
Ticaret M¼şavirlerimizle Elektronik Sohbetler
Hazır Giyim ve Mobilya Sektörleri

22 Ağustos 2023

Sidney Ticaret Ataşeliği – Melburn Ticaret Ataşeliği



❖ Avustralya Genel Bilgiler

- Commonwealth of Australia
- Kuruluş: 1 Ocak 1901
- Federal devlet yapısı
- 25,9 milyon nüfus (Haziran 2022)
- 1,7 trilyon USD GSYH (2022)
- Dünyanın en büyük 12. ekonomisi (2022, IMF)
- 65 bin USD kişi başı milli gelir (2022)
- Sidney ile Melburn'de ve son dönemde Brisbane'da yoğunlaşan ekonomik aktivite
- Türkiye ile yaz saati 7 saat, kış saati 8 saat zaman farkı (Sidney ve Melburn)





❖ Avustralya Ekonomisi Genel Bilgiler

- Ekonomik Aktivite
 - Büyüme: -%1,9 (2020), %5,2 (2021), %3,6 (2022)
 - Pandemi sonrası hızlı ekonomik toplanma
 - Büyüme (2019-2022)
 - Avustralya: %6,7
 - Gelişmiş Ekonomiler Ortalama: %3,7
 - İşsizlik tarihi dip seviyelerde: %3,5 (Haziran 2023)
 - 2022 yılı son çeyrekte soğumaya başlayan ekonomi
 - 2023 yılında büyümenin %1,5 olması bekleniyor
 - Enflasyon tarihi yüksek seviyelerde: %6,0 (Haziran 2023)
 - 2022 yılı Mayıs ayında başlayan RBA faiz artırım süreci
 - %0,10 -->> %4,10



❖ Avustralya Ekonomisi Genel Bilgiler

- Ekonomik yapı: %80 hizmet sektörü, %20 üretim (madencilik, imalat, tarım)
- Tarım ve hayvancılık ürünleri ile doğal kaynak ihracatına ve sanayi ürünü ile nihai mamül ithalatına dayalı dış ticaret yapısı
- Doğal kaynak zenginliği
 - Yıllık 300 milyar AUD seviyesinde doğal kaynak ve enerji ihracatı
 - Demir cevheri, altın, kurşun, çinko, nikel ve uranyum dünya rezervlerinde birinci
 - Kahverengi kömür rezervlerinde ikinci, taş kömürü rezervlerinde dördüncü
 - Lityum rezervlerinde ikinci
 - Boksit, kobalt, gümüş ve bakır rezervlerinde ikinci
 - Doğalgaz üretiminde yedinci, rezervlerinde 14 üncü



❖ Avustralya Ekonomik Büyüme – Harcamalar

Milyon AUD	2021	2022	Değişim (2022)	Pay (2022)
Tüketim	1.546.355	1.640.845	%6,1	%74,5
<i>Hanehalkı</i>	1.069.075	1.138.527	%6,5	%51,7
<i>Kamu</i>	477.280	502.318	%5,2	%22,8
Yatırım	490.866	495.506	%0,9	%22,5
<i>Özel Sektör</i>	382.841	383.875	%0,3	%17,4
<i>Kamu</i>	108.025	111.631	%3,3	%5,1
Stok Değişimi	6.397	12.924	%102,0	%0,6
Net İhracat	80.745	47.446	-%41,2	%2,2
İstatistiksel Hata	39	5.464	%13.910,3	%0,2
GSYİH	2.125.065	2.202.183	%3,7	%100



❖ Avustralya Ekonomisi – Sektörel Dağılım

Sektör	2021 Pay	2022 Pay	2022 Değişim
Madencilik	%12,4	%11,9	%0,4
Sağlık Hizmetleri ve Sosyal Destek	%8,9	%8,9	%4,6
Profesyonel, Bilimsel ve Teknik Hizmetler	%8,5	%8,8	%8,0
Finans ve Sigorta Hizmetleri	%8,8	%8,6	%1,5
İnşaat	%8,3	%8,2	%3,2
İmalat	%6,5	%6,2	%0,0
Kamu Yönetimi ve Güvenlik	%6,2	%6,0	%1,3
Eğitim	%5,6	%5,4	%1,3
Ulaşım, Posta ve Depo Hizmetleri	%4,9	%5,3	%12,3
Perakende Ticaret	%5,0	%5,0	%4,1
Toptan Ticaret	%4,5	%4,5	%2,9
İdare ve Destek Hizmetleri	%4,0	%4,1	%7,9
Konut Kiralama ve Emlakçılık Hizmetleri	%3,4	%3,3	%0,7
Tarım	%3,0	%3,1	%8,7
Medya ve Telekomünikasyon	%2,6	%2,7	%11,8
Elektrik, Gaz, Su ve Atık hizmetleri	%2,6	%2,5	%2,9
Konaklama ve Gıda Hizmetleri	%2,2	%2,5	%16,7
Diğer Hizmetler	%1,9	%1,9	%7,3
Sanat ve Rekreasyon	%0,9	%0,9	%11,4



❖ Avustralya Ekonomisi – Eyalet Dağılımı

Eyalet	2020/2021 Pay	2021/2022 Pay	2021/2022 Değişim
NSW	%31,2	%30,6	%1,8
Victoria	%22,8	%23,2	%5,6
Queensland	%17,7	%17,8	%4,4
Western Australia	%17,6	%17,5	%3,1
South Australia	%5,7	%5,8	%5,1
ACT	%2,1	%2,1	%1,9
Tasmania	%1,7	%1,7	%4,3
Northern Territory	%1,2	%1,2	%4,7
Toplam	%100	%100	%3,6



❖ Avustralya Ekonomisi – Perakende Sektörü

Perakende Sektörü Hasılası (Milyar AUD)	2018	2019	2020	2021	2022
Gıda	130,6	131,1	131,6	131,8	132,4
Ev Eşyası	55,1	55,1	55,1	55,1	55,0
Giyim, Ayakkabı, Kişisel Eşya	45,9	46,0	46,1	46,2	46,4
Department Stores	45,5	45,7	45,7	45,9	46,0
Diğer Perakende	25,1	25,1	25,2	25,3	25,4
Kafeler, Restoranlar vs.	18,7	18,7	18,7	18,6	18,7
Toplam	320,8	321,6	322,4	322,8	323,9

E-Ticaret Perakende Sektörü Hasılası (Milyar AUD)	2018	2019	2020	2021	2022
Gıda	4,5	5,5	8,8	11,6	12,4
Gıda Dışı	13,5	15,3	24,3	30,2	32,0
Toplam	18,0	20,8	33,1	41,8	44,4



❖ Avustralya Ekonomisi – İnşaat Sektörü

Milyar AUD	2020	2021	Yıllık Değişim	2022 2. Çeyrek	2022 3. Çeyrek	Dönemsel Değişim
Bina İnşaatları	120,0	122,8	%2,4	30,3	30,6	%1,2
<i>Özel Sektör</i>	104,8	106,6	%1,8	26,2	26,7	%1,8
<i>Kamu</i>	15,2	16,2	%6,4	4,1	4,0	-%2,8
Altyapı/Mühendislik İnşaatları	90,6	91,6	%1,0	23,4	24,2	%3,4
<i>Özel Sektör</i>	54,6	54,2	-%0,7	13,1	13,6	%4,2
<i>Kamu</i>	36,1	37,4	%3,7	10,3	10,5	%2,4
Toplam	210,6	214,4	%1,8	53,6	54,8	%2,2



