



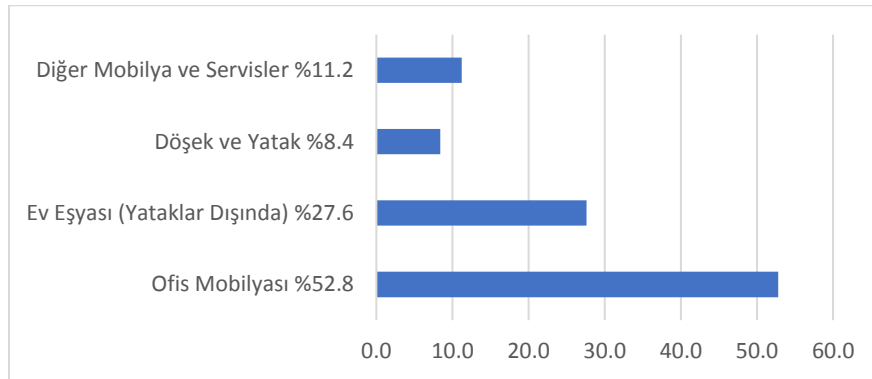
# ABD Mobilya Sektörü

GENEL DEĞERLENDİRME 2020

**ABD MOBİLYA SEKTÖRÜ****A) GENEL DEĞERLENDİRME**

Yaklaşık 11 bin firmadan fazla firmanın faaliyet gösterdiği ve 50 milyar dolarlık bir gelir hacmine sahip ABD toptan mobilya sektöründe 75 bin kişilik istihdam yaratılırken, sektörün diğer önemli bir segmenti olarak mağazacılık alanında ise 27 bine yakın şirket 59 milyar dolar gelir hacmi yaratmaktadır. ABD toptan mobilya sektöründe başlıca firmalar sektörel pazar stratejilerini iş ortakları ile olan ilişkilerine göre kurarken fiyatlandırma sadece ürün üzerinden değil, perakende sektöründe faaliyet gösteren alıcı firmaların verdiği montaj, taşıma ve kredi imkanları gibi diğer hizmetlere göre de şekillenmekte olduğu görülmektedir.

Şirketlerin doğrudan toptancılardan veya perakende mağazalardan satın aldığı ofis mobilyaları sektörde gelir yaratan başlıca ürün grubu olurken toptan sektöründe diğer önemli bir ürün grubu ev mobilyalarıdır. Ofis mobilyalarında koltuk, masa, dosya dolabı, kübik ve raflar gibi ürünler yer alırken ev eşyalarında tekli koltuklar, kabinler, raflar ve giysi dolapları başlıca ürün gruplarıdır.

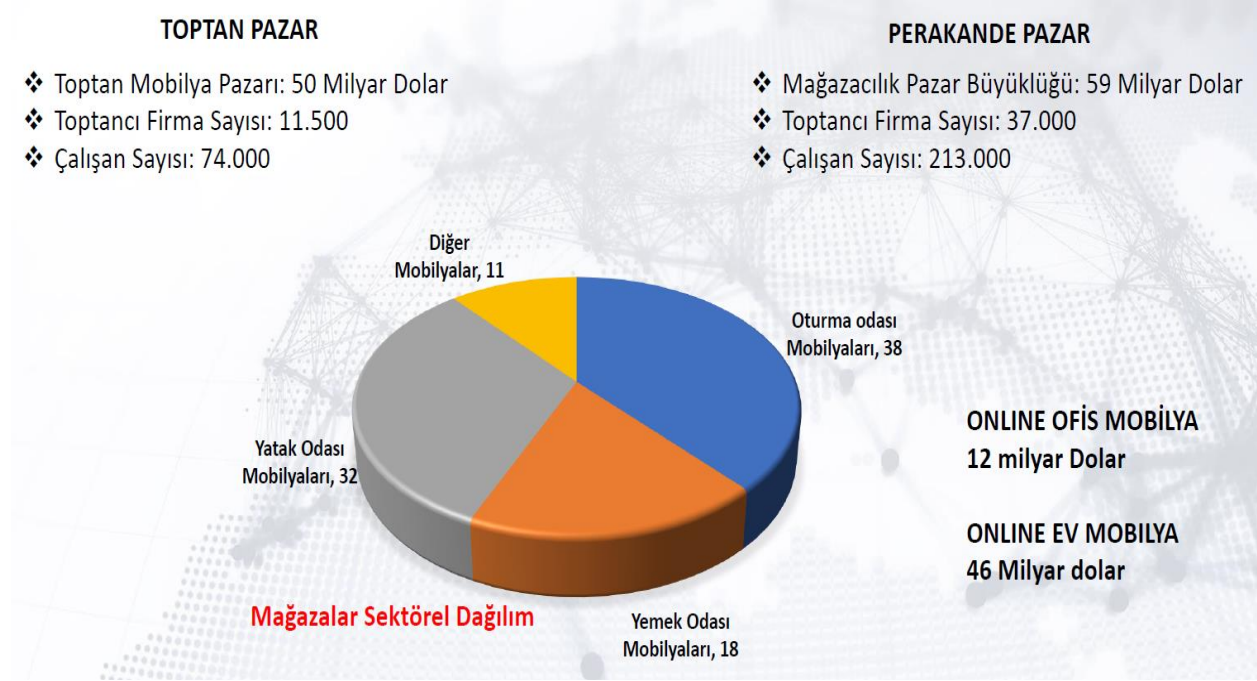
**Tablo1. Mobilya Toptan Sektöründe Ürün ve Hizmetlerin Dağılımı**

