphesiz, tüketici davranışlarındaki artan farkındalık, perakende sektörü üzerinde baskı oluşturmakta ve sektörün üretim standartlarını geliştirmelerine, tedarik zinciri ve üretim süreçlerinde daha şeffaf olmalarına yol açmaktadır.
- Akıllı mobilyalar:
İnternet aracılığıyla büyüyen iletişim ağı ve özellikle pandemi döneminde evden çalışma uygulamalarının artmasıyla birlikte “home office” konsepti önem kazanmış, bu durum da teknolojinin mobilyalarla birleştirilmesi yani “akıllı mobilyalar” ihtiyacını ortaya çıkarmıştır.

Sonuç olarak, her ne kadar 2009 krizi ile başlayan süreçte azalan ve 2014 sonrası toparlanma eğilimine giren Avrupa mobilya harcamalarının küresel mobilya harcamalarından aldığı pay %21 seviyelerine düşmüş olsa da, hala kişi başına en yüksek mobilya harcamaları Batı Avrupa ülkelerinde gerçekleştirilmektedir.

İTHALAT PENETRASYONU

Western Europe. Home furniture market, 2013-2019. Breakdown by National production and imports from extra-WE areas



Source: CSIL processing. Note: 2019 data are preliminary data

Batı Avrupa ülkelerindeki 62,5 milyar Euro'luk toplam ev mobilyası talebinin yaklaşık %68'i (42,5 milyar dolar) yine Batı Avrupalı üreticiler tarafından karşılanmaktadır. Ancak 2013 yılında bu oranın %74 olduğu göz önünde bulundurulduğunda, o tarihten bu yana ithalat penetrasyonunun yani dışa açıklık oranının nispeten arttığını söyleyebiliriz. (Yandaki grafikte, Batı Avrupa ülkeleri bir bütün olarak değerlendirilmiş ve 13 ülkenin toplam çıktısı milli üretim olarak nitelendirilmiştir.)

Batı Avrupa'nın, kendi bölgesi dışındaki ülkelere yaptığı yaklaşık 20 milyar Euro'luk ev mobilyası ithalatı ise toplam ev mobilyası talebinin %32'sine tekabül etmektedir.

Batı Avrupa Ev Mobilyası İthalatı / Batı Avrupa Ülkeleri Dışındaki İlk 10 Ülke					
Ülke	2013 EUR	2018 EUR	2013 Payı	2018 Payı	5 Yıllık Ort. Değişim
Çin	5680	7465	40	38	5,6%
Polonya	3417	5027	24	25	8,0%
Vietnam	671	991	5	5	8,1%
Litvanya	599	858	4	5	7,4%
Romanya	744	787	5	4	1,1%
Endonezya	403	391	3	2	-0,6%
Türkiye	251	389	2	2	9,1%
Slovakya	289	362	2	2	4,6%
Çekya	230	359	2	2	9,3%
Hindistan	160	344	1	2	16,5%
(CSIL, Milyon EUR)					

Batı Avrupa ülkeleri dışındaki ülkelere yapılan ithalat 2013-2018 yıllarını kapsayan 6 yıllık dönemde yıllık %6 artış göstermiştir. Buna paralel olarak, Çin'in bölge ülkelerine yaptığı ihracat da yıllık %5,6 oranında artmıştır. Bu kapsamda, Batı Avrupa'nın toplam ev mobilyası ithalatının %38'ini karşılayan Çin, en önemli ticaret partneri olarak karşımıza

çıkılmaktadır. Çin'in ardından %25'lik payı ile Polonya ikinci sırada yer alırken, dikkate değer bir veri olarak, üçüncü sırada yer alan Vietnam'dan, Türkiye'nin yaklaşık 3 katı ev mobilyası ithalatı yapılmaktadır.

Batı Avrupa ülkelerini dışa açıklık oranları bakımından 3'e ayırmak mümkündür.

Az ithalat yapanlar: Ev mobilyası ihtiyacının %50'sinden daha azını ithalat yoluyla karşılayan ülkeler

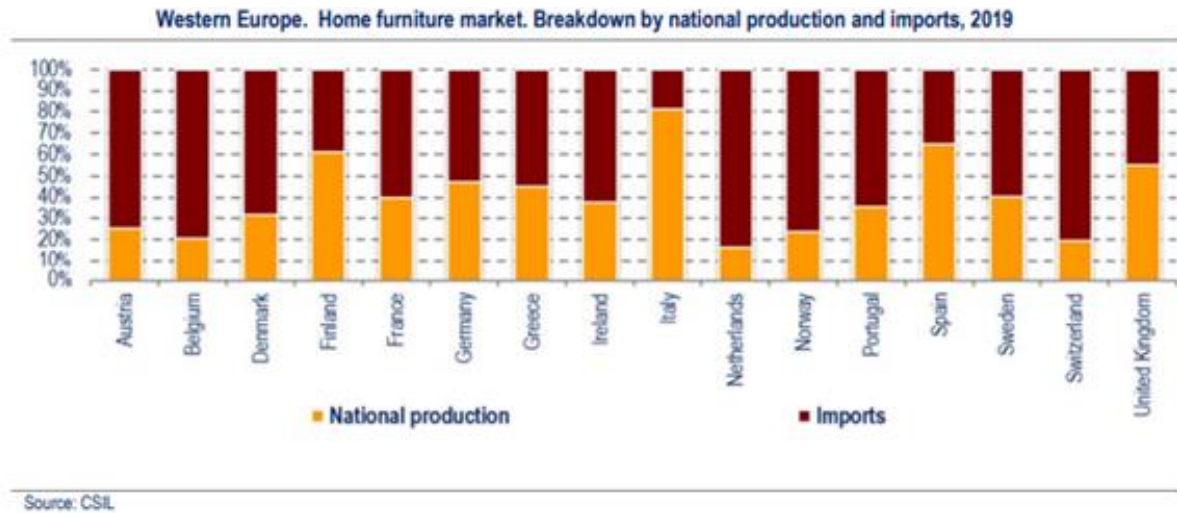
İtalya %19, İspanya %35, Finlandiya ve İngiltere

Orta düzey ithalat yapanlar: %50 ila %70'ini ithalat yoluyla karşılayan ülkeler

Almanya (İthalatının büyük kısmını Polonya'dan yapmaktadır.) İsveç (İthalatında ilk üç sırada Çin, Polonya ve Litvanya yer almaktadır. Polonya ve Litvanya'daki firmalar büyük firmaların tedarikçileridir.) Fransa ve Danimarka

Yüksek ithalat yapanlar: %70'inden fazlasını ithalat yoluyla karşılayan ülkeler

Bu grupta ise Hollanda, Belçika, Avusturya ve İsviçre gibi Avrupa'nın yüz ölçümü olarak küçük ülkeleri yer almaktadır. Özellikle Hollanda gelişmiş liman ve alt yapı sistemleri sayesinde ithalat penetrasyonunun en yüksek olduğu ülkelerden birisidir.



Batı Avrupa ülkesi olmayan ülkelere yapılan ithalat son beş yılda artış göstermiştir. Lider ekonomiler arasında en yüksek ithalat artışları, Fransa, Hollanda ve Danimarka'da Doğu Avrupa ülkeleri lehine yaşanırken; Birleşik Krallık, Fransa ve İspanya'da Asya ülkeleri lehine yaşanmıştır.