❖ Avustralya Ekonomisi – Yatırım Pozisyonu (2022)

- Avustralya’da Yabancı Yatırım: 4,5 trilyon AUD
 - Doğrudan Yatırım: 1,1 trilyon AUD
 - Madencilik: 359 milyon AUD, Gayrimenkul: 145 milyon AUD
 - ABD: 1,1 trilyon AUD
 - Birleşik Krallık: 1 trilyon AUD
 - AB: 740 milyar AUD
- Avustralya’nın Yurtdışında Yatırımı: 3,7 trilyon AUD
 - Doğrudan Yatırım: 975 milyar AUD
 - İmalat: 213 milyar AUD, Madencilik: 191 milyar AUD
 - ABD: 1,1 trilyon AUD
 - Birleşik Krallık: 836 milyar AUD
 - AB: 398 milyar AUD



❖ Türkiye – Avustralya Yatırım İlişkileri (2022)

- Avustralya'nın Türkiye'de Yatırımları
 - Doğrudan Yatırım (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı)
 - 708 milyon \$, 208 Firma
 - Toplam Yatırım (ABS)
 - 1,6 milyar AUD
 - Portföy Yatırımı (ABS)
 - 648 milyon AUD
- Türkiye'nin Avustralya'da Yatırımları
 - Toplam Yatırım (ABS)
 - 27 milyon AUD



❖ Ekonomi ve Ticaret Gündemi

- Ekonominin birinci gündemi «hayat pahalılığı»
- Çin ile ticari ilişkilerde kısmi normalleşme
 - Çin, Avustralya'dan kömür ithalatında uyguladığı kısıtlamayı kaldırdı
 - Avustralya, Çin'in Avustralya'dan arpa ithalatına karşı uyguladığı dampinge karşı önleme ilişkin başlattığı DTÖ sürecini askıya aldı
- Avustralya-Hindistan Ekonomik İşbirliği ve Ticaret Anlaşması (ECTA) 2022 yılı sonunda yürürlüğe girdi
- Avustralya-Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması 1 Haziran 2023 tarihinde yürürlüğe girdi
- Avustralya-AB Serbest Ticaret Anlaşması müzakerelerinin yıl içinde tamamlanması hedefleniyor



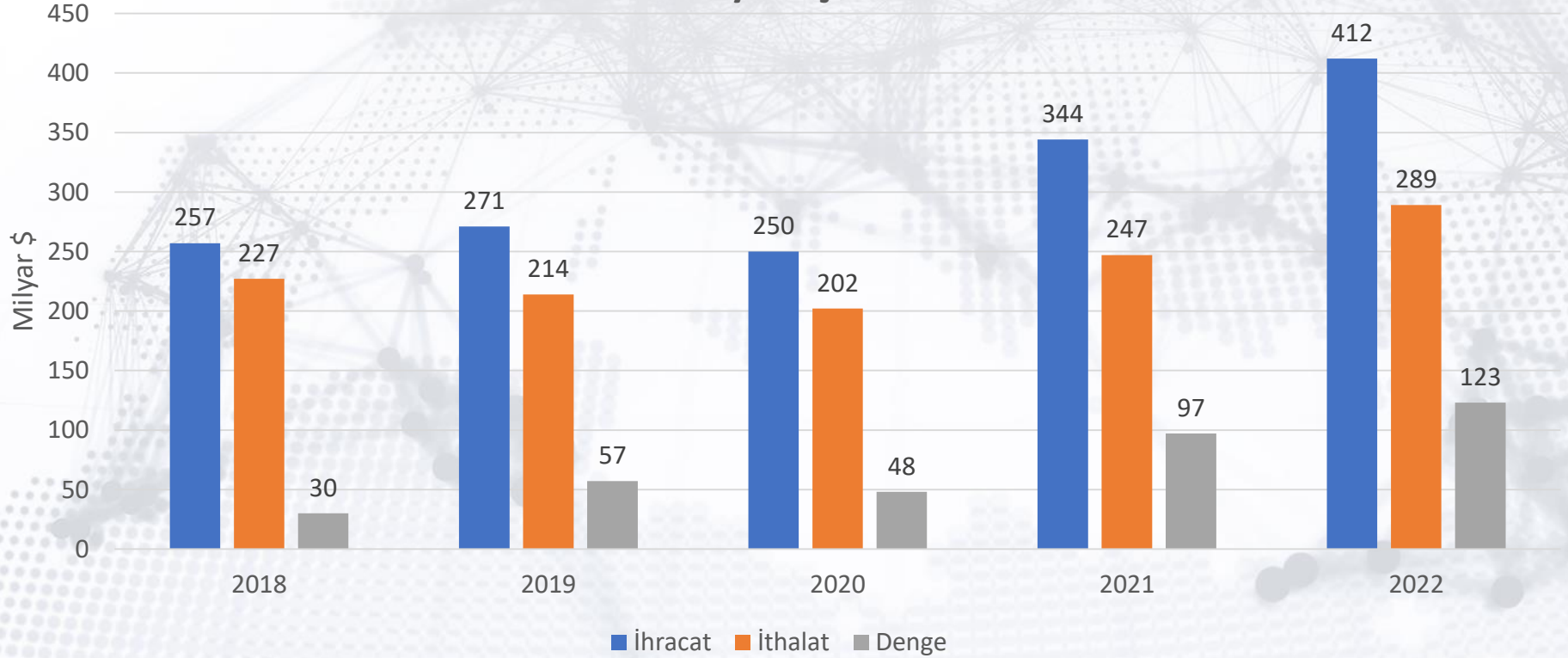
❖ Avustralya'nın Dış Ticareti

2022

İhracat: 412 milyar \$ (+%19,7)
İthalat: 289 milyar \$ (+%17,0)

Hacim: 701 milyar \$
Denge: +123 milyar \$

Avustralya Dış Ticaret





❖ Avustralya'nın İhracatında Başlıca Ülkeler (2022)

Sıra No	Ülke	İhracat	İhracat Payı	İhracat Yıllık Değişim
1	Çin	120,0 milyar \$	%29,1	-%8,4
2	Japonya	79,8 milyar \$	%19,4	%75,1
3	Güney Kore	35,6 milyar \$	%8,6	%35,1
4	Tayvan	20,6 milyar \$	%4,9	%73,9
5	Hindistan	20,1 milyar \$	%4,9	%41,1
.				
.				
32	Türkiye	1.013 milyon \$	%0,2	%17



❖ Avustralya'nın İhracatında Başlıca Ürünler (2022)

Sıra No	Ürün	İhracat	İhracat Payı	İhracat Yıllık Değişim
1	Taş Kömürü	98,3 milyar \$	%23,9	%108,5
2	Demir Cevheri	86,3 milyar \$	%21,0	-%25,9
3	Doğalgaz	62,6 milyar \$	%15,2	%69,1
4	Altın	16,3 milyar \$	%4,0	-%6,6
5	Ham Petrol	10,1 milyar \$	%2,4	%33,6
6	Buğday	10,0 milyar \$	%2,4	%41,3
7	İşlenmemiş Mineral	8,3 milyar \$	%2,0	%519,3
8	Gizli/Açıklanmayan Ürünler	8,3 milyar \$	%2,0	%19,6
9	Sığır Eti	7,1 milyar \$	%1,7	%5,5
10	Alüminyum Cevheri	6,9 milyar \$	%1,7	%3,3



❖ Avustralya'nın İthalatında Başlıca Ülkeler (2022)