Kaynak: IBIS Reports, 42321

Mağazacılık sektörünü değerlendirdiğimizde ise bu segmentteki firmaların öncelikle ev, dış mekan ve ofis mobilyaları satmakta olduğu görülmektedir. Sektörde ofis mobilyaları ile beraber ofis araç ve gereçleri satan firmalar da yer almaktadır. Sektör ağırlıklı olarak oturma odası, yemek

odası ve yatak odası mobilyaları gibi ürünleri satmaktadır. Satışların geri kalan kısmını masalar, ev-ofis eşyaları, lambalar, yatar koltuklar, kilimler ve dış mekan mobilyaları oluşturmaktadır.

**Tablo 2. Genel Görünüm**



## B) Sektörün Gelişimi ve Tahminler

2015-2020 yılları arasında işletmelerden ve perakendecilerden gelen talepteki artış sektörü olumlu yönde etkilerken KOVID-19 sebebi ile hanehalklarının harcanabilir gelirlerindeki azalma tüketim harcamaları üzerinde olumsuz etkisi olmuştur. Ayrıca şirketlerdeki kapanmalar ofis mobilyasına olan talebi azaltmış, bu değişim toptan sektörünün önemli alıcıları olan mağazaları da etkilemiş ve toptancıların satış gelirleri yıllık %2,4 büyüme oranından %0,1'e geri çekilmiştir. Aynı şekilde KOVID-19 olumsuz etkileri 2020 yılında sanayi gelir beklentilerinin -%9'a revize edilmesine sebep olmuştur.

Diğer taraftan sektörde yaşanan önemli değişimlerden biri mobilya üreticilerinin ürünlerini perakende pazarına doğrudan sunmaları ile beraber sektör gelirlerinde üreticiler için artış elde edilirken, diğer taraftan yüksek stokla çalışamayan veya lojistik maliyetleri daha yüksek olan mağazacılık sektörü firmaları için gelirlerinde azalma yaşanmıştır. Taşıma hizmetleri dahil

## VAŞINGTON TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ

toptancıların tedarik zincirine daha geniş katılımları, zincirin sadece belli bir kısmında konumlanmış diğer küçük çapta toptancıları da etkilemiştir. Ancak KOVID-19 etkilerinin azalması ihtimali ile beraber, artan istihdam rakamları ile ofis mobilyaları talebinde artış, 2025 yılına kadar tüketici harcanabilir gelirlerindeki %2,4 oranında büyüme tahminleri, kurumsal karlarda %5 oranında artış beklentisi ve dikey entegrasyon ile e-ticaret platformlarının büyüme baskısının sektör gelirlerini olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Mega mağaza zincirleri ile alım hacmi artan toptancılar ile sektörün 2025 yılına kadar 60 milyar dolarlık bir pazar büyüklüğünü aşması beklenmektedir. Sektörde diğer önemli bir gösterge konut sayısındaki artıştır. ABD’de mobilya sektörü kiralık ev sayısından çok konut satışlarından etkilenmekte, bu alanda yaşanan artış toptan mobilya satış rakamlarını doğrudan etkilemekte ve tüketiciler yeni mobilya alımına yönelmektedir.(%4,2 artış cari yıl)

Diğer taraftan yukarıdaki içsel faktörler dışında mobilya üretmenin daha ucuz olduğu yerlerden özellikle Çin, Vietnam olmak üzere ABD’ye olan ithal mobilya akımı dikey entegrasyon ile beraber değerlendirildiğinde mobilya toptancılarının ithal ürün dağıtımını da gerçekleştirmesi toptancılara ilave bir pazar yaratmıştır. Distribütörlerin pazardaki uzmanlıkları ve iç pazar ürünlerini iyi tanımaları nedeniyle yabancı üreticiler için de toptancılar kilit bir role yükselmişlerdir. Ancak aynı trend satın alma maliyetlerinde dalgalanma yaşanmasına ve işletme karlarının azalmasına sebep olmuştur. Artan talebe karşın, aynı zamanda ucuz maliyetli ve stoklu ithal ürün satışı ABD’de toptan satışlarda şirket karlarını oldukça düşürmüştür.

**Tablo 3. Sektörel Ticaret Rakamları**

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haz	Tem	Agus	Eylül	Ekim	Kasım	Ara
2018	7,187	7,614	7,473	7,766	7,605	7,808	7,606	7,843	7,719	7,703	7,645	7,816
2019	8,010	8,086	8,144	7,916	7,977	8,401	8,277	8,045	8,249	8,114	7,853	8,362
2020	8,350	8,424	7,674	5,515								

### C. Sektörde Faaliyet Gösteren Firmalar

Mobilya sektörü geniş bir pazar yelpazesine hizmet vermektedir. En büyük segmenti özel işletmelerdir. Bunun yanı sıra, sektör perakendeciler ve kamu tesislerini de içermektedir.

## VAŞINGTON TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ

Mobilyalarını genellikle toptancılardan satın alan ofisler, oteller ve restoranlar gibi özel işletmeler toplam sektör satışlarının % 37'sini temsil etmektedir. Yerel, bölgesel ve ulusal mobilya ve mağazalar da dahil olmak üzere çeşitli perakendeciler toplam sektör satışlarının yaklaşık %'34'ünü oluşturmaktadır. Her ne kadar önümüzdeki beş yıl içinde üreticilerin doğrudan perakende satışlara yönelmesiyle talebin düşmesi bekleniyor olsa da, ithal edilen yabancı ürünlerin perakendecilere dağıtılmasında distribütörlere ihtiyaç duyulmaktadır. Devlet okulları, kütüphaneler ve diğer ofisler dahil olmak üzere kamu birimleri toplam gelirin %7'sini temsil etmektedir.

**Tablo 4. Faaliyet Alanına Göre Firmalar**

	<b>Oranı %</b>	<b>Milyar Dolar</b>
<b>Özel İşletmeler</b>	38	20
<b>Perakendeciler</b>	35	18
<b>Diğer Toptancılar</b>	15	7
<b>Kamu tesisleri</b>	7	3,5
<b>Diğer Pazarlar</b>	5	2

### i. Toptan Pazarı Firmaları

Sektörde Pazar konsantrasyona baktığımız zaman 50 milyar dolar gelir yaratılan sektörde yoğunluğun nispeten düşük olduğu ve pazarı yönlendiren başlıca firma olmadığı görülmektedir. En büyük toptancı olarak Ashley Furniture pazarın sadece %10'una hitap etmekte geriden takip eden La Z Boy firması ise 1,3 milyar dolarlık bir gelir elde ettiği görülmektedir.

<b>Şirket Adı</b>	<b>Merkezi</b>	<b>Geliri</b>	<b>Bağlı Ortaklıklar</b>
<b>Ashley Furniture Industries</b>	Arcadia-Wisconsin	5.7 milyar dolar (2018)	Ashley Furniture Home Store
<b>Sauder</b>	Archbold, Ohio	500 milyon dolar (2018)	Sauder Manufacturing Co., Progressive Furniture Inc., Archbold Container Corp.
<b>La-Z-Boys</b>	Monroe, Michigan	1.5 milyar dolar (2017)	La-Z-Boy Residential, La-Z-Boy Kids, La-Z-Boy Hospitality, Lea Furniture, American Drew, Kincaid

VAŞINGTON TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ

			Furniture, Bauhaus USA Furniture, Hammary Furniture and England Furniture Incorporated.
<b>Dorel Inds.</b>	Westmount, Canada	2.6 milyar dolar (2017)	CannondaleGT BicyclesPacific Cycle Iron Horse Bicycles Mongoose Roadmaster Schwinn Bicycle Company
<b>Hooker Furniture</b>	Martinsville, Virginia	684 milyon dolar (2019)	Home Meridian Holdings, Inc. Bradington-Young L.L.C Sam Moore Furniture LLC Home Meridian Group, LLC Opus Designs, LLC Shenandoah Furniture, Inc.
<b>L&amp;P Fashion Bed Group</b>	Carthage, Missouri	4 milyar dolar (2018)	
<b>Samson Holdings</b>	Hong Kong	3.7 milyar dolar (2018)	Advent Group Ltd Southern Furniture Company of Conover, Inc. Lacquer Craft Hospitality, Inc. Trendex Furniture Ind. Co., Ltd Kohler Interiors Group, Ltd. Dongguan Huanhua Home Furniture Co., Ltd. Lacquer Craft Mfg. Co., Ltd. (zhejiang) Baker of Europe S.N.C Legacy Classic Furniture, Inc. Pt Lacquer Craft Industry Indonesia Samson International Enterprises Limited Samson Worldwide Limited Sheen Success Corporation Limited Jolly State International Limited Dongguan Huanhau Home Furniture Co., Ltd. Samson Investment Holding

VAŞINGTON TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ

			Co. Timber Industries Co., Ltd. (Vietnam)
<b>Flexsteel Industries</b>	Dubuque, Iowa	440 milyon dolar (2019)	DMI Furniture, Inc. DMI Business Consulting Co (Shenzhen) Co Ltd Home Styles Furniture Co Ltd (Thailand) Desert Dreams, Inc.
<b>Ethan Allen Interiors</b>	Danbury, Connecticut	740 milyon dolar (2019)	Ethan Allen Global, Inc.
<b>Coaster Company of America</b>	Santa Fe Springs, California		----
<b>Bassett Furniture Inds.</b>	Bassett, Virginia	450 milyon dolar (2017)	LRG Furniture LLC Bassett Furniture Industries of North Carolina, LLC BDP, LC The E.B. Malone Corporation BFD Atlanta LLC Laneventure, Inc BD Boston, LLC Bassett SC LLC Bassett NC LLC Zenith Freight Lines, LLC Bassett Stores, LLC Accessories Group Inc BDU NY LLC
<b>RHF Investments Inc</b>	Hickory, North Carolina	238 milyon dolar	Century Furniture, Cabot Wrenn
<b>Best Home Furnishings Havertys</b>	Ferdinand, Indiana Atlanta, Georgia	398 milyon dolar 802 milyon dolar (2019)	Havertys Enterprises Inc Havertys Credit Services, Inc Havertys Capital, Inc
<b>Crate &amp; Barrel</b>	Northbrook, Illinois	1.6 milyar dolar	The Land of Nod

**i. Mağazacılık Sektöründe Faaliyet Gösteren Başlıca Firmalar**

Perakende pazarında da toptan pazarına benzer parçalı bir yapı görülmektedir. Ancak ilk 5 firma toptan pazarına göre daha fazla paya sahiptir. IKEA ve Ashley Furniture firmaları mağazaları ile sektörün %18'ine hakim durumdadırlar. Devamla William Sonoma ve Rooms To Go gibi başlıca firmalar beraber sektörün gelirinin %30'unu elde etmektedir. Ancak devamla sektörde geri kalan 27 bin firma mevcut geliri paylaşmaktadır.

#### **D. Sektörde En Önemli Başarı Faktörleri**

Sektördeki fiyat rekabeti oldukça yüksektir. Yaklaşık 10 binden fazla firma benzer alıcı müşteriler için rekabet etmektedir. Pazarda kalabilmek için öncelikle fiyatta rekabet etmek önemlidir. Geniş bir ürün yelpazesine sahip olmak, herhangi bir toptancı için bir avantajdır, çünkü pazarda alıcılar genel olarak tüm segmentlerde tedarik için öncelikle tek elden temin etmeye çalışmaktadırlar. Büyük perakendeciler lojistik destek alabildikleri için genellikle büyük toptancıları tercih etme eğiliminde oldukları gözükmemektedir. Sektöre girişte, herhangi bir lisans gereksinimi, mevzuat veya kaynak kısıtlaması bulunmamaktadır. Ancak sektörde ürün bilgisi, ürün ölçü ve malzeme bilgisi sektöre girişte etki yaratmaktadır. Diğer taraftan artan talep ithalatı, fiyat rekabetini, müşteri memnuniyeti ile ilgili hizmetleri arttırmaktadır. Tüm bu faktörler sektör gelirlerini azaltmakta ve pazardaki oyuncu sayısını azaltmaktadır. Rekabet fiyat rekabetine dönüşmekte, tüketicilerden gelen değişken talep stok yönetimini önemli hale getirmiştir. Aşağıda pazara girişte dikkat edilmesi gereken unsurlar olduğu düşünülmektedir. ABD'ye ürün satışı yapmak isteyen firmaların aşağıda yer alan bir veya birden fazla unsurda kapasitelerini gözden geçirmelerinde fayda görülmektedir.

- Kalite ve standard çerçevesinde sürekli bir tedarik zinciri kurulması
- Kapsamlı bir dağıtım / toplama ağına sahip olmak veya bu ağa sahip bir dağıtıcı ile çalışmak
- Sadece büyük toptancılar ile değil yerel çeşitli perakendecilerle irtibat halinde olmak.
- Satış sonrası hizmet kalitesinde farklılık yaratabilmek
- Üreticilerin doğrudan satışları ile rekabet edebilme kapasitesi: Perakendeciler giderek üreticilerden doğrudan ürün satın aldıklarından dolayı mevcut tedarik zinciri değişiminde yer almak için rekabet kapasitesi gözden geçirilmelidir.
- Piyasa tarafından tercih edilen malların üretimi önemlidir. Bu noktada sadece tercih tasarımlar değil pazara özel ölçü, standard bilgisi önemlidir.
- Satış faaliyetleri için tecrübeli işgücü istihdamı
- Cazip/İlgi Çekici Ürün Tanıtımı Yapabilmek
- Trend takibi : Pazar Tarafından Tercih Edilen Malların Üretimi
- Açık/Belirgin Bir Pazar Konumuna Sahip Olmak
- Marka İsimlerinin Oluşturulması



## VAŞINGTON TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ

- Önemli Pazarlara Yakın Olmak ve Yerelden satış İmkanları
- Güçlü Nakit Rezervine Sahip Olmak

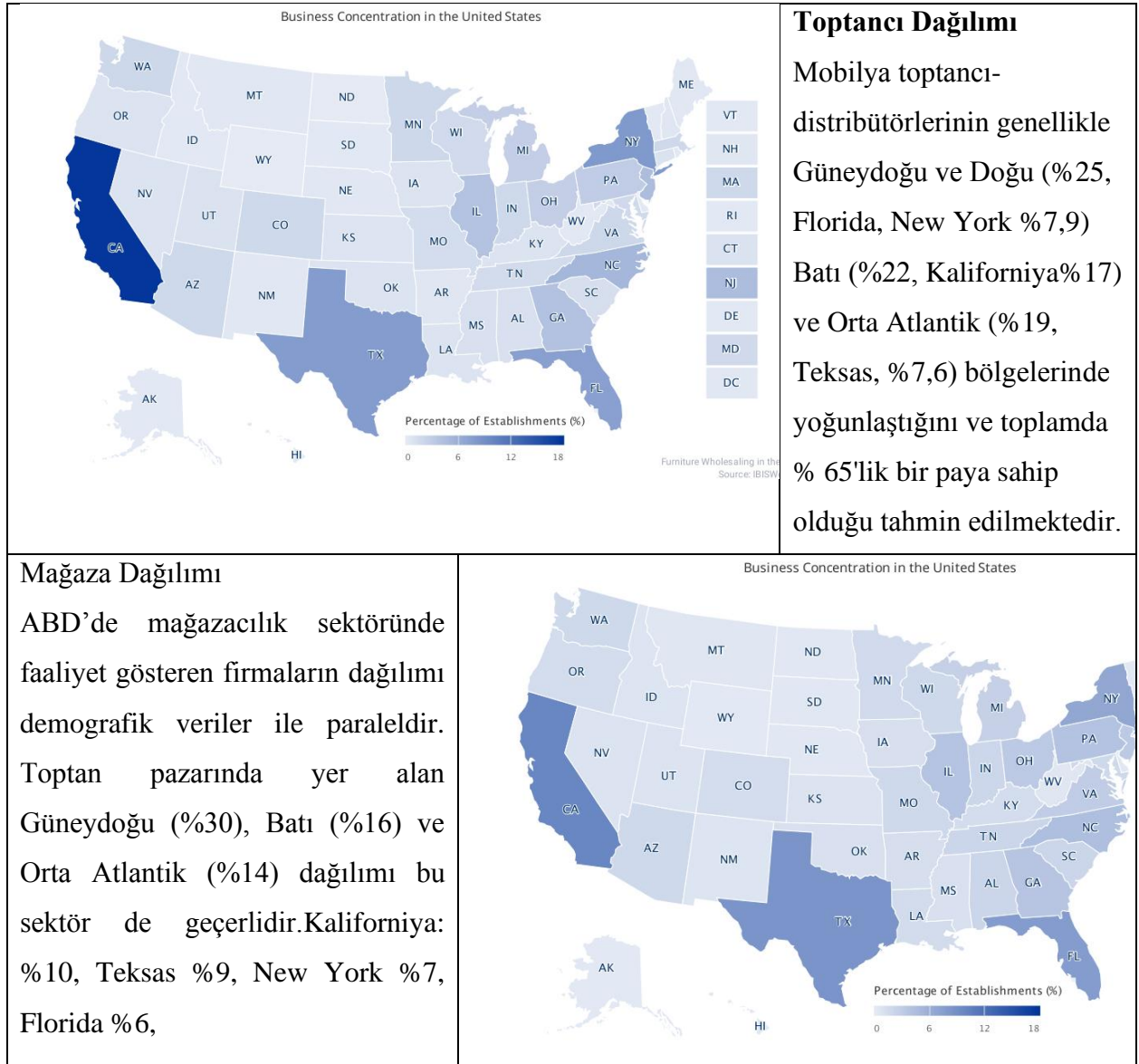
### E. Pazara Giriş Engelleri

Mobilya sektörüne giriş engelleri orta zorluktadır. Yeni oyuncuların sektöre girmesini önlemek için herhangi bir lisanslama gerekliliği, hükümet düzenlemeleri ya da kaynak kısıtlaması yoktur; ancak, sektör bilgisi eksikliği ve yüksek rekabet, potansiyel olarak pazara giriş yapabilecek kişileri tehdit edebilmektedir. Yeni gelenler, tecrübeye, sektör hakkında bilgiye ve perakendeciler ve üreticilerle köklü ilişkilere sahip mevcut toptancılarla rekabet etmek zorundadırlar. Bu nedenle, müşteri bilinci oluşturmak ve perakendeci direncinin üstesinden gelmek için pazarlama ve tanıtım faaliyetleri mevcut oyuncuların faaliyetleri ile rekabet edebilir düzeyde olmalıdır. Sektöre yeni girenlerin, depolara, envanter yönetimine ve büyük miktarlarda ürün satın almak için büyük sermaye yatırımları yapması gerekebilmektedir. Toptancılar, belirli bir ürünü tedarik ederken müşterilere zaman zaman kredi verebilmektedir ve bu başlangıç maliyetlerini arttırmaktadır. Sektörde yer alanlar, aynı perakende müşterileri için benzer ürünlerle rekabet etmektedir. Mobilya ürünleri pazarı, renk, malzeme ve tasarım açısından sınırlı varyasyonlara doygundur. Bu nedenle, sektöre giren şirketlerin yeni tasarım ile rekabet edebilmesi için indirim yapması ve güçlü bir pazar tanıtımı ve ürün tanıtım yapması gerekmektedir, bu da başarılı olmayı zorlaştırmaktadır.

Mobilya Mağazaları sektörüne girmeyi planlayan şirketler ise toptan pazara göre, pazara giriş için nispeten daha düşük engellerle karşı karşıyadırlar. ABD'deki en büyük dört mobilya mağazası, 2020'de endüstri gelirinin % 30.0'ından azını temsil etmektedirler. Bu perakendeciler güçlü markalar oluşturmuş olsalar da, çok sayıda küçük ve bağımsız mobilya mağazası bulunmaktadır. Bu pazara giriş için fırsat sunmaktadır. İlk başlangıç maliyetlerinin yüksek olması sektöre girmenin önünde önemli bir engel oluşturabilir. Ürün doygunluğu sebebi ile sanayide ürün farklılaştırma seviyesi oldukça düşüktür, bu nedenle yeni şirketlerin müşterileri cezbetmesi genellikle zor olmaktadır. Perakendeciler, müşterilere çeşitli stiller, renkler ve malzemeler sunarak ve marka bilinirliği oluşturarak bu sorunun üstesinden gelmeye çalışmaktadırlar. Mağazacılık faaliyetleri alanında ise online satışlar pazara giriş maliyetlerini oldukça düşürmektedir. Ürün teslimi ve kalitesinde süreklilik sağlayan firmalar çeşitli platformlarda daha hızlı pazara giriş sağlayabilmektedir.

## F. Sektördeki Firmaların Bölgesel Dağılımı

Kişi başına düşen gelir, ulaşım ve mobilya mağazalarına yakınlık sektörde yer alanların coğrafi dağılımının ana belirleyicisi olmuştur. Sektördeki ortalama kar marjı, faiz ve vergilerden önce, 2019 yılında gelirin yaklaşık %4'ünü oluşturmuştur. Tüketicie dönük e-ticaret platformları dışarıdan rekabet oluşturmakta ve bu da sektör karı üzerinde daha fazla baskı yaratmaktadır.



## **G. Sektörde Uluslararası Ticaret**

Mobilya perakendecileri ile büyük mağazalar, toptancı firmalar ve depo mağazaları gibi sektörün dışındaki diğer perakendeciler arasında da bir rekabet mevcuttur. Rakipler arasında Walmart Inc., Target Corporation ve Costco Wholesale Corporation gibi büyük toptancılar/mağazalar yer almaktadır. Bu tür rakipler daha uygun fiyatlar sunma esnekliğine sahiptirler. Wayfair Inc. gibi online satışçıların da popüleritesi artmaktadır. Mobilya Mağazaları endüstrisindeki ithalat ve ihracatın değeri, imalat düzeyinde izah edilir. Sektörde uluslararası ihracat ve ithalat sektörün geneli ile karşılaştırıldığında düşük seviyededir. Ancak dizayn üstünlüğü ve kalite standardı yakalayabilen veya fiyat ve tedarikte esneklik ve süreklilik sağlayabilen firmalar pazarda firmaları ithalata veya daha önce tedarik ettikleri kanalları değiştirmelerine sebep olabilmektedir.

## **H. Mobilya Sektörü Hakkında Başlıca Bilgi Kaynakları**

- Furniture Today

<https://www.furnituretoday.com/>

- Business and Institutional Furniture Manufacturers Association

<https://www.bifma.org>

- National Association of Wholesaler-Distributors

<https://www.naw.org/>

## VAŞINGTON TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ

**ABD İthalatı 94. Fası (milyon Dolar) (İlk 4 Ülke ve Türkiye)**

**GTIP: 9401 (Oturmaya mahsus mobilyalar ( 94.02 pozisyonundakiler hariç) (yatak haline getirilebilir türden olsun olmasın) ve bunların aksam ve parçaları:)**

	<b>2019</b>	<b>2020 (Ocak-Eylül)</b>
<b>TOPLAM</b>	22.964.008.793	14.781.138.603
<b>Çin</b>	8.678.884.071	5.459.534.795
<b>Meksika</b>	6.831.745.216	3.986.566.257
<b>Vietnam</b>	2.284.938.429	2.123.278.278
<b>Kanada</b>	1.418.202.259	857.549.173
<b>Türkiye</b>	88.960.298	55.454.206

**GTIP: 9402 (Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar (ameliyat masaları, muayene masaları, kliniklerde kullanılmaya mahsus mekanik tertibatlı karyolalar, dişçi koltukları), döndürme, yükseltme ve yatırma tertibatlı berber koltukları ve benzeri koltuklar; bu eşyaların aksam ve parçaları:)**

	<b>2019</b>	<b>2020 (Ocak-Eylül)</b>
<b>TOPLAM</b>	1.065.898.930	793.373.190
<b>Çin</b>	426.515.205	338.472.786
<b>Meksika</b>	152.483.889	124.785.708
<b>Kanada</b>	102.706.669	76.033.339
<b>Almanya</b>	127.392.095	70.847.169
<b>Türkiye</b>	174.546	253.028

**GTIP: 9403 (Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları:)**

	<b>2019</b>	<b>2020 (Ocak-Eylül)</b>
<b>TOPLAM</b>	23.369.993.186	16.454.356.827
<b>Çin</b>	8.775.189.033	4.806.227.387
<b>Vietnam</b>	4.555.713.793	4.104.804.699
<b>Kanada</b>	2.615.112.592	1.651.901.534
<b>Meksika</b>	1.395.079.109	1.075.196.164
<b>Türkiye</b>	36.589.247	41.370.050

## VAŞINGTON TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ

**GTIP: 9404 (Şilte mesnetleri, yaylarla donatılmış veya gözenekli kauçuk ya da plastikten veya herhangi bir malzemeden dahili olarak donatılmış veya doldurulmuş yatak takımı eşyası ve benzeri eşya (şilteler, yorganlar, diz ve ayak örtüleri, yastıklar, puflar, baş yastıkları gibi) (kaplanmış olsun olmasın):**

	2019	2020 (Ocak-Eylül)
<b>TOPLAM</b>	4.276.865.581	3.218.868.902
<b>Çin</b>	2.771.170.858	1.597.141.199
<b>Vietnam</b>	262.414.919	304.951.887
<b>Endonezya</b>	170.906.185	291.598.095
<b>Hindistan</b>	257.543.302	171.511.259
<b>Türkiye</b>	38.685.380	93.506.326

**GTIP: 9405 (Tarifenin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan aydınlatma cihazları (projektörler ve sahne projektörleri dahil) ve bunların aksam ve parçaları; tarifenin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan sabit bir ışık kaynağına sahip ışıklı panolar, ışıklı isim tabelaları ve benzer eşya ve bu eşyanın aksam ve parçaları)**

	2019	2020 (Ocak-Eylül)
<b>TOPLAM</b>	10.252.815.919	6.891.431.820
<b>Çin</b>	5.801.237.172	3.714.951.811
<b>Meksika</b>	2.034.600.559	1.390.455.222
<b>Kanada</b>	762.812.914	485.685.043
<b>Kamboçya</b>	310.543.453	347.366.662
<b>Türkiye</b>	5.147.378	3.302.245

**GTIP: 9406 (Prefabrik yapılar:)**

	2019	2020 (Ocak-Eylül)
<b>TOPLAM</b>	391.629.043	267.512.060
<b>Çin</b>	214.726.793	115.839.530
<b>Meksika</b>	51.741.734	44.561.891
<b>Kanada</b>	21.764.323	28.306.631
<b>Kamboçya</b>	29.571.804	22.137.096
<b>Türkiye</b>	1.507.378	989.378