İthalat artışlarının ardında yatan sebepler arasında, büyük şirketlerin uluslararasılaşma politikaları kapsamında düşük ücretli iş gücü olanağı sunan ülkelere doğru (özellikle Asya ve Doğu Avrupa) üretim tesislerini kaydırmaları göz ardı edilmemelidir. Ayrıca yine bu şirketler tarafından uygulanan küresel tedarik stratejileri de ithalat penetrasyonunun artıran etkenler

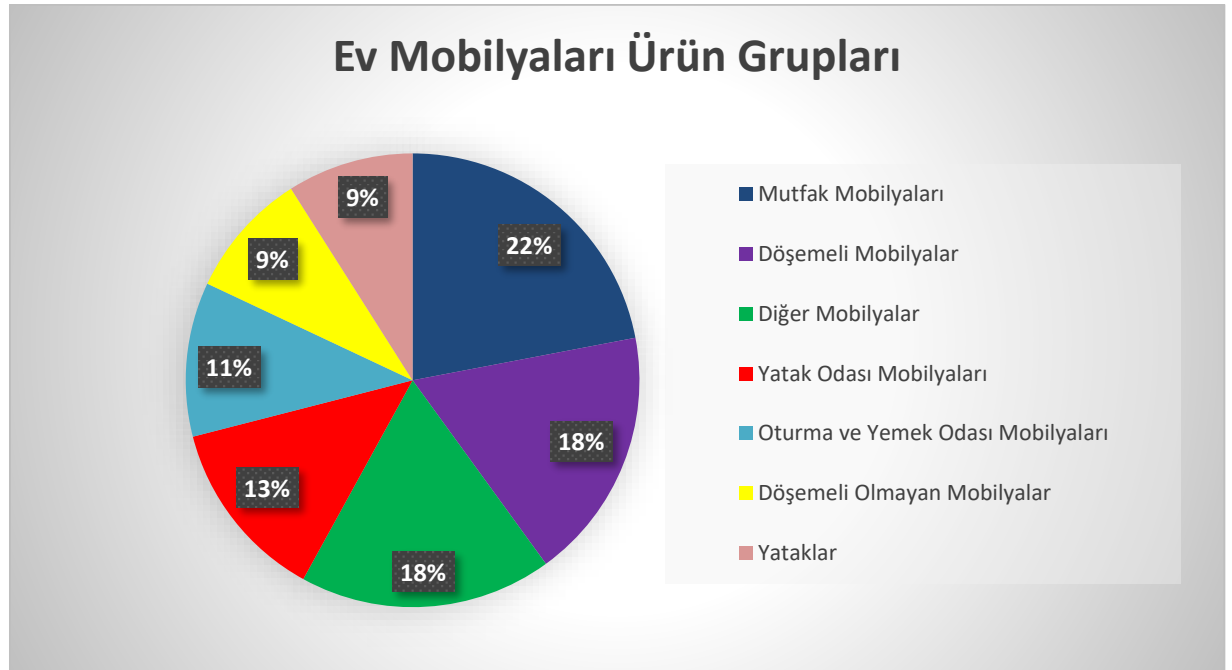
arasındadır. Özellikle İsveçli ve Danimarkalı mobilya devleri küresel kaynak kullanımının en başarılı örnekleridir. Bu firmalar 50'ye yakın ülkede, yaklaşık 1000'e yakın tedarikçi ile çalışmaktadır.

Bu nedenle, özellikle Çin ve Doğu Avrupa ülkelerinden yaşanan ithalat artışının altında yatan en önemli sebep, büyük şirketlerin üretimlerinin önemli bir kısmını söz konusu bölgelere kaydırmasıdır. Böylece şirketlerin küreselleşme ve dış kaynak kullanımı sayesinde dünyanın farklı bölgelerindeki tedarikçilerinden yaptığı alımlar, ithalat artışlarının sebebi olmuştur.

Sonuç olarak, mobilya sektörünün sunduğu seçenekler önemli miktarda artış göstermiş, özellikle fiyat ve ürün yelpazesi genişlemiştir. Bunun en güzel örneği kullanıma hazır demonte mobilyalardır (Ready To Assemble Furniture) Bir dönem kaliteli ahşap mobilyaların ucuz bir alternatifi olarak görülen bu ürünler günümüzde yine uygun fiyata fakat bu defa kaliteli ürünler olarak pazarda alıcı bulmaktadır.

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE DEĞERLENDİRMELER

Ev mobilyaları sektörü, mutfak mobilyaları, döşemeli mobilyalar, döşemeli olmayan mobilyalar, oturma ve yemek odası mobilyaları, yatak odası mobilyaları ve yataklar olmak üzere 6 grupta kategorize edilebilir. Geriye kalan mobilyalar ise diğer mobilyalar başlığı altında değerlendirilmektedir. 130 milyar Euro'luk toplam ev mobilyası harcamalarından 28,6 milyar Euro ile %22 pay alan mutfak mobilyaları sektörün en büyük grubudur. Ardından yaklaşık 23,5 milyar Euro ile döşemeli mobilyalar grubu gelmekte ve toplam büyüklükten %18 pay almaktadır.



Uluslararası rekabette her grubun kendine özgü dinamikleri ve farklılıkları vardır ve bazı ürünlerin uluslararası rekabetçiliği oldukça düşüktür. Üretim ve tedarik süreçlerinin kendine özgü yapıları, fiyat dinamikleri, ürünlerin tasarım ve inovasyon süreçleri söz konusu farklılıkların başlıca sebepleridir. Buna göre her grubun kendine özgü dinamiklerini aşağıdaki gibi özetleyebiliriz:

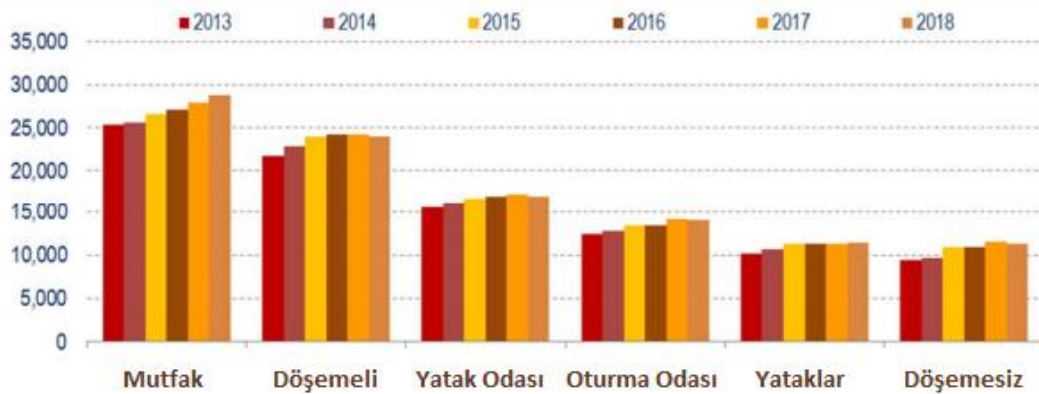
Mutfak mobilyalarında ithalat penetrasyonu oldukça düşüktür, 28,6 milyar Euro'luk toplam tüketimin 24,5 milyar Euro'su, yani %86'sı yerli üretimle karşılanmaktadır. Bunun en basit nedeni, mutfak mobilyalarının yoğun marangozluk işleri gerektirmesidir. Ayrıca ülkelere göre değişen standart ve ölçüler ithalatı zorlaştırmaktadır.

Aynı şekilde yataklarda da ithalat penetrasyonu diğer gruplara kıyasla düşüktür. Bireysel ve ulusal düzeyde birbirinden farklı standart ve ölçü tercihleri, her ülkeye özel yatak üretimini ve dolayısıyla farklı üretim tekniklerini gerekli kılmaktadır. Avrupa ülkeleri içinde dahi belirli bir standart ve ölçü söz konusu olmadığı için bu mobilyaların ithalatı düşük kalmıştır. Ayrıca kapladıkları geniş alan sebebiyle, lojistik anlamda külfetli ve maliyetli olmaktadır.

Lojistik zorluklar döşemeli mobilyalar için de geçerlidir, ancak bu ürünlerin toplam fiyatındaki işçilik maliyetlerinin oranı fazla olduğu için, düşük iş gücünün olduğu yerlere üretimi kaydırmak ve ülkeye ithalat yoluyla ürün almak daha cazip hale gelmektedir. Bu nedenle döşemeli mobilyalar %64 ithalat oranıyla ithalatı en uygun ürün grubu olarak karşımıza çıkmaktadır. 24,5 milyar Euroluk toplam döşemeli mobilya tüketiminin 15,7 milyar Euro'luk kısmı ithalatla karşılanmaktadır.

İthalat penetrasyonunun en yüksek olduğu ürün grubu ise %75'in üzerinde ithalat oranıyla döşemeli olmayan mobilyalar kategorisindedir. Bu kategoride yer alan ürünlerin bir kısmının ham maddeleri örneğin hasır mobilyalar için kamış (cane), Hint kamışı (rattan) ve bambu, Batı Avrupa ülkelerinde bulunmamaktadır. Bu nedenle çoğu firma kurduğu fabrikalar veya alt yükleniciler aracılığıyla bu ürünleri Asya ülkelerinden tedarik etmektedir.

Ürün Gruplarına Göre Harcamalar 2013-2018 (Perakende Satış Fiyatları)



PAZARDAKİ TRENDLER

Batı Avrupa ev mobilyası sektörünü şekillendiren trendler, ekonomik, teknolojik, moda ve kurumsal trendler olarak dört başlık altında özetlenebilir.

Bir bütün olarak Batı Avrupa mobilya endüstrisi, çevre ile uyum kapsamında uygulanan sürdürülebilirlik standartları nedeniyle ortaya çıkan ek maliyetlerin ve hammadde fiyatlarındaki artışın etkisiyle, geçtiğimiz on yılda krize rağmen üretim fiyatlarında artışa şahit olmuştur. Üretim fiyatları ithalat ve tüketici fiyatlarından daha çok artmış, perakendecilerin kar marjını düşürmüş ve dağıtım kanallarının yapısını etkilemiştir. CSIL verilerine göre, Batı Avrupa ev mobilyaları pazarında 2013-2019 yılları arasında ortalama satış fiyatı artışında hafif bir düşüş yaşanmıştır.

Bu kabaca ortalamaların ardında çok çeşitli ve karışık bir dünya vardır: imalatçı ile perakendeci arasındaki fiyat artışını belirleyen özel ilişki, ülkelere, kategorilere, ürünün niteliğine (seri üretim ürünü veya yüksek kaliteli ürün) ve özel perakende kanallarına göre farklılaşmaktadır. Satın alma gücü ve üreticiden tüketiciye satış fiyatının belirlenmesi, ürünün kendine özgü oluşundan teslim koşullarına, gümrüklemeden marka ve reklam politikalarına kadar iç içe geçmiş bir sürecin sonucudur.

Teknoloji ve moda cephesinden bakıldığında, mobilya ürünleri günden güne değişen tüketici alışkanlıklarına, giderek küçülen yaşam alanlarına ve bu küçük yaşam alanlarında aynı anda halledilmesi gereken birbirinden farklı ihtiyaçlara cevap verebilir hale gelmiştir. Özellikle Avrupa’da yaşam alanlarının giderek azalması, yani şehir merkezlerinde konut inşa edecek alanların kısıtlı olması ve tek kişilik yaşam olgusunun artması sebebiyle bireyler birbirinden farklı aktiviteleri aynı evin içinde hatta aynı odanın içinde yapmak ister hale gelmiştir. Örneğin mutfakta yemek yaparken aynı zamanda dinlenmek, yatak odasında hem uyuyup hem çalışmak (özellikle home office çalışıldığı düşünülürse) ya da oturma odasında hobileri gerçekleştirebilmek için bir alan yaratmak gibi taleplerle karşılaşmaktadır.

Bu kapsamda mobilya ürünlerinde gözlemlenen ve önümüzdeki yıllarda giderek yaygınlaşması beklenen trendler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Ebat ve boyut olarak ayarlanabilir masalar, yemek masasına dönüşebilen kahve masası, çocuk masasına dönüşebilen kitaplık, kolayca kurulup tekrar kaldırılabilen katlanabilir mobilyalar gibi çok fonksiyonlu ve alan yaratan (space saving) eşyalar.
- Güneş enerjisi ile çalışan küçük makineler, kablosuz şarj özelliği sunan masa, sandalye ve koltuklar gibi akıllı mobilyalar.
- Kolay taşınabilen, zevk ve tercihlere göre birçok farklı kombinasyonda kullanılabilen modüler ve hafif mobilyalar.
- Çevreye ve ekosisteme duyarlı, enerji tasarrufu sağlayan, elektrik yerine yenilenebilir enerji kaynaklarıyla çalışan çevre dostu sürdürülebilir ürünler.

EV MOBİLYASI DAĞITIM KANALLARI

Genel olarak mobilyanın üretimi ve dağıtımını farklı firmalar tarafından yerine getirilmektedir, ancak bu genellemeye uymayan, üretimini ve dağıtımını kendisi yapan firmalar da söz konusudur. Son yıllarda perakende sektörü makro demografik trendler, teknolojik gelişmeler ve her gün değişen tüketici tercihleri ve davranışları sonucunda yapısal değişim sürecine girmiştir. Perakendeciler zorunlu olarak, operasyonlarını tüketici tercihlerine göre yeniden düzenlemek zorunda kalmıştır.

Teknolojinin hızlı yükselişi, tüketici davranışlarında olağanüstü bir değişimi de beraberinde getirmiştir. Günümüzde bireyler istediği an istediği şeye ulaşabilmekte ve bu duruma fazlasıyla alışmış görünmektedir. Bireylerin istediği ürünün alternatifi olarak binlerce seçeneğin olması, aldığı ürüne yönelik beklentisini de üst seviyelere çıkarmış, tüketicide kusursuz bir hizmet beklentisi oluşmuştur. Bu durum klasik perakendeciliğin kurallarını baştan yazmaktadır. Artık perakendeciliğin başarısı ne kadar ürün ürettiği ya da kaç mağaza açtığıyla ilgili bir konu olmaktan giderek uzaklaşmaya başlamıştır. Cazip teklifler sunmadığı sürece ne kadar çok ürün ya da kaç mağaza olduğunun hiçbir önemi kalmamıştır. Bu yeni paradigmaya uyum sağlamak tüm perakendeciler için gerçekten zor bir durumdur.

İnovasyon ve teknolojiyle birlikte değişen tüketici davranışlarına paralel olarak ürünlerin sunum şekli ve mağazalar da tamamıyla değişmiştir. Bu trendlerin, yeni iş modelleri, perakende stratejileri ve alan tahsisi bakımından perakende mobilya sektörüne de yansımaları olmuştur. İflaslar ve firma birleşmeleri de dahil olmak üzere sektördeki aksama, bir düzenlemeye ihtiyaç duyulduğunun göstergesidir. Pazara yeni giren firmalar ve girişimciler, yeni gerçeklere ve yeni düzene adapte olmaları amacıyla diğer tüm perakendecileri kendilerini yenilemeye, dönüştürmeye zorlamaktadır. Yeni formatta örneğin geçici mağazalar, deneyimsel mağazalar veya showroamlar artık daha küçük alanda daha çok deneyim yaşatmaktadır.

Yeni trendlerle birlikte, şehir merkezlerindeki alışveriş bölgeleri giderek daha çekici hale gelmektedir. Bu nedenle büyük zincir mağazaları eski usul büyük depolarını güncel formatlarla yoğurarak daha teknolojik, şehir merkezine daha yakın mağazalar açmaktadır. Örneğin Avrupa'nın mobilya sektör lideri, ürün tasarımı ve paketleme konusunda yeni yaklaşımlar benimseyerek, toptan mağazacılık konsepti yerine nispeten daha küçük, daha pratik ve daha kolay ulaşılabilen mağaza formatlarına yönelmektedir. Bu kolay ulaşılabilir mağazalar, tıpkı büyüklerinde olduğu gibi markanın tüm ürün ve servislerini sunarken, yalnızca tüketicilerin ürünleri kendi aldıkları büyük depo alanı (self service warehouse) bulunmamaktadır.

Başka bir örnek olarak İtalyan mobilya firmasının Bologna ve Modena’da açtığı iki mini mağazası, “shop in shop” konseptinde hizmet vermektedir. Mağazada dekorasyon çözümleri sunan özenle seçilmiş mobilyalar her 3-4 haftada bir değiştirilmektedir. Bu mağazalarda klasik mağazalarda sunulan mobilya dekorasyonları birebir sunulmakla birlikte, tüketicilerin ısmarlama tasarımlar yaptırabildiği ve tasarımcılardan danışmanlık hizmeti alabildiği konseptler de yer almaktadır. Shop in shop konsepti için havalimanları ve şehir merkezlerindeki alışveriş bölgeleri iyi birer alandır. Yani, perakende sektöründeki değişim yalnızca mağazaların büyüklüğünde değil ayrıca ürünlerin çeşitlendirilmesi ve sunuş şekliyle de ilgili bir konu olmaya başlamıştır.

Yine farklı bir İtalyan firması, bayrağı bir adım öteye taşıyarak, tüketicilere beğendikleri ürünleri birebir kendi evlerine konumlandırabilecekleri bir hizmet sunmaktadır. Bireyler tıpkı kabinde kıyafet dener gibi, mobilyaları evin istediği köşesine yerleştirip, evini kendi zevkine göre dizayn edebilmektedir. Artırılmış gerçeklik gözlükleri yoluyla bu konsepti hayata geçirmeyi planlayan firma, kendi ürünlerinin “dijital ikizlerini” yani 3 boyutlu çizimlerini müşteriye sunuyor. Ancak buradaki en dikkat çekici nokta ise, müşterinin 3 boyutlu mobilya çizimlerini bizzat kendi evine yerleştirmesi: Müşteriler mağazaya gelmeden önce firmanın uzmanlarıyla iletişime geçerek kendi evlerinin fotoğraf ve ölçülerini paylaşıyor ve mağaza müşterinin evini sanal ortama aktarıyor. Müşteri mağazaya gelip artırılmış gerçeklik gözlüğünü taktığında, kendi evinin minyatür sanal versiyonu gözlerinin önüne seriliyor. Bundan sonra müşteriye, zevk ve tercihinine göre mobilyaları evin uygun köşelerine yerleştirmek kalıyor.

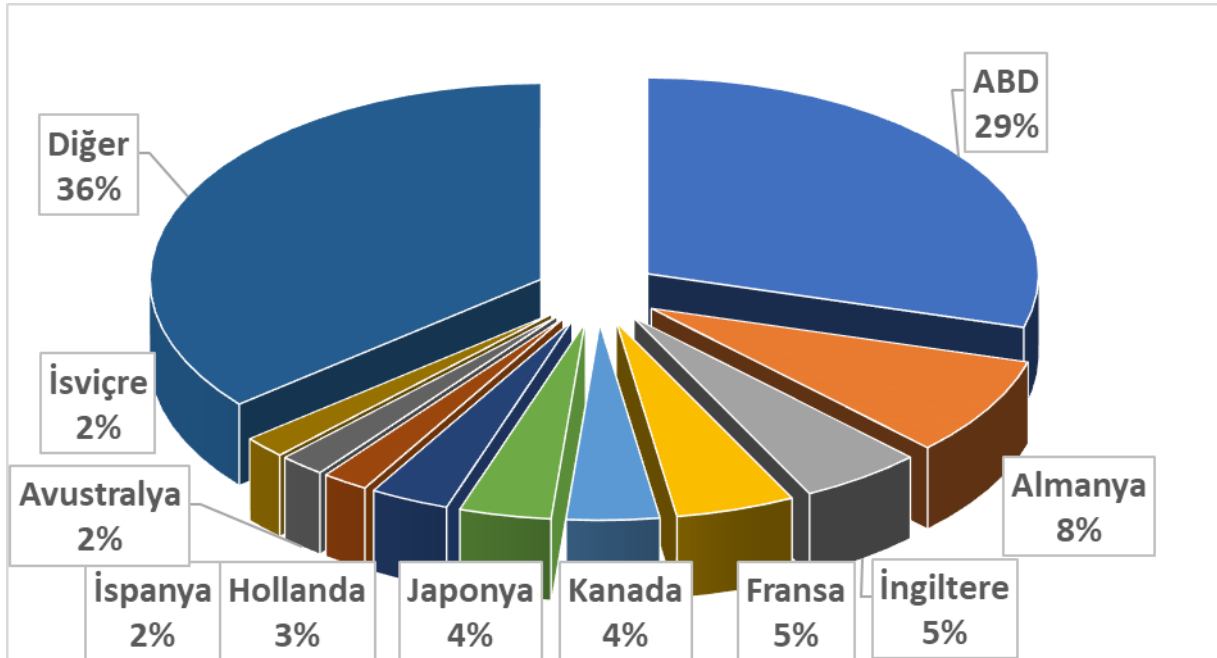
Ayrıca günümüzde en önemli konulardan birisi olan sürdürülebilirlik hususu da göz önünde bulundurulduğunda, sürekli ev değiştiren ve her ev değişiminde yeni mobilyalar almak istemeyen kişilerin sayısındaki artış düşünülerek, bir çok büyük zincir mobilyacılarının mobilya kiralama hizmeti vermeye başladığını da görmekteyiz.

Diğer taraftan, ürünleri insanlara yakınlaştıran bir diğer format olan “gel al noktaları” tüketiciler için nakliye veya kendin teslim al seçeneklerine kıyasla daha uygun ve daha ekonomik fiyatlı birer alternatifi olmaktadır. Spesifik temalarla ve özel günler için hazırlanan konseptlerle ünlü bir caddede veya bir alışveriş bölgesinde geçici süreliğine açılan “pop up storelar” ise tüketicilere markanın ürünlerini sunarken, aynı zamanda eşsiz bir deneyim yaşatmaktadır.

Sonuç olarak, fiziksel mağazalar gücünü ve önemini hala korumakla birlikte, inkar edilemez bir şekilde değişime mahkum olmuştur. Fiziksel mağazalar artık sadece alışveriş yapılan yerlerden ziyade insanların bir fuar ya da sergiye gider gibi farklı deneyimler yaşamak amacıyla uğradığı, daha dinamik bir ortamda birbirinden farklı tasarımları canlı olarak gördüğü hatta “yaşadığı”, tasarımcı ve uzmanlarla fikir alışverişini yaptığı ve buna benzer daha birçok tecrübe yaşadığı alanlara dönüşmeye başlamıştır.

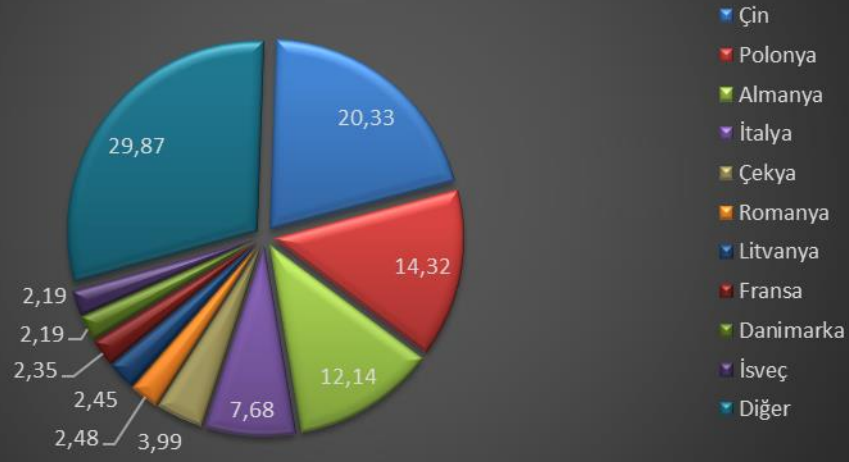
ÜLKE ANALİZLERİ

2019 yılında dünya geneli mobilya ithalatı bir önceki yıla göre %1,4 azalarak 190 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 56 milyar dolarla toplam mobilya ithalatının 4'te 1'inden daha fazlasını gerçekleştiren ABD, en çok ithalat yapan ülkeler arasında ilk sırada yer alırken, Almanya, Birleşik Krallık, Fransa ve Kanada ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir. 2019 yılı tüm dünyada mobilya sektörü ithalatında azalmanın yaşandığı bir yıl olmuş ve 1 milyar doların üzerinde ihracat yapan ülkeler arasında %15,5 oranla ithalatı en çok azalan ülke Çin olmuştur. Düşüş trendine rağmen Suudi Arabistan, Macaristan ve Romanya ithalatını %10'un üzerinde artmıştır.



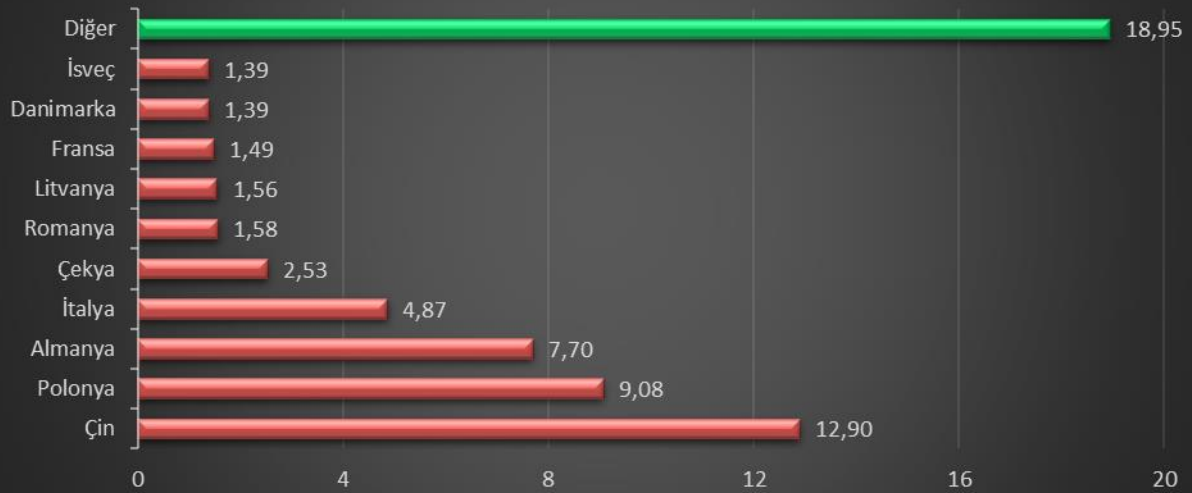
Kaynak: Trade Map

Batı Avrupa'nın İthalatında Ülkelerin Aldığı Paylar (USD, 2019)



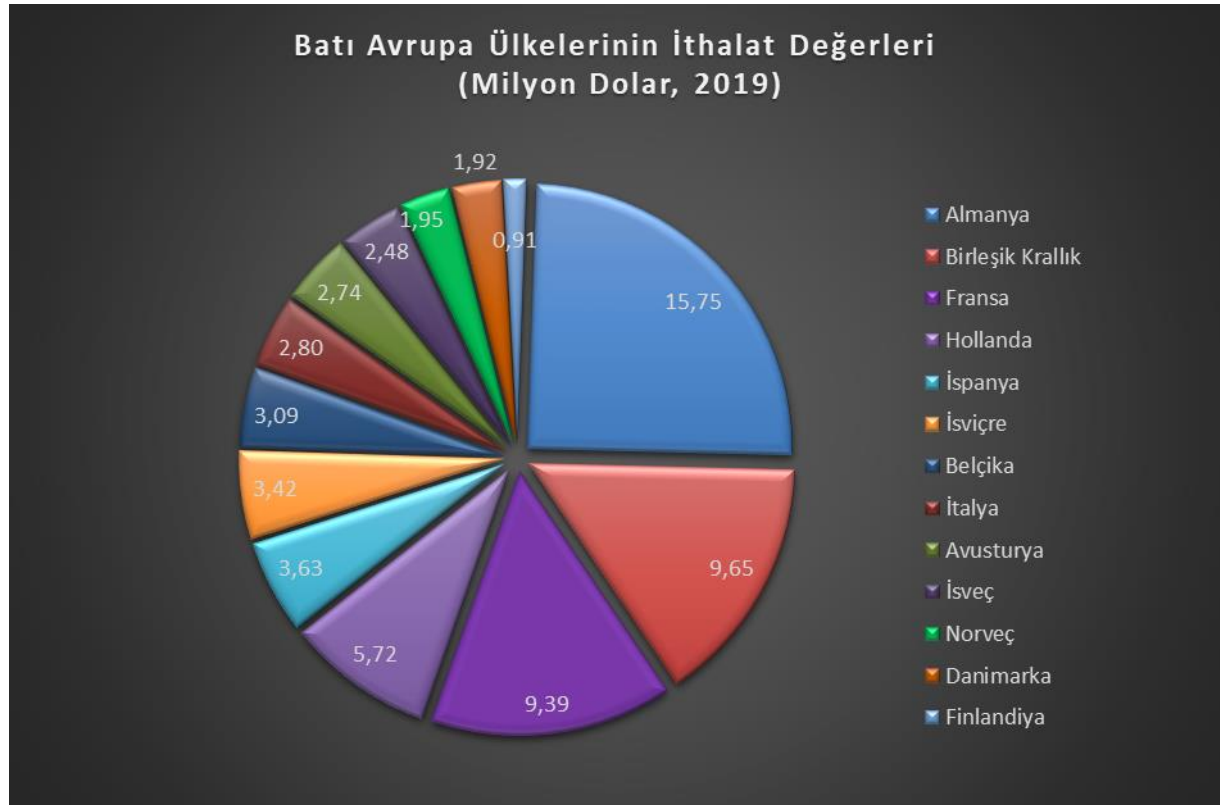
Batı Avrupa 63,5 milyar Dolar'lık ithalatıyla mobilya sektörü için önemli bir pazar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bölgeye yapılan ithalat 2019 yılında bir önceki yıla kıyasla %1,3 oranında azalsa da 2015-2019 yılları arasında toplamda %15,7 artmıştır. Bölge genelindeki ithalat artışıyla uyumlu bir şekilde bölgenin en büyük ticari partneri olan Çin'in ithalatı da bahse konu yıllar arasında %16,4 artarak 12,9 milyar Dolar seviyesine ulaşmıştır. Çin bu rakamla bölgenin en çok ithalat yaptığı ülkeler sıralamasında ilk sırada yer alırken, 9 milyar Dolar'la Polonya ikinci, kendileri de Batı Avrupa ülkeleri olan Almanya 7,7 milyar Dolar ile üçüncü ve İtalya ise 4,9 milyar Dolar ile dördüncü sırada yer almaktadır.

İthalat Yapılan Ülkeler (Milyon Dolar, 2019)



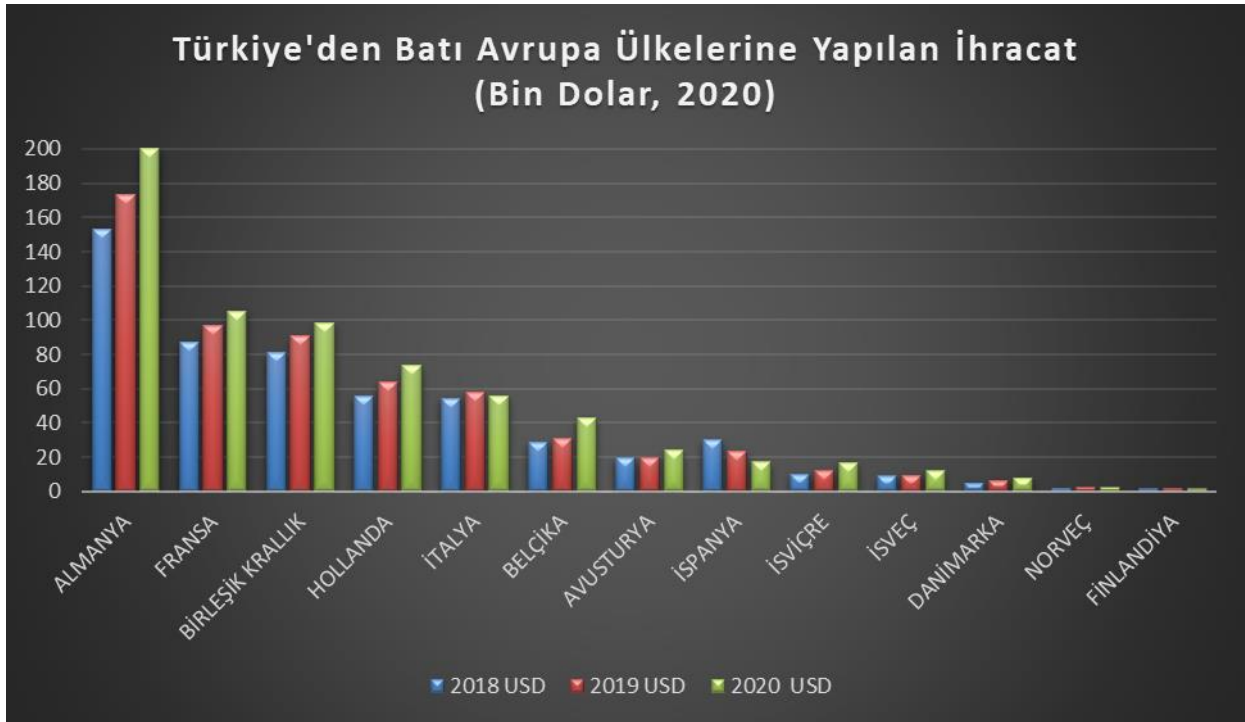
Bölgenin ithalatında ilk 10'da yer alan ülkeler arasında en çok ithalat artışının yaşandığı ülke Litvanya olmuştur. 1990 yılında Sovyetler'den bağımsızlığını kazanan Baltık Cumhuriyeti'nden yapılan mobilya ithalatı, geçtiğimiz 5 yılda %42,6 artarak 2019 yılı itibarıyla 1,6 milyar Dolar seviyesine ulaşmıştır. Litvanya'nın yanı sıra, bölgenin önemli ticaret partnerlerinden Polonya'dan yapılan ithalat bahse konu yıllar arasında %23,6 artmış, ülkemizden yapılan ithalat ise %28,6 gibi ortalamanın oldukça üzerinde bir artışla 1 milyar Dolar seviyesinin üzerine çıkmıştır. Türkiye'den yapılan 1 milyar 26 milyon Dolar'lık ithalat, toplam mobilya ithalatının %1,6'sına tekabül etmekte ve Türkiye bu payla en çok ithalat yapılan ülkeler arasında 17. sırada yer almaktadır. İlk 10'da yer almamasına rağmen 2015-2019 döneminde Fas ve Belarus'tan yapılan ithalat artışı oldukça dikkat çekicidir. Buna göre Fas'tan yapılan ithalat 137 milyon Dolardan 448 milyon Dolar'a, Belarus'tan yapılan ithalat ise 42 milyon Dolar'dan 140 milyon Dolar seviyesine ulaşarak 3 kattan daha fazla artmıştır.

En çok ithalat yapılan ülkelerin ardından, bölge ülkelerinin yaptığı ithalata bakacak olursak, ilk üçte Almanya, Birleşik Krallık ve Fransa karşımıza çıkmaktadır. İlk 3'te yer alan dev ekonomilerin yaptığı toplam mobilya ithalatı diğer 10 ülkenin yaptığı ithalatın toplamından daha fazladır. Buna göre Almanya 15,8 milyar Dolar, Birleşik Krallık 9,7 milyar Dolar ve Fransa 9,4 milyar Dolar ithalat yapmaktadır. Diğer taraftan kişi başına düşen ev mobilyası harcamalarında ilk sıralarda yer alan, diğer bir deyişle mobilyaya en çok para harcayan bireylerin yer aldığı İskandinav ülkeleri, görece düşük popülasyona sahip olmalarının da etkisiyle en az ithalatın yapıldığı ülkelerdir. İsveç 2,6 milyar Dolar, Norveç ve Danimarka 1,9 milyar Dolar, Finlandiya 909 milyon Dolar ile son dört sırayı oluşturmaktadır.



Buraya kadar yapılan değerlendirmelerde Trade Map'in "ithalat" verileri esas alınmıştır. "Mobilya" sektörü 9401,9402,9403,9404 GTIP'lerini içermektedir. Bundan sonraki bölümde yer alan Türkiye ihracat değerlendirmesinde ise aynı GTIP'leri kapsamak üzere 2020 yılı İhracatçı Birlikleri kayıt rakamları esas alınmıştır.

İhracatçı Birlikleri iştiğal alanına göre 2020 yılında Türkiye'nin toplam mobilya ihracatı %0,5 artarak 2,6 milyar Dolar olmuştur. Batı Avrupa ülkeleri özelinde en çok mobilya ihracatı gerçekleştirilen ülke 200 milyon Dolar ile Almanya olurken, ikinci sırada yer alan Fransa'ya 105,2 milyon Dolar ve üçüncü sırada yer alan Birleşik Krallık'a 98,4 milyon Dolar ihracat yapılmıştır. Bu ülkelere yönelik olarak bir önceki yıla kıyasla değer bazında %12, miktar bazında ise %19 oranında artırmıştır. En çok ihracat artışının yaşandığı ülkeler sırasıyla Belçika, İsviçre ve İsveç olmuştur. Belçika'ya yapılan ihracat %41 artışla, 43 milyon Dolar'a, İsviçre'ye yapılan ihracat %40 artışla 17 milyon Dolar'a ve İsveç'e yapılan ihracat %25 artışla 12 milyon Dolar'a ulaşmıştır. Diğer taraftan İspanya'ya yapılan ihracatta %27 gibi önemli bir düşüş yaşanmış ve ihracatımız 17,2 milyon Dolar seviyesine gerilemiştir. Toplamda en az ihracatın yapıldığı Finlandiya kg başına 3,80 Dolar ile birim fiyat bakımından en yüksek ihracatın yapıldığı ülke olmuştur. Aynı şekilde diğer İskandinav ülkelerine yapılan ihracatımızın kg başına birim fiyat değeri Norveç için 3,35 Dolar, İsveç için 3,41 Dolar ve Danimarka için 3,56 Dolar'dır. 13 ülkeye yapılan ihracatın ortalama birim fiyatı ise 2,65 Dolar'a tekabül etmektedir.



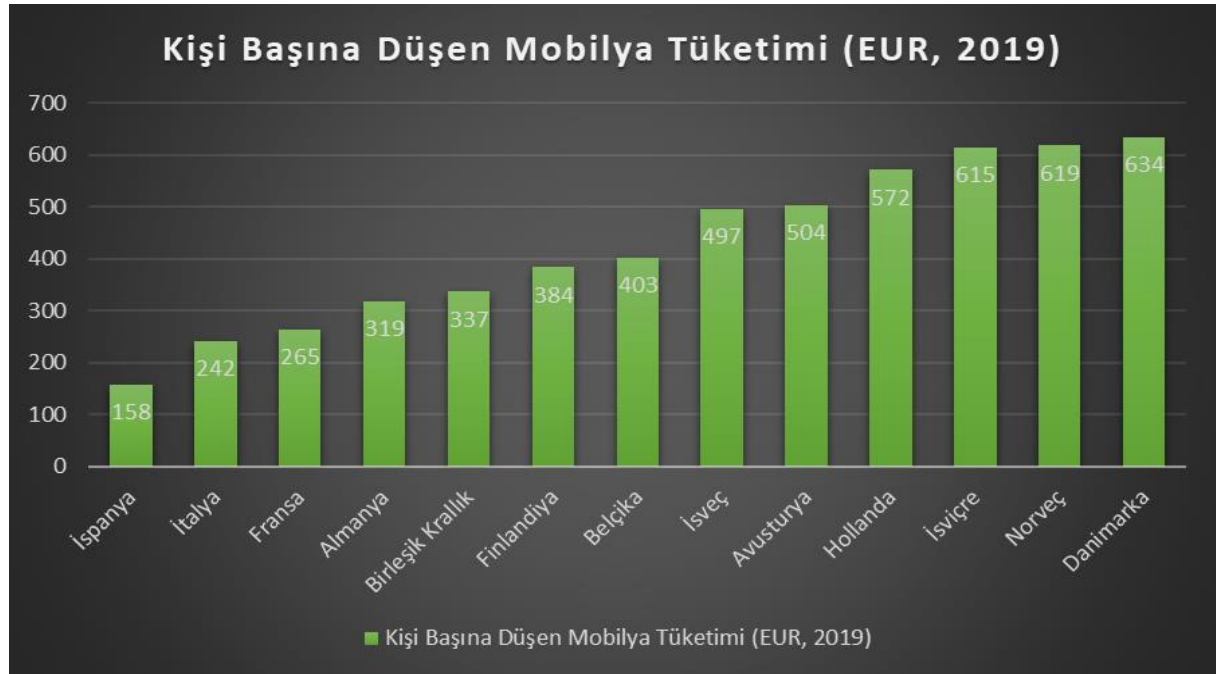
Bu bölümde CSIL verileri esas alınmış ve kapsamı yine CSIL tarafından belirlenen “ev mobilyası” sektörüne yönelik değerlendirmeler yapılmıştır.

Avrupa özelinde tüketim alışkanlıklarına baktığımızda, kişi başına en fazla harcama yapılan ülkeler arasında Danimarka, Norveç ve İsveç gibi İskandinav ülkeleri ile çok küçük bir alanda yer almakla birlikte yüksek bir milli gelire sahip olan İsviçre ve Avusturya'yı görmekteyiz. Diğer taraftan Güney Avrupa ülkelerinin satın alma gücü ise oldukça düşüktür.

Toplam büyüklük olarak değerlendirdiğimizde ise sırasıyla Almanya, Birleşik Krallık, Fransa, İtalya ve Hollanda gibi gelişmiş ekonomileri görmekteyiz.

Son 6 yılda neredeyse tüm ülkeler pozitif büyüme rakamlarına ulaşmıştır. Ülkelerin detaylarına bakıldığında genel olarak Birleşik Krallık, Hollanda, İrlanda, Portekiz ve Danimarka en iyi performans sergileyen ülkeler olarak karşımıza çıkmaktadır. İlave olarak belirtmek gerekir ki, Birleşik Krallık ve Danimarka döviz kurunda yaşanan dalgalanmalar göz önünde bulundurulduğunda da en iyi performansı gösteren ülkeler olmuştur.

Diğer taraftan, döviz kuru göz ardı edildiğinde, yerli para cinsinden sırasıyla %5,6 ve %6 büyüme rakamlarıyla İsveç ve Norveç açık ara öndedir. Kriz öncesi seviyeleri yakalama konusunda en kötü oyuncular ise Güney Avrupa ülkeleri olan İtalya, Yunanistan, İspanya ve Portekiz'dir.



Kaynak: CSIL

AVUSTURYA

2013-2019 yılları arasında Avusturya ev mobilyası tüketimi dengeli bir görünüm sergilemiş ve 2019 yılı itibariyle yaklaşık 4,5 milyar Euro olarak kayıtlara geçmiştir. 2011 yılından bu yana düşüş trendinde olan 500 Euro'luk kişi başına düşen mobilya tüketim harcaması Avrupa ortalamasının oldukça üzerindedir. Tüketicinin %75'ini ithalat yoluyla karşılayan Avusturya ithalat penetrasyonu en yüksek Avrupa ülkelerinden biridir. 1,6 milyar Euro'luk toplam ithalatının yarısını, en büyük ticari partneri olan Almanya'dan gerçekleştirirken, Almanya'yı Polonya ve Çin takip etmektedir.

BELÇİKA

2013-2019 yılları arasında Belçika ev mobilyası harcamaları dengeli bir görünüm sergilemiş ve 2019 yılı itibariyle yaklaşık 4,6 milyar Euro olarak kayıtlara geçmiştir. Kişi başına düşen mobilya tüketim harcaması 400 Euro seviyesindedir. Mobilya tüketiminin %80'ini ithalat yoluyla karşılayan Belçika, merkezi konumu, güçlü altyapı ve ulaşım ağıyla dışa açıklığı en yüksek Avrupa ülkelerinden biridir. Yerel mobilya üreticileri, düşük işçi maliyetlerine sahip Doğu Avrupalı üreticilerle rekabet etmekte zorlanmaktadır. Bu kapsamda son 5 yılda, Polonya'dan yapılan ithalat yıllık ortalama %4 artış göstermiş ve 170 milyon Euro seviyesine çıkmıştır. 2018 yılında 1,7 milyar Euro'luk toplam ev mobilyası ithalatı yapan Belçika'nın, en çok ithalat yaptığı ülke 340 milyon Euro ile Almanya'dır. Aynı yıl Belçika'nın ülkemizden yaptığı ithalat 25 milyon Euro olmuştur.

DANİMARKA

2013 yılında 3 milyar Euro seviyesinde olan Danimarka'nın ev mobilyası tüketimi 2019 yılında %3,3 artışla yaklaşık 3,7 milyar Euro olarak kayıtlara geçmiştir. Mobilya sektöründe en başarılı ülkelerden biri olan Danimarka'da kişi başına düşen mobilya tüketim harcamaları 630 Euro'dur. Mobilya sektörü genel olarak artış trendinde olup, 2019 yılı itibariyle kriz öncesi seviyeleri aşmış durumdadır. 2013-2019 baz yılları arasında ithalat/tüketim oranı (mobilya tüketiminin yüzde kaçının ithalat yoluyla karşılandığını gösteren oran) %61'den %68'e yükselmiştir.

2018 yılı verilerine göre, ithalatta ülkenin en büyük ticari partneri 240 milyon Euro ile Çin olurken, Çin'in hemen ardından 220 milyon Euro ile Polonya gelmektedir. Burada Polonya'ya ayrı bir parantez açmak gerekir, yıllık ortalama %16 artışla, 2013 yılında 100 milyon Euro olan mobilya ihracatını sadece 5 yıl içinde iki kattan fazla artırarak 220 milyon Euro seviyesine taşımıştır. Diğer taraftan, Vietnam da kayda değer bir artış yakalayarak, Danimarka'ya yaptığı 20 milyon Euro'luk ihracatını bu beş yıllık süreçte 47 milyon Euro'ya çıkarmıştır. Doğu Avrupa ve Asya bölgesinden Danimarka'ya yapılan ithalatta yaşanan önemli artışlar Danimarka'yı ihracatçılarımız için üzerinde durulması ve incelenmesi gereken ülkelerden biri haline getirmiştir.

FİNLANDİYA

Finlandiya'nın diğer Avrupa ülkelerine kıyasla ithalat penetrasyonu düşüktür, ülkede tüketiciler mobilya ihtiyaçlarını büyük ölçüde yerli üretimden karşılamaktadır. 2018 yılı fabrika çıkış fiyatları üzerinden, mobilya ithalatında en büyük ticari ortaklarının 134 milyon Euro ile İsveç ve 84 milyon Euro ile Estonya olduğu göz önünde bulundurulursa -iki ülkeden yapılan ithalat, toplam ithalatın %60'ını oluşturmaktadır- 380,7 milyon Euro'luk toplam mobilya ithalatının büyük çoğunluğunu da kendi bölgesinden karşıladığı yorumu yapılabilir. Diğer bölge ülkelerinde ilk sıralarda yer alan Çin'den yapılan ithalat dahi 40 milyon Euro ile sınırlı kalmıştır. Bu kapsamda, 2019 yılı perakende satış verilerine göre toplam 2,1 milyar Euro'luk tüketimi olan Finlandiya'nın mobilya özelinde dışa kapalı bir ülke olduğu değerlendirilmektedir.

FRANSA

Bölgenin en büyük ekonomilerinden olan Fransa, ev mobilyası özelinde Batı Avrupa bölgesinin en büyük üçüncü ihracatçısı ve aynı zamanda ikinci ithalatçısıdır. Fransa ev mobilyası sektörünün dışa açıklık oranı bölge ortalamasının üzerinde olup, tükettiğinin yaklaşık %60'ını ithalat yoluyla karşılamaktadır. Büyük ve ihracat için uygun bir pazar olmakla birlikte, büyük ölçekli mobilya devlerinin ölçek ekonomileri sayesinde ucuza satışa sundukları mobilya alternatifleri, sektördeki fiyatların İskandinav ülkelerine kıyasla düşük seyretmesine sebep olmuştur.

Ayrıca sektör 2013 yılında toplanmaya başlayan geri dönüşüm vergilerinden kötü etkilenmiştir. Yine de 2013 yılından bu yana yıllık ortalama %2 artış oranı ve 2019 yılı itibarıyla 18 milyar Euro'yu bulan tüketim değeriyle ortalama bir ülke olarak değerlendirebiliriz. 5 milyar Euro'luk toplam ithalatının %50'sini ithalatında ilk 3 sırada yer alan Çin, Almanya ve İtalya'dan yapmaktadır. İhracatını en çok artıran ülkelere baktığımızda ise diğer Batı Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Çin, Polonya ve Vietnam'ı görmekteyiz.

ALMANYA

Almanya Batı Avrupa'nın en büyük ekonomisi konumundadır. 2013 yılından bu yana önemli bir artış göstermeyen ev mobilyası tüketimi 2019 yılında toplam 26,5 milyar Euro olarak gerçekleşmiştir. Kişi başına düşen ev mobilyası tüketimi ise 320 Euro'dur. 2018 yılı verilerine göre 6,9 milyar Euro'luk toplam ev mobilyası ithalatının yaklaşık yarısını Polonya ve Çin'den yapmakta olup, diğer ticaret ortaklarının da Avrupa ülkeleri ağırlıklı olduğu görülmektedir. İthalat, ülkedeki mobilya tüketiminin %53'ünü karşılamaktadır. Kategoriler bazında bakıldığında, yatak odası mobilyaları ve yataklar kategorisinde dışa açıklık oranı oldukça yüksekken, mutfak mobilyaları kategorisinde neredeyse hiç ithalat yapılmamaktadır.

İTALYA

2013-2019 yılları arasında, bölgenin dördüncü büyük ekonomisi olan İtalya'nın ev mobilyası tüketimi dengeli bir görünüm sergilemiş ve 2019 yılı itibariyle 14,6 milyar Euro olarak kayıtlara geçmiştir. Kişi başına düşen ev mobilyası tüketimi 240 Euro'dur. 2008-2015 periyodu İtalya için oldukça zorlu geçmiş, yerli piyasada mobilya satışlarında önemli düşüşler yaşanmış ve sektörün yaklaşık %30'u bu dönemde yok olmuştur. 2013 yılında İtalyan Hükümeti tarafından mobilya tüketimine yönelik vergi teşvik uygulaması başlatılmış ve bu sayede sektör bir nebze toparlanmaya başlamıştır. İtalya oldukça kapalı bir ekonomidir, yurtiçi talebin yalnızca %20'si ithalat yoluyla karşılanmaktadır. 2018 yılı verilerine göre, 1,4 milyar Euro'yu bulan ev mobilyası ithalatında ilk sırada Çin yer almaktadır. 40 milyon Euro'yu bulan değeriyle ihracatçılarımız da ilk 10 da kendilerine yer bulmuştur.

HOLLANDA

Önemli limanları ve stratejik konumu sayesinde Avrupa'ya açılan kapı olarak görülen Hollanda, ev mobilyası sektöründe Avrupa'nın dış ticarete en açık ülkesidir. 2013 yılında ev mobilyası tüketiminin %77'si ithalat yoluyla karşılanırken, 2019 yılına gelindiğinde bu oran %84'e çıkmıştır. Çin, Vietnam, Endonezya ve Hindistan ithalatta ilk 10 ülke arasında yer almaktadır. Her ne kadar Almanya, Danimarka ve İtalya'dan ülkeye yapılan ithalattaki önemli artışlar sonucu Asya ülkelerinin Hollanda'nın ithalatından aldığı pay %34 seviyelerine gerilemiş olsa da Çin hala bölgenin en büyük ithalat ortağıdır.

Diğer taraftan 2010-2013 yıllarında önemli bir düşüş yaşayan ev mobilyası tüketimi, 2015 ve 2017 yıllarında çift haneleri bulan yıllık artışlar sonucunda, 2019 yılında 10 milyar Euro seviyesine erişmiştir.

NORVEÇ

Norveç'te kişi başı ev mobilyası tüketimi 620 Euro'dur. Bu anlamda, diğer İskandinav ülkelerinde olduğu gibi tüketim harcamaları neredeyse Avrupa ortalamasının iki katıdır. 2013-2019 yılları arası tüketim harcamaları değerlendirildiğinde, oldukça dengesiz ve genel olarak azalma trendinde bir seyir gözlemlenmektedir. Sonuçta 2013 yılında 3,4 milyar Euro olan ev mobilyası tüketimi 2019 yılı itibariyle 3,3 milyar Euro seviyesindedir. Ancak bu veriler, Norveç Kronu'nun Euro karşısındaki dalgalanmaları hesaba katılarak değerlendirilmelidir. Eğer tüketim harcamaları yerli para cinsinden ölçülürse, 2013-2019 yılları arasında yıllık ortalama tüketim artışı %3 civarındadır.

Norveç'in 2011 yılında dışa açıklık oranı %64 seviyesindeyken, 2019 yılına gelindiğinde bu oran %76'ya yükselmiştir. Bu kapsamda, Norveç giderek dışa açılan bir ülke görünümü çizse de ithalatının önemli bir kısmını yakın coğrafyadan yapmaktadır. İthalatının %75'ini Danimarka, İsveç, Çin, Polonya ve Litvanya oluşturmaktadır.

İSPANYA

2008 krizinin en çok etkilediği ülkelerden birisi İspanya olmuştur. Emlak balonunun patlamasıyla birlikte 2008-2013 yılları arasında mobilya talebi %44 azalmıştır. Son 5 yılda ekonomi büyüme yörüngesine girmiş olsa da, tüketim harcamalarındaki artış kriz öncesi seviyeleri yakalama konusunda yetersiz kalmıştır. 2019 yılı toplam ev mobilyası tüketimi 7,4 milyar Euro, kişi başına düşen ev mobilyası tüketimi ise 158 Euro'dur. Tüketicinin %35'ini ithalat yoluyla karşılayan İspanya'nın 1,45 milyar Euro'luk ithalatında Çin 413 milyon Euro ile ilk sırada yer almaktadır.

İSVEÇ

İsveç %60'lık dışa açıklık oranıyla, mobilya tüketiminde ithalat penetrasyonu yüksek ülkelerden biridir. 2019 yılı ithalat verilerine göre, en çok ithalat gerçekleştirilen ülkeler sıralamasında 290 milyon Euro ile Çin ilk sırada yer alırken, 260 milyon Euro ile Polonya ikinci, 180 milyon Euro ile Litvanya ise üçüncü sırada kendine yer edinmiştir. Norveç örneğinde olduğu gibi, yerli para ile Euro arasındaki fark sonucu ülkedeki mobilya tüketimi yıllık ortalama %1 artmış gibi görünse de, İsveç Kronu üzerinden tüketim artışı yıllık ortalama %5 seviyelerinde gerçekleşmiştir.

İSVİÇRE

Dışa açıklık oranını azaltmak ve yerli üreticiyi desteklemek amacıyla bayilerin büyük indirimler yapması İsviçre'de satış fiyatları üzerinde büyük baskı yaratmaktadır. Buna rağmen 615 Euro ile kişi başı ev mobilyası harcamalarının en yüksek olduğu Batı Avrupa ülkelerinden biridir. Tüketim talebinin %80'i ithal ürünlerle karşılanmakta; ithalatın da %36 gibi önemli bir kısmı Almanya'dan, %18'i İtalya'dan yapılmaktadır. Buna göre 2,32 milyar Euroluk toplam ithalatının, 845 milyon Euro'su Almanya'dan 397 milyon Euro'su ise İtalya'dan gelmektedir. 3. sırada yer alan Çin'den yapılan 196 milyon Euro'luk ithalat, toplam ithalatın %8,4'üne eşdeğerdir. Bu kapsamda, İsviçre Batı Avrupa'dan en çok ithalat yapan ülkelerden biridir.

BİRLEŞİK KRALLIK

İngiltere, ev mobilyası ithalatında partner ülkelerin aldıkları paylar konusunda diğer Batı Avrupa ülkelerine kıyasla alışılmadık bir portre çizmektedir. 2018 yılı verilerine göre 4,5 milyar Euro'luk ev mobilyası ithalatı gerçekleştiren ada ülkesi, toplam ithalatının %58'ini Asya ülkelerinden karşılamaktadır. Ev mobilyası ithalatında 1,9 milyar Euro ile Çin ilk sırada yer alırken, 315 milyon Euro ile Vietnam üçüncü sırada, 110 milyon Euro ile Malezya ise yedinci sırada yer almaktadır. Asya ülkeleri dışında Polonya'dan yapılan ithalat, son 5 yılda, yıllık ortalama %11 artarak 400 milyon Euro seviyesine ulaşmış ve bu tutar Polonya'yı Birleşik Krallık'ın ev mobilyası ithalatında 2. sıraya taşımıştır. 2019 yılı perakende satış fiyatlarına göre Birleşik Krallık'ta 22,5 milyar Euro ev mobilyası harcaması yapılmıştır. 2013 yılında %40 seviyelerinde olan dışa açıklık oranı 2019 yılına gelindiğinde %45 seviyelerine ulaşsa da, bu oran Batı Avrupa bölge ortalamasının (%54) oldukça altındadır.

KAYNAK:

- ITC - Trade Map
- TİM Verileri
- CSIL, “Furniture Retailing in Europe”, Ocak, 2020