Sıra No	Ülke	İthalat	İthalat Payı	İthalat Yıllık Değişim
1	Çin	77,3 milyar \$	%26,7	%13,2
2	ABD	29,3 milyar \$	%10,1	%14,9
3	Güney Kore	18,7 milyar \$	%6,4	%98,1
4	Japonya	17,1 milyar \$	%5,9	%12,2
5	Singapur	13,5 milyar \$	%4,6	%42,4
.				
.				
32	Türkiye	1.055 milyon \$	%0,4	%6,8



❖ Avustralya'nın İthalatında Başlıca Ürünler (2022)

Sıra No	Ürün	İthalat	İthalat Payı	İthalat Yıllık Değişim
1	Rafine Petrol	36,8 milyar \$	%12,7	%92,1
2	Binek Otomobiller	19,2 milyar \$	%6,6	%9,4
3	Telefon ve Aksamı	11,6 milyar \$	%4,0	%7,0
4	Ticari Taşıtlar	9,7 milyar \$	%3,3	%5,4
5	Bilgi İşlem Makinaları	8,6 milyar \$	%3,0	%5,3
6	Ham Petrol	7,2 milyar \$	%2,5	%31,7
7	Tedavide Kullanılan İlaçlar	7,1 milyar \$	%2,4	%25,0
8	Vitaminler, Hormonlar vb	6,2 milyar \$	%2,2	%15,9
9	İnşaat Makina ve Cihazları	5,0 milyar \$	%1,7	%19,6
10	Altın	4,9 milyar \$	%1,7	-%1,2



❖ Avustralya'nın İthalatında Başlıca Ürünler (2022)

Sıra No	Ürün	İthalat	İthalat Payı	İthalat Yıllık Değişim
11	Mobilya	4,3 milyar \$	%1,5	%2,7
12	Elektrikli Makinalar	4,2 milyar \$	%1,4	%12,2
13	Gübre	4,0 milyar \$	%1,4	%62,0
14	Ev Eşyası	3,7 milyar \$	%1,3	%10,9
15	Gizli/Açıklanmayan	3,6 milyar \$	%1,3	%6,0
16	Oyuncak	3,5 milyar \$	%1,2	%2,1
17	Plastikten Mamul Eşyalar	3,5 milyar \$	%1,2	%5,1
18	Adi Metallerden Mamuller	2,9 milyar \$	%1,0	%9,7
19	Tıbbi Alet ve Cihazlar	2,9 milyar \$	%1,0	%1,8
20	Ölçü Aletleri	2,9 milyar \$	%1,0	%0,5



❖ Türkiye-Avustralya Dış Ticareti

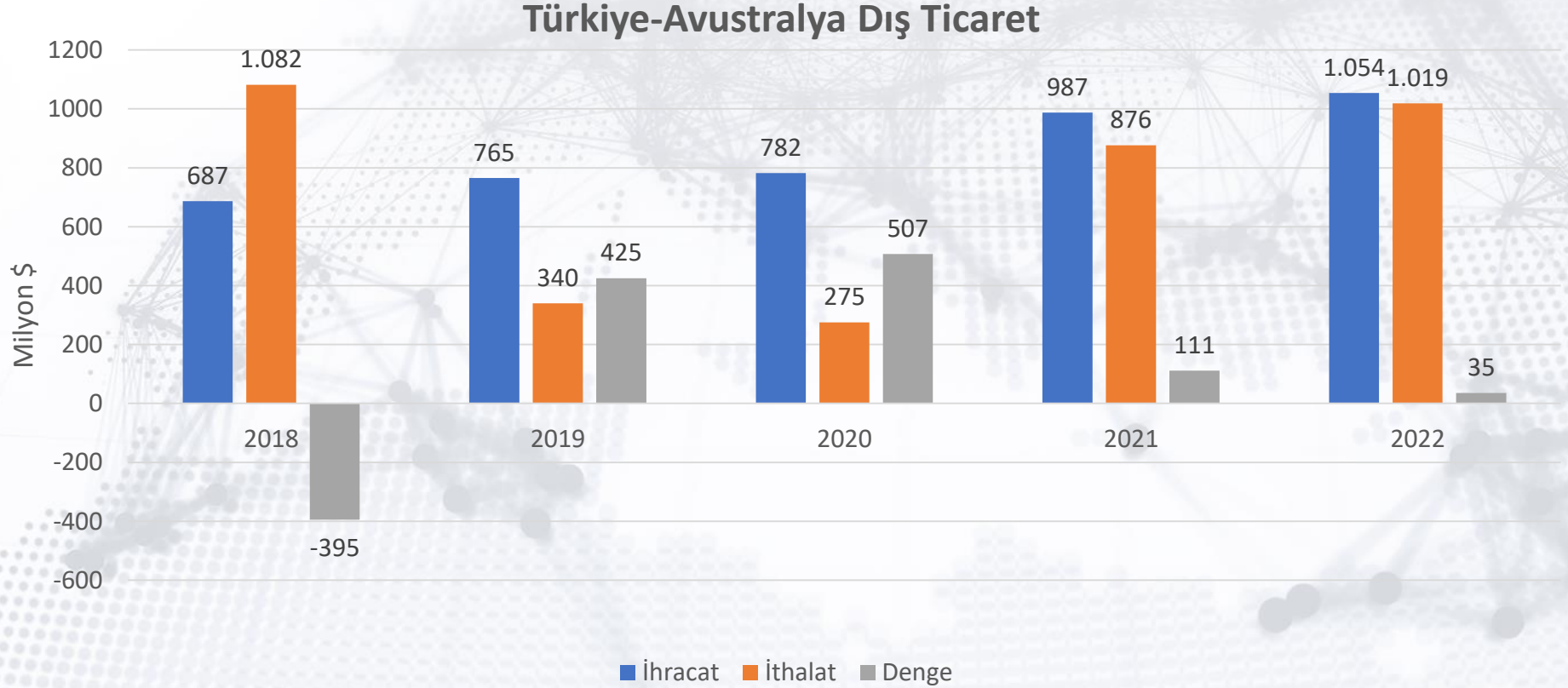
2022

İhracatımız: 1.055 milyon \$ (%6,8)

İthalatımız: 1.013 milyon \$ (%16,0)

Denge: +42 milyon \$

Hacim: 2.068 milyon \$



TÜİK (2022)

İhracat: 965 milyon \$

İthalat: 1.639 milyon \$



❖ Avustralya'ya İhracatımızda Başlıca Ürünler (2022)

Sıra No	Ürün	İhracat	İhracat Payı	İhracat Yıllık Değişim
1	Gizli/Açıklanmayan	162,5 milyon \$	%15,4	%24,9
2	Kuru Meyve ve Kuruyemiş	73,5 milyon \$	%7,0	%3,9
3	Doğal Taş	61,0 milyon \$	%5,8	%21,9
4	Ticari Taşıtlar	47,7 milyon \$	%4,5	-%34,8
5	Mücevherat	42,7 milyon \$	%4,1	%9,1
6	Diğer Giyim Eşyası	32,3 milyon \$	%3,1	%14,9
7	Ev Eşyası	30,0 milyon \$	%2,8	%0,0
8	Halılar ve Yer Kaplamaları	27,3 milyon \$	%2,6	-%12,2
9	Kadın Giyim Eşyası	24,3 milyon \$	%2,3	%10,6
10	Demir, Çelik Yapılar	21,9 milyon \$	%2,1	%144,6



❖ Avustralya'ya İhracatımızda Başlıca Ürünler (2022)

Sıra No	Ürün	İhracat	İhracat Payı	İhracat Yıllık Değişim
11	Kurutulmuş Sebzeler	21,4 milyon \$	%2,0	%10,1
12	Traktör	20,8 milyon \$	%2,0	%41,0
13	İşlem Görmüş Meyvalar	17,9 milyon \$	%1,7	%31,8
14	İnşaat Makinaları	17,5 milyon \$	%1,7	%41,6
15	Otomotiv Yedek Parça	16 milyon \$	%1,5	%17,4
16	Erkek Giyim Eşyası	15 milyon \$	%1,4	%42,1
17	Ayakkabı	14,3 milyon \$	%1,4	-%17,7
18	Mobilyalar	12,9 milyon \$	%1,2	%1,4
19	Diğer Maden Cevherleri	12,8 milyon \$	%1,2	-
20	Yağlı Tohum Yağları	12,3 milyon \$	%1,2	-%8,3
İlk 20 Toplam		686,5 milyon \$	%65,1	%11,9
Genel Toplam		1.055 milyon \$	%100	%6,8



❖ Avustralya'dan İthalatımızda Başlıca Ürünler (2022)

Sıra No	Ürün	İthalat	İthalat Payı	İthalat Yıllık Değişim
1	Taş Kömürü	688,5 milyon \$	%68,7	%15,9
2	Pamuk	176,1 milyon \$	%17,3	%72,6
3	Taze Meyvalar	24,4 milyon \$	%2,4	%105,7
4	Tedavide Kullanılan İlaçlar	20,9 milyon \$	%2,1	-%63,9
5	Demir Cevheri	12,7 milyon \$	%1,2	-



❖ Avustralya Kamu İhale Platformları

Eyalet	Adres
Federal	https://www.tenders.gov.au/
New South Wales	https://tenders.nsw.gov.au/
Victoria	https://www.tenders.vic.gov.au/
Queensland	https://www.hpw.qld.gov.au/qtenders/
Tasmania	https://www.tenders.tas.gov.au/
Western Australia	https://www.tenders.wa.gov.au/watenders/index.do
South Australia	https://www.tenders.sa.gov.au/tenders/index.do
Australian Capital Territory	https://tenders.act.gov.au
Northern Territory	https://tendersonline.nt.gov.au/Tender/List/#!/Current

- **Infrastructure Australia** - <https://www.infrastructureaustralia.gov.au/projects>
- **ANZIP - Australia&New Zeland Infrastructure Pipeline** - <https://infrastructurepipeline.org/>



❖ Avustralya İnşaat Sektörü Tedarik ve İhale Platformları

Platform	Adres
Estimate One	https://estimateone.com/
BCI Central	http://www.bciaustralia.com/
Cordell Connect	https://www.cordellconnect.com.au/
Australian Tenders	https://www.australiantenders.com.au/building-and-construction-tenders/
BidContender	https://my.bidcontender.com/login



❖ Vergi Düzenlemeleri

- Kurumlar Vergisi
 - Yıllık brüt hasılası 50 milyon AUD altında olan firmalar: %25
 - Diğerleri: %30
- Gelir Vergisi Dilimleri
 - 0 - 18.200 AUD arasında olanlar: Muaf
 - 18.201 - 45.000 AUD arasında olanlar: %19
 - 45.001 - 120.000 AUD arasında olanlar: %32,5
 - 120.001 - 180.000 AUD arasında olanlar: %37
 - 180.001 AUD ve üzerinde olanlar: %45



❖ Vergi Düzenlemeleri

- Gümrük Vergileri
 - %0-%5 arasında
 - Tarife satırlarının yaklaşık yarısı muaf
 - Ticaret Ağırlıklı Ortalama Koruma Oranları
 - Tarım Ürünleri: %2,4
 - Sanayi Ürünleri: %2,6
- GST (KDV): %10
 - 1.000 AUD altında ithalat muaf
- Ürün bazında gümrük vergileri için: [Australian Border Force \(ABF\)](#)



❖ Teknik Düzenlemeler ve Standartlar

- İthalatı yasak ürünler: <https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/prohibited-goods/categories>
- Zorunlu Standartlar: <https://www.productsafety.gov.au/product-safety-laws/safety-standards-bans/mandatory-standards>
- Ürün bazında Avustralya standartları hakkında detaylı bilgilere [Avustralya Standartlar Kurumu](#)'nun [Online Satış Mağazası](#) üzerinden veya Kurumun anlaşmalı olduğu [SAI Global'in](#) web sayfası üzerinden ücret karşılığında ulaşılabilmektedir.
- Ürün güvenliği, test ve sertifikasyon konusunda yetkili kılınmış kuruluşlar: The Joint Accreditation System of Australia and New Zealand ([JAS-ANZ](#)) [web sayfası](#) üzerinden uygunluk değerlendirme kuruluşlarına ve sertifikasyon kuruluşlarına ulaşılabilmektedir.



❖ Teknik Düzenlemeler ve Standartlar

- Tarım ve Hayvancılık Ürünleri
 - Tarım, Balıkçılık ve Orman Bakanlığı:
<https://www.agriculture.gov.au/import/goods>
 - Ürün bazında ithalat koşulları:
<https://bicon.agriculture.gov.au/BiconWeb4.0>
 - Gıda paketleme ve içerik standartları:
<https://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx>
- Medikal Malzemeler, İlaçlar ve Kişisel Koruyucu Ekipman
 - Therapeutic Goods Administration:
<https://www.tga.gov.au/industry>
- Kozmetik ve Temizlik Ürünleri
 - Sağlık Bakanlığı
<https://www.industrialchemicals.gov.au/cosmetics-and-soap>



❖ Kısıtlamalar

- Yaş meyve ve sebze ile et ve süt ürünlerinde kısıtlı sayıda ülkeden ithalata izin verilmektedir.
- Ülkemiz izin verilen ülkeler arasında yer almamaktadır.
- 1 kg üzeri elektromekanik cihazların havayoluyla doğrudan ve transit olarak ülkemiz üzerinden sevkiyatına yönelik kısıtlama bulunmaktadır.

<https://www.cisc.gov.au/compliance-and-reporting/air-cargo-and-aviation/prohibitions-on-in-bound-international-air-cargo>



❖ Biyogüvenlik Tedbirleri

- Brown Marmorated Stink Bug (Kahverengi Kokarca Böceği) ile mücadele tedbirleri kapsamında yüksek riskli ürünlerin, ülkemizin de içinde olduğu riskli ülkelerden ihracatında sevkiyat öncesi arındırma işlemi yapılması gerekmektedir.
- [Arındırma İşlemi Yapan Firmalar](#)

Fasıl No	Madde Adı
44	Ağaç ve ağaçtan eşya; odun kömürü
45	Mantar ve mantardan eşya
57	Halılar ve dokumaya elverişli diğer yer döşemeleri
68	Taş, alçı, çimento, asbest, mika veya benzeri maddelerden eşya
69	Seramik ürünler – alt bölümler I ve II dahil
70	Cam ve cam eşya
72	Demir ve çelik - alt bölümler I, II, III, IV dahil
73	Demir veya çelikten eşya
74	Bakır ve bakırdan eşya
75	Nikel ve nikelden eşya
76	Alüminyum ve alüminyumdan mamul eşya
78	Kurşun ve kurşundan mamul eşya
79	Çinko ve çinkodan mamul eşya
80	Kalay ve bunlardan mamul eşya
81	Diğer adi metaller; sermetler; bunlardan eşya
82	Adi metallerden aletler, aletler, çatal-bıçak takımı, kaşık ve çatallar; adi metalden bunların aksam ve parçaları
83	Adi metallerden muhtelif eşya
84	Nükleer reaktörler, kazanlar, makineler ve mekanik cihazlar; parçaları
85	Elektrikli makine ve teçhizat ve bunların aksam ve parçaları; ses kayıt cihazları ve çoğaltıcılar, televizyon görüntü ve ses kayıt cihazları ve çoğaltıcılar ve bu tür eşyaların parça ve
86	Demiryolu veya tramvay lokomotifleri, vagonları ve bunların aksam ve parçaları; demiryolu veya tramvay hattı demirbaşları ve bağlantı parçaları ve bunların parçaları; her türlü mekanik (elektro-mekanik dahil) trafik sinyalizasyon ekipmanı
87	Demiryolu veya tramvay vagonları dışındaki araçlar ve bunların aksam ve parçaları
88	Uçak, uzay aracı ve bunların parçaları
89	Gemiler, tekneler ve yüzer yapılar



❖ Tüketici Eğilimleri

- Son 10-15 yıldır tüketim harcamalarında önemli bir artış
- En hızlı büyüyen sektörler, **finansal hizmetler, madencilik, çevrimiçi alışveriş, altyapı ve inşaat**
- Özellikle Asya, Avrupa ve Kuzey Amerika'dan **göç** almasının en önemli sebebi; **iklim ve yüksek yaşam standardı** - Bu bölgelerden gelen yüksek gelir grubundaki bireyler, Avustralya'da **ev, ev eşyaları ve otomobil tüketimini arttırmakta** ve böylece kendi geleneksel alışkanlıklarını ülkeye taşıyarak **farklı sektör üreticileri için bir fırsat** yaratmakta
- Avustralyalıların **kaliteye olan ilgileri**, medya ve reklamların yarattığı trend, **yeni markaların** artan etkisi ve **“etnik” ürünler**, özellikle yabancı markalar için ülkeyi popüler kılmakta
- Tüketicilerin yaklaşık %25'i “yaşam tarzı” oluşturmak için harcama yapmaya hala istekliken, orta yaşlı Avustralyalılara göre gençler harcamalarını kısmaya pek eğilimli görünmemekte
- Amerikan pazarına girmek isteyen firmalar için **pilot pazar** - benzer tüketim kalıpları





❖ SWOT Analizi

Ekonomik ve siyasi istikrar
Dışa açık ekonomi
Uzak Ülkeler Stratejisi
(Hedef ülke)
Elverişli yatırım ortamı
Yeni ürün ve marka
denemeye açık tüketici
kitleleri
Çokkültürlü toplum yapısı

Coğrafi uzaklık
Direkt uçuşların olmaması
Gıda, tarım ve hayvancılık
ürünleri ithalatında çok
sıkı denetimler
Biyogüvenlik tedbirleri

Madencilik ve tarım gibi
belirli sektörler dışında
dışa bağımlılık
İmalat ülkesi olmaması
Alternatif tedarikçi arayışı
(özellikle Çin'e karşı)
Gelişen altyapı, inşaat ve
müteahhlik projeleri,
enerji yatırımları

En büyük tedarikçi olan
Çin ile politik ilişkilerin
stabil seyretmemesi
Giderek artan hayat
pahallılığı
Covid-19 sonrası yoğun
göç talebi
Lojistik sorunlar



❖ Pazara Giriş ve İş Kültürü

- İş görüşmelerinde yaş ve hiyerarşiden bağımsız demokratik görüş bildirme
- Görüşmelerde çok detaya girmeden ana konuları müzakere etmenin tercih edilmesi ancak sözleşmelerin çok detaylı hazırlanması
- İlk teklifin genellikle yapılabilecek en iyi teklif niteliğinde olması
- Sorunlara yönelik hızlı ve pratik çözüm eğilimi
- Avustralya pazarına giriş ve uzun dönemde kalıcı olabilmek için ürün kalitesi ve devamlılığın önemi, taahhütlerin zamanında karşılanması ve hizmetin devamlılığı
- Güven esaslı ticari ilişki



❖ Pazara Giriş ve İş Kültürü

- Avustralya pazarında ithalat, pazarlama, tanıtım, satış, stok süreçleri ve satış sonrası hizmetler ile birebir ilgilenebilecek yerel bir temsilci veya distribütör aracılığıyla iş yapılması
- Alıcı ve satıcının doğrudan bir araya gelmesi / yüz yüze iletişim, fuarlara katılımın önemi
- Randevuların önceden alınması zaruriyeti ve dakiklik
- Avustralya'da yaz ve tatil dönemi olan Aralık ve Ocak ayları ile okul tatil dönemlerinde planlama yapılmaması
- Görüşmenin ne amaçla talep edildiğinin açık bir şekilde belirtilerek tercihen de yazılı (e-posta yolu) randevu alınması
- Sosyal hayatta olduğu gibi iş ortamında da ikili ilişkiler ve bağlantıların değeri - güvenilir bir bağlantı tarafından tavsiye edilmek ve tanıştırmak



❖ Hazır Giyim Sektörü

- **Yün yıkama, iplik, dokuma, örme ve giyim ürünlerinde, havlu, battaniye, yatak çarşafı ve perde** gibi tekstil ürünlerinde yerli üretime sahip bir ülke
- 1990'larda tekstil sanayi modern, iyi donatılmış ve belli firmalar belli piyasalar üzerinde yoğunlaşmış ve **uzmanlaşmış görünüme** ulaşan tekstil ve konfeksiyon sektörü son yıllarda **başta Çin menşeli olmak üzere ithal ürünlerin rekabetinden olumsuz etkilenerek güç kaybetmiş** bulunmakta
- Artan sayıda Avustralyalı firma başka ülkelerdeki üreticilerle iletişimini geliştirmekte ve **denizaşırı mal sağlayanlarla iş ilişkisi** kurmakta



❖ Hazır Giyim Sektörü - Genel Görünüm

- **Dünyanın en büyük merinos yünü üreticisi**, 20.6 mikrondan daha az kalınlığa sahip olan Avustralya yünü yapağısı özellikle giyimde kullanıma uygun
- Ülke nüfusunun çoğunluğu **Yeni Güney Galler, Victoria ve Queensland'de** yoğunlaşmıştır, dolayısıyla bu eyaletler aynı zamanda en yoğun moda işletmelerine de ev sahipliği yapmakta
- **Avustralya Başkent Bölgesi'nde** ikamet edenler, ortalama gelirleri yansıtacak şekilde **modaya en fazla harcama yapan kesim** olmaya devam etmekte
- Nakliye masraflarını en aza indirmek için toptancılar da mağaza yerlerini anılan **merkezi bölgelerde yoğunlaştırmışlardır**



❖ Hazır Giyim Sektörü - Genel Görünüm

- Avustralya genelinde hazır giyim ve konfeksiyon tüketim **perakende pazarının 20 milyar dolara** yakın bir değerde (2022)
- Bunun en önemli bileşenini **yaklaşık yarısı** oranında **kadın giyim** ürünleri oluşturmakta
- 2021 mali yılında, Avustralya'daki moda endüstrisi **ulusal ekonomiye yaklaşık 27,2 milyar Avustralya doları katkıda** bulunmuş olup 489.000'den fazla kişiye istihdam sağlamakta (Statista, 2023)
- Avustralya hazır giyim ve konfeksiyon pazarı yerli ürünlerden çok üst segmentte dünyanın küresel markalarının yanı sıra ucuz ve **orta-ucuz segmentte Çin menşeli ürünlerin hakimiyetinde**. Bir kıta-ülke ve az nüfusa sahip olmasına rağmen geniş coğrafyanın da etkisiyle farklı bölgelerde tüketicilerin **farklı alışkanlıkları ve talepleri** mevcut



❖ Hazır Giyim Sektörü - Tüketici Alışkanlıkları

- Bir Avustralyalı, **gelirinin yaklaşık %5'lik kısmını giyim harcamasına ayırmakta** ayrıca pazarın koruma oranı çok düşüktür ve **pazar dışı açıktır**
- **Kadınlar** (%61) erkeklere (%40) kıyasla **daha fazla online ürün** satın alırken (2021) önemli bir satın alma işlemi yapmadan önce internetten araştırma yapma olasılıkları da daha yüksek
- **Sürdürülebilir moda**nın gelirdeki payı hem erkek hem de kadın giyiminde artmakta. Kadın sürdürülebilir modası 2021 yılında gelirin %5,7'sine sahipken bu payın 2026 yılına kadar %8,23'e çıkması beklenmekte (New Zealand Trade and Enterprise, 2023)





❖ Hazır Giyim Sektörü - İthalat ve İhracat Verileri

SITC Rev 3	Eşya	Ülkenin Dünyaya İhracatı (2022)	Ülkenin Dünyadan İthalatı (2022)	Ülkenin Dünyaya İhracatı (Ocak- Mart 2023)	Ülkenin Dünyadan İthalatı (Ocak- Mart 2023)
841	Erkek Giyim Eşyası	47,8	1.340,5	11,4	345,8
842	Kadın Giyim Eşyası	112,2	1.984,4	28,8	497,0
843	Erkekler için Örme Giyim Eşyası	28,2	606,8	6,9	161,9
844	Kadınlar için Örme Giyim Eşyası	33,6	1.021,5	9,3	282,1
845	Diğer Giyim Eşyası	130,8	2.887,2	28,3	787,2
	Toplam	352,7	7.840,5	84,8	2.074,0

Para Birimi: Milyon Dolar (\$)

Kaynak: Avustralya İstatistik Bürosu (<http://www.abs.gov.au>)



❖ Hazır Giyim Sektörü - İthalat ve İhracat Verileri

SITC Rev 3	Eşya	Türkiye'nin Ülkeden İthalatı (2022)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı (2022)	Türkiye'nin Ülkeden İthalatı (Ocak-Mart 2023)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı (Ocak- Mart 2023)
841	Erkek Giyim Eşyası	-	15,0	-	4,4
842	Kadın Giyim Eşyası	0,3	24,3	0,03	6,6
843	Erkekler için Örme Giyim Eşyası	-	5,9	-	2,1
844	Kadınlar için Örme Giyim Eşyası	0,02	4,9	-	1,6
845	Diğer Giyim Eşyası	0,08	32,4	0,003	7,4
	Toplam	0,4	82,4	0,03	22,1

Para Birimi: Milyon Dolar (\$)

Kaynak: Avustralya İstatistik Bürosu (<http://www.abs.gov.au>)



❖ Hazır Giyim Sektörü - Avustralya'nın Ticaret Partnerleri





T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

❖ Hazır Giyim Sektörü - İhracatçılarımız için Pazara Giriş Kanalları



**TURKAUS**
TEXTILE EXPO



**GLOBAL
SOURCING
EXPO
SYDNEY**

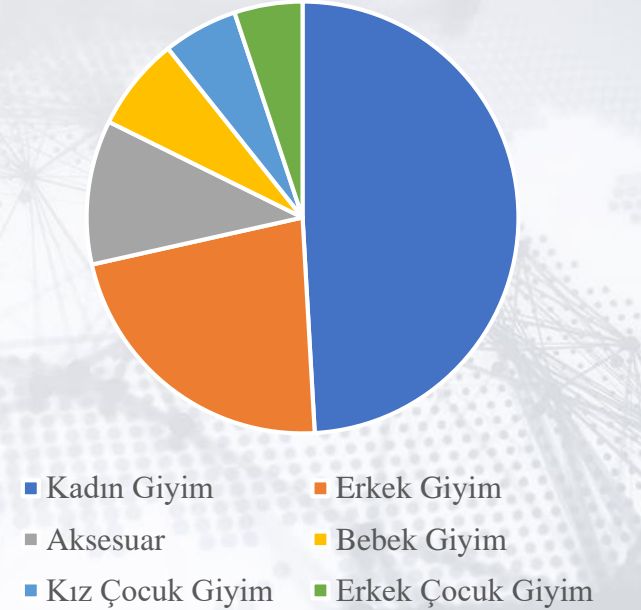
APPAREL | TEXTILES | HOME | GIFT



❖ Hazır Giyim Sektörü - Perakende Hazır Giyim

- **Covid-19 salgını ve dijital devrim** son yıllarda sektörün performansını olumsuz etkilese de (sokağa çıkma yasakları ve ticari kısıtlamalar) yeni normalin işletmelerin dijital alana girişlerini teşvik ettiği gözlemlenmiştir. Adaptasyon için giyim perakendecileri, **fiziksel ve çevrimiçi sektörleri birleştirmeye** devam etmektedir (**tüketici ile temas** ↑)
- Son beş yılda yıllık %3,4 oranında büyüyen gelirlerin 2022-23'te 22,2 milyar dolara ulaşması, 2027-28 arasındaki beş yılda ise yıllık %1,9 artışla 24,4 milyar dolara yükseleceği, artan **tüketici iyimserliği ve harcanabilir gelirlerin** tüketicileri giyim gibi alışverişlerde daha fazla harcama yapmaya teşvik edeceği öngörülmektedir.

Ürün ve Hizmet Segmentasyonu





❖ Hazır Giyim Sektörü - Perakendede Trendler ve Konjonktür

- Avustralya'da sınırların çok uzun süre kapalı kalması - turizmdeki canlılığın azalması - refahı yüksek turistlerden **üst segment ve lükse gelen talebin azalması**
- Kısıtlamaların yavaş yavaş hafiflemesi ile karantina sonrası dolaplarını yenilemek isteyen tüketiciler ve kıtayı ziyaret eden **turistlerden gelen bastırılmış talebin** sektörün performansını olumlu etkilemesi
- Bu dönemde **rahat ve spor giyime** daha çok bütçe ayrılması
- Rusya-Ukrayna çatışması nedeniyle tedirgin ve belirsiz olan tüketici güveni ile ekonomik sıkıntıların görece **gereksiz satın alım ve harcamaları azaltmaya sebep** olması
- Zara, Uniqlo ve H&M'in Avustralya'daki varlıklarını genişletmesi ile **sektördeki rekabetin yoğunlaşması**



❖ Hazır Giyim Sektörü - Toptan Hazır Giyim

- Düşük gümrük tarifeleri ve serbest ticaret anlaşmaları, Avustralyalı perakendeciler ve tüketicilerin giysileri uluslararası rakiplerden daha ucuza temin etmesi - **ithalat eğiliminin hızlanması**
- Avustralya dolarının değer kaybı - ithalatın nispeten daha pahalı hale gelmesi ve sektörün satın alma maliyetlerinin yükselmesi - **üretimin yerelden denizaşırı operasyonlara kayması**
- Sektör gelirin 2022-23'e kadar olan beş yıllık dönemde yıllık %4,3 oranında azalarak 6,5 milyar dolara, 2027-28'e kadar beş yıl boyunca ise yıllık %3,0 oranında azalarak 5,6 milyar dolara düşeceği tahmin edilmektedir.
- **Online alışverişin daha popüler** hale geleceği ve toptancıları tedarik zincirinden giderek daha fazla dışlayacağı öngörülmektedir. **Toptancılar için fırsatların niş ve üst düzey pazarlardan** doğabileceği muhtemeldir.



❖ Hazır Giyim Sektörü - Pazardaki Büyük Oyuncular

	Premier Investments Limited	Woolworths International Pty Limited	Cotton On Clothing Pty Ltd	Mosaic Brands Limited
Pazar Payı	%5	%5	%3	%3
Marka İsimleri	Just Jeans, Peter Alexander, Jacqui E, Jay Jays, Portmans, Dott	Country Road, Trenery, Witchery, Politix	Cotton On, Supre, Cotton On Body, Cotton On Kids, Factorie	Rockmans, W.Lane, Beme, Autograph, Millers, Crossroads, Rivers, Katies, Noni B



peteralexander

dotti.

Part of Just Group

Best&Less

ARI Australian Retailers Association

W · L A N E

COTTON:ON





❖ Hazır Giyim Sektörü - Büyük Mağazacılık

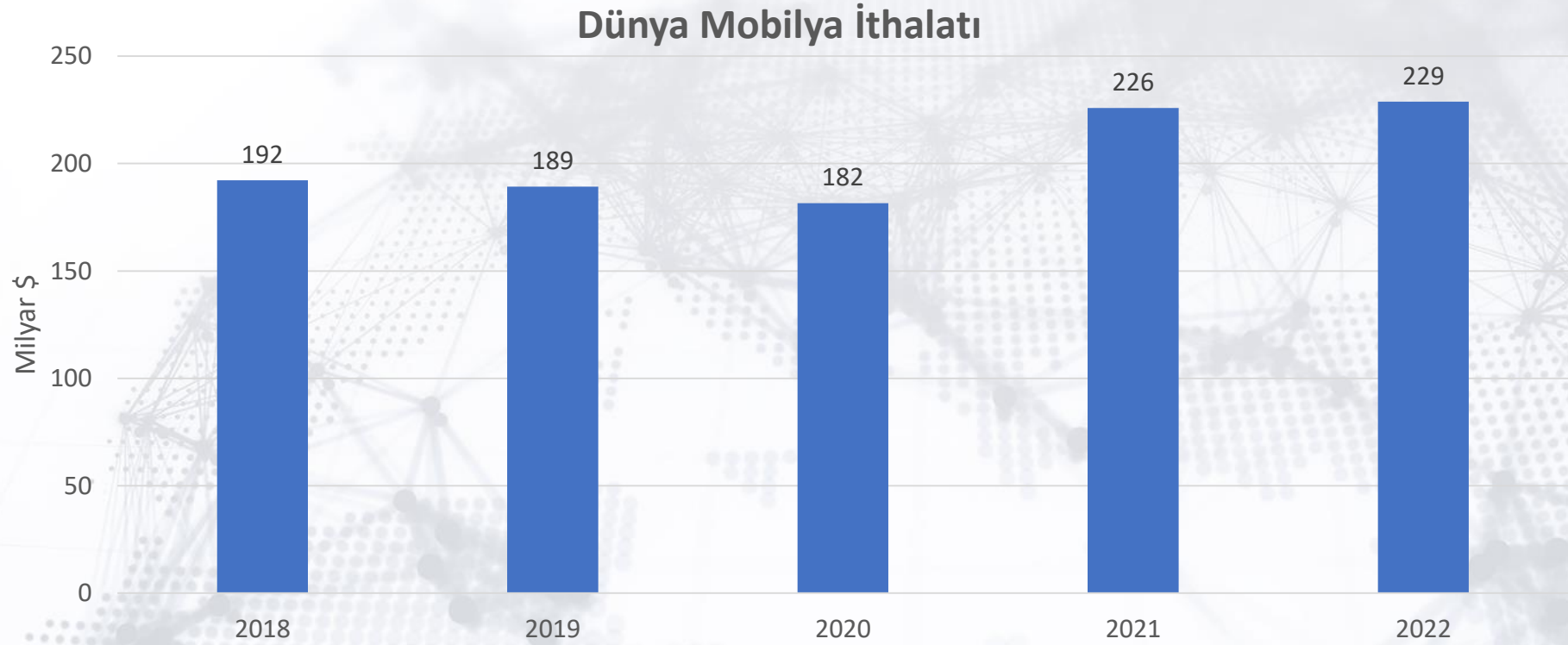
- Avustralya'da kendisine ciddi yatırım yapılan, iç dekorasyon, mağaza yönetimi ve marka-ürün gamı açısından büyük çeşitlilik arz eden kompleksler
- Özel giyim, ayakkabı ve kişisel aksesuar perakendecileri, tüketici harcamaları açısından büyük mağazalarla rekabet halinde. Örneğin Uniqlo bu mağazalarda konumlanan kadın ve erkek giyim bölümleri ile rekabet etmekte, giyim, ayakkabı ve kişisel aksesuar perakendecilerinden gelen talep yükselişi, sektörün performansına zarar verebilir

Avustralya'daki "Department Store"ların Pazar Payı





❖ Mobilya Sektörü – Dünya Geneli Mobilya İthalatı



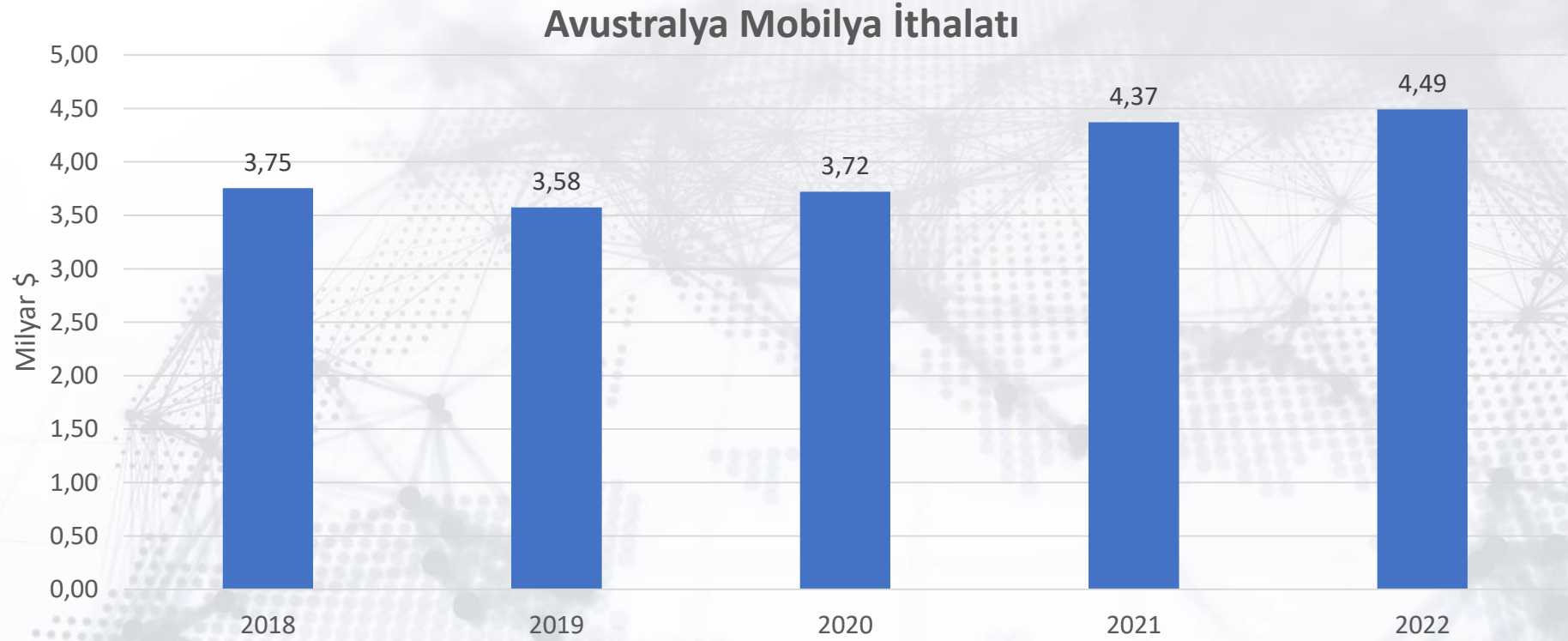


❖ Mobilya İthalatçısı Başlıca Ülkeler (2022)

Sıra No	Ülke	İthalat (Milyar \$)	Toplam İçinde Pay	Yıllık Değişim
1	ABD	74,2	%32,5	%7,8
2	Almanya	18,5	%8,1	-%4,3
3	Birleşik Krallık	11,8	%5,1	%8,0
4	Fransa	11,0	%4,8	-%3,1
5	Kanada	8,4	%3,7	%9,0
6	Japonya	7,6	%3,3	-%1,3
7	Hollanda	7,3	%3,2	-%7,5
8	Avustralya	4,5	%2,0	%2,8
9	İspanya	4,4	%1,9	%0,8
10	İsviçre	4,0	%1,7	-%2,9



❖ Mobilya Sektörü – Avustralya'nın Mobilya İthalatı





❖ Avustralya Mobilya İthalatında Başlıca Ülkeler (2022)

Sıra No	Ülke	İthalat (Milyon \$)	Toplam İçinde Pay	Yıllık Değişim
1	Çin	3.128	%69,6	-%1,0
2	Vietnam	282	%6,3	%22,1
3	Malezya	136	%3,0	%21,6
4	İtalya	127	%2,8	%11,6
5	ABD	124	%2,8	%34,7
6	Endonezya	108	%2,4	%5,7
7	Almanya	71	%1,6	-%0,5
8	Hindistan	69	%1,5	%6,7
9	Tayvan	52	%1,2	-%6,3
10	Avusturya	41	%0,9	%10,5
...				
18	Türkiye	15	%0,3	%7,0



❖ Avustralya Mobilya İthalatında Başlıca Ürün Grupları (2022)

Sıra No	Ürün Grubu	İthalat (Milyon \$)	Toplam İçinde Pay	Yıllık Değişim
1	9401.61-Oturmaya mahsus döşemeli ahşap mobilya (Yatağa çevrilenler hariç)	590	%13,1	-%2,2
2	9403.60-Ahşap mobilya (Ofis, mutfak, yatak odası için olanlar ve koltuklar hariç)	578	%12,9	%0,9
3	9403.20-Metal mobilya (Ofis için olanlar ve koltuklar, medikal mobilya vs. hariç)	571	%12,7	%5,9
4	9403.50-Ahşap yatak odası mobilyası	340	%7,6	%9,4
5	9403.99-Mobilya aksam ve parça	266	%5,9	-
6	9401.71-Oturmaya mahsus döşemeli metal mobilya	260	%5,8	%4,3
7	9404.90-Yatak eşyası (Yastıklar vs.)	241	%5,4	-%21,3
8	9401.79-Metal koltuklar	205	%4,6	%1,3
9	9404.29-Yataklar	145	%3,2	%5,2
10	9401.80-Diğer koltuklar	128	%2,8	%4,9



❖ Avustralya Eyalet Bazında Mobilya İthalatı (2022)

Eyalet	İthalat (Milyon \$)	Toplam İçinde Pay	Yıllık Değişim
Victoria	1.628	%37,5	%1,4
NSW	1.475	%33,9	%3,6
Queensland	776	%17,9	%4,3
WA	347	%8,0	%4,2
SA	107	%2,5	-%3,3
Tasmania	7	%0,2	-%41,1
NT	6	%0,1	-%4,7
ACT	0	%0,0	-%97,6



❖ Avustralya Mobilya Sektörü Piyasa Dinamikleri

- Perakende piyasa hacmi: 11,9 milyar AUD (7,7 milyar \$)
- Temel piyasa belirleyicileri: Tüketici güveni, harcanabilir gelir, konut inşaatı, faiz oranları
- 2018-2023 döneminde yıllık ortalama %3 piyasa büyümesi
- Piyasa büyümesinde özellikle pandemi dönemi genişlemeci para politikalarının ve hükümet desteklerinin etkisi bulunuyor.
- Kısa vadede, tüketici güveninde gerileme, harcanabilir gelirlerde düşüş ve konut inşaatında yavaşlama ile birlikte kısmi bir durgunluk öngörülüyor.
- 2023-2028 döneminde yıllık ortalama %1,9 piyasa genişlemesi bekleniyor.
- *Department Stores*, yalnızca-çevrimiçi mağazalar ve ikinci el pazaryerlerinin payı artıyor.



❖ Avustralya Mobilya Sektörü Piyasa Dinamikleri

- Perakende zincirleri, çevrimiçi satışlar ile rekabet edebilmek için çok kanallı mağazalara evriliyor.
- Tedarik zincirinde toptan satışların payı giderek düşüyor.
- Küçük ve orta ölçekli 4 bin civarında yerli üretici bulunuyor ve ciro bazında piyasanın yaklaşık yarısı yerli üretimden karşılanıyor. Yerli sanayi ithal ürünlerle rekabet etmekte zorlanıyor.
- Zincir mağazalar tedariklerini büyük ölçüde doğrudan yurtdışından sağlıyor.



❖ Avustralya Mobilya Sektörü Ürün Grupları

- Oturma odası ve yemek odası: %54
- Yatak odası: %32,1
- Bahçe mobilyası: %6,5
- Tente, güneşlik vs: %4
- Diğer mobilya: %3,4



❖ Avustralya Mobilya Sektörü Ana Oyuncular

- Harvey Norman: %19,8
- IKEA: %10,3
- BBQSAM Holdings Pty Ltd (Amart Furniture): %4,8
- Greenlit Brands Pty Ltd (Freedom, Snooze): %3-%4
- FF HoldCo Pty Ltd (Fantastic Furniture): %2-%3



❖ Avustralya Mobilya Sektörüne Yönelik Öneriler

- Yurtdışı pazar araştırması, fuarlara katılım gibi faaliyetlerle orta vadeli bir ülkeye giriş politikası belirlenmesi
- Toptan sektöründen ziyade perakende sektörüne doğrudan satışın veya mağazacılığın hedeflenmesi
- Doğru piyasa konumlanması/hedef piyasa segmentinin belirlenmesi
- Pazar araştırması yoluyla tüketici tercihlerinin ve iç dizayn trendlerinin takip edilmesi
- Fiziksel ve çevrimiçi mağazalarda etkileyici ürün sunumu
- Mağazacılık için doğru lokasyon seçimi
- Hızlı tedarik/stoklu çalışma
- Satış sonrası hizmetlerin etkinliği



❖ Avustralya Mobilya Sektörü Kuruluş/Etkinlik

- Australia Furniