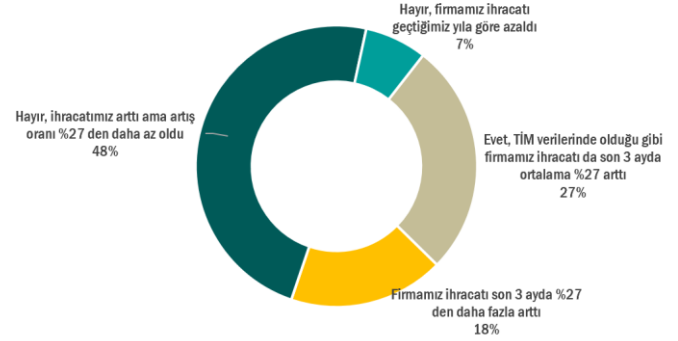


Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü İhracatı Artışını Devam Ettirсе de Mevcut Problemler Karlılığı Aşağıya Çekiyor

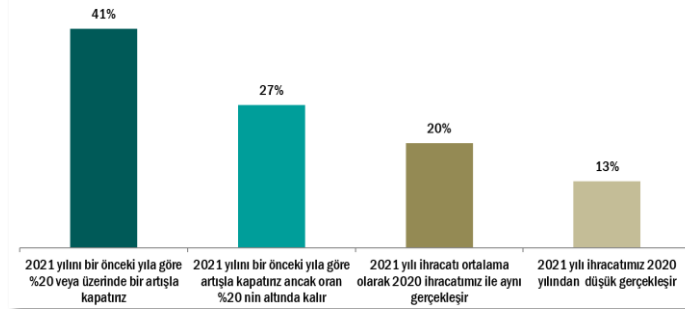
Ev ve Mutfak eşyaları sektörünün nabzını tutmaya çalıştığımız anket çalışmamızda Nisan ayında yine çarpıcı sonuçlara ulaştık; Hatırlayacağınız üzere TİM Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından açıklanan Mart ayı ihracat rakamlarına göre 2021 Ocak-Mart dönemi ihracatımızın 2020 yılının aynı dönemine göre %27 arttığını gözlemlemiştik.

Sektör firmalarımızın %27 si benzer şekilde ihracatlarının %27 oranında arttığını söylerken, %18 lik bir kesim ihracat artışının %27 nin de üzerinde olduğunu belirtmiş. Buna karşın %48 lik büyük bir kesim ise ihracatlarında artış olmakla birlikte bunun %27 nin altında olduğunu belirtmiş. Sadece %7 lik bir kısım ise ihracatlarında düşüş olduğunu ifade etmiş.

2021 Yılı ihracat artışına bakarak firmanızın ihracatını değerlendirebilir misiniz? Firmanız ihracatı sektör geneli ile benzer bir büyüme gösterdi mi?



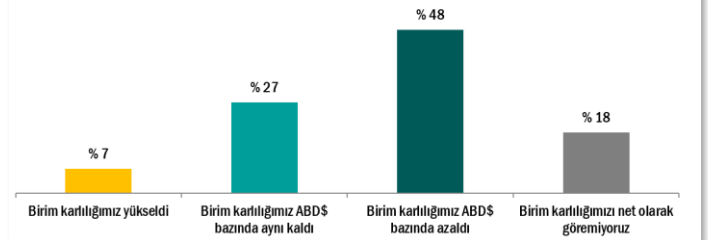
2021 İhracatı için Öngörünüz Nedir?

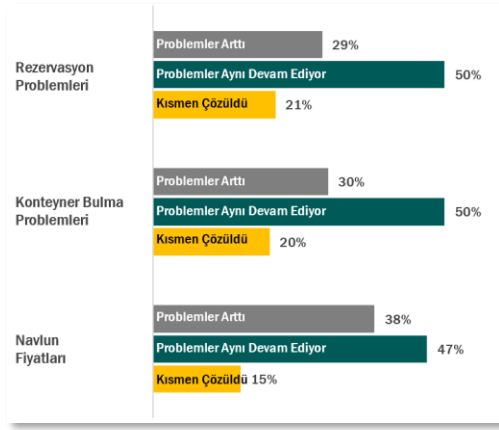


İhracatçı firmalarımıza 2021 yılı ihracat tahminlerini sordüğümüzda ise %68 lik bir kesim 2021 ihracatlarının 2020 yılına göre daha fazla olacağını, %41 lik bir kesim ise ihracat artışını %20 nin üzerinde olacağını öngördüğünü belirtmiş. Toplamda firmalarımızın %87 si 2021 yılından umutlu olmalarına karşın sadece %13 lük bir kesim 2021 ihracatı için karamsar ve 2020 yılına göre düşüş beklemekte.

Sektör ihracatının artmış olması, 2021 yılı için ihracat tahminlerinin de yukarı yönlü şekillenmesi olumlu gelişmeler olarak değerlendirilse de birim karlılık açısından durum çok da olumlu gözüküyor. İhracat birim fiyatlarımız rakip ülkelerin altında olmasına rağmen 2021 yılı ilk 3 ayındaki ihracat artışının paralelinde birim karlılıklarımızın azaldığını görüyoruz. Firmalarımızın %48 lik bir kısmı birim karlılıklarının azaldığını, %27 lik kısmı ise 2020 ile karşılaştırıldığında aynı kaldığını belirtmiş. Sadece %7 lik bir kısım ise birim ihracat karlılığını arttırdığını belirtmiş.

2021 Ocak-Mart dönemini 2020 yılı aynı dönemi ile karşılaştırdığınızda birim "karlılığınızın" arttığı veya azaldığı yönündeki görüşünüz nedir?

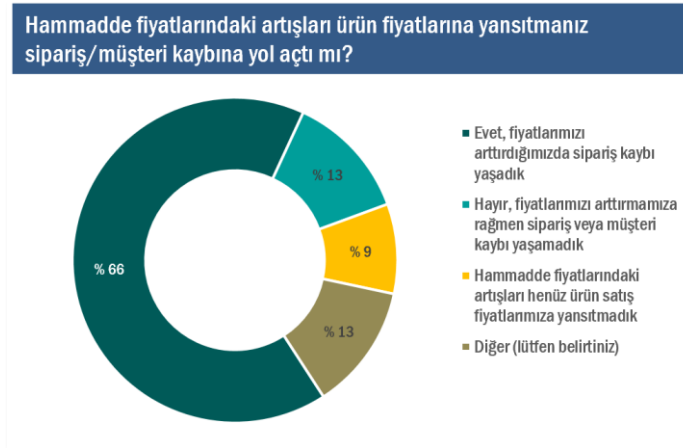
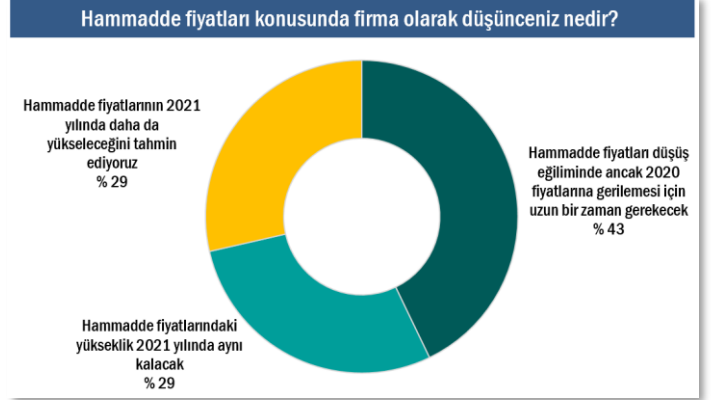




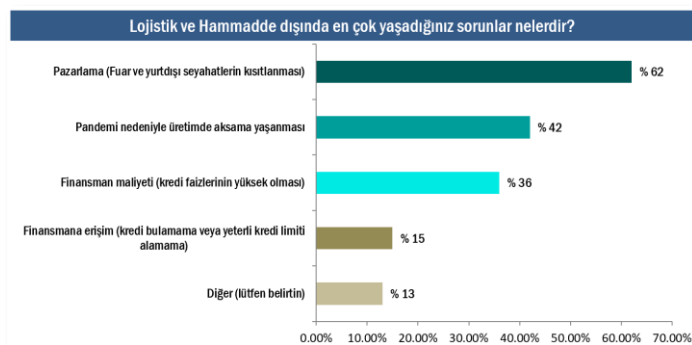
2020 yılı sonlarında yaşamaya başladığımız lojistik sıkıntılarının 2021 yılının ilk 3 ayında da devam ettiğini görüyoruz. Ankete katılan firmaların %80 lik büyük bir bölümü, rezervasyon ve konteyner bulma konusunda problemlerin hala devam ettiğini hatta arttığını ifade ederken, sorunların kısmen çözüldüğünü söyleyenlerin oranı %20-21 bandında. Navlun fiyatlarında ise problemlerin kısmen çözüldüğünü düşünen firmaların oranı çok daha da az; sadece %15.

Navlun konusunda en çok problem yaşanan pazarlar ise Kuzey Afrika, Latin Amerika, ABD, Kanada ve Avrupa olarak göze çarpıyor.

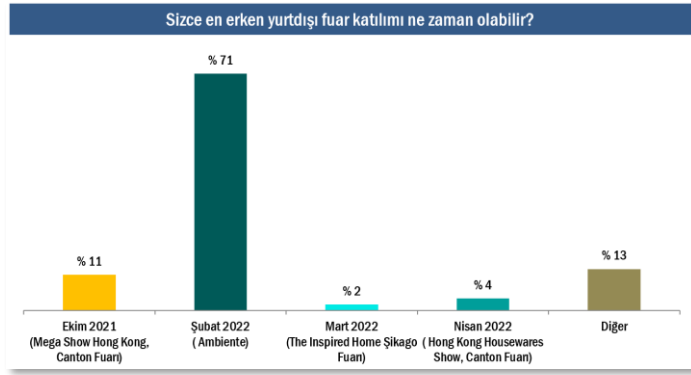
Lojistik dışında sektörün ikinci en büyük problemi olan hammadde fiyatları konusunda ise anketimize katılan firmalarımızın büyük bir bölümü fiyatların 2021 yılında da aynı kalacağını, hammadde fiyatlarının 2020 düzeyine inmesi için uzun bir zaman geçmesi gerektiğini ifade etmiş. Firmaların %29 luk bir bölümü daha da ileriye giderek fiyatların 2021 yılında daha da yükseleceğini beklediklerini belirtmiş.



Hammadde fiyatlarının yüksekliği normal şartlarda ihracat fiyatlarına yansımaları gerekirken araştırmamıza katılan firmaların %22 lik kesimi henüz hammadde artışlarını fiyatlarına tam olarak yansıtamadıklarını, kısmen karlarını kıskarak bu süreci geçirmeye çalıştıklarını ifade etmiş. Firmalarımızın %66 lık bölümü ise fiyatları arttırmak zorunda kaldıklarında sipariş kaybı yaşadıklarını belirtmiş. Ürün fiyatı içerisindeki sabit maliyetlerin görece düşük olması nedeniyle hammadde maliyet artışlarında bu tür problemlerin yaşanması önemli bir sıkıntı.



Lojistik ve hammadde fiyatları haricinde sektörümüzün yaşadığı en önemli sorun kuşkusuz diğer sektörleri de etkileyen pazarlama. Fuar ve seyahatlerin kısıtlanması ile birlikte hedef alıcılara ulaşmak ihracatçı firmalar için giderek daha zorlayıcı olmakta. Diğer öne çıkan problemler pandemi nedeniyle üretimde yaşanan aksaklıklar ve finansman maliyetlerinin yüksekliği olarak belirtilmiştir.



Değerlendirmemize katılan firmalarımıza son sorduğumuz soru ise en erken fuar katılımlarının ne zaman olacağı ile ilgiliydi. Firmalarımızın %11 lik bir kısmı 2021 4. çeyreğini işaret ederken %71 gibi büyük bir oran 2022 ilk çeyreğindeki Ambiente fuarını en yakın fuar katılımları olarak belirtmiş.

%13 oranında bir kesim ise en erken fuar katılımı olarak 2023 yılını düşündüğünü ifade etmiş.

Özetle değerlendirmek gerekirse; sektör ihracatımızın ilk 3 aylık dönemde artış gösterdiği, 2021 in geri kalan bölümünde de %20 ve üzerinde artışlar yaşayabileceğimizi, buna karşın birim karlılık konusunda firmalarımızın zorlandıklarını söyleyebiliriz. 2020 yılında başlayan hammadde ve lojistik problemlerinin devam ettiğini, özellikle hammadde fiyat artışlarının firmalarımıza müşteri kayıpları yaşattığını görmekteyiz. Bununla birlikte artan vaka sayılarına bağlı olarak kısmi bir karamsarlık yaşanması ve kısmen normalleşme anlamına geldiğini düşündüğümüz ilk fuar katılımının 2022 yılına sarkmasını da anlayışa karşılamak gerekir diye düşünmekteyiz. Bu konuda tüm dünyada ve ülkemizde aşılma oranlarının artması ve vakaların azalma trendine girmesini ile birlikte tekrar bir değerlendirme yapılabilir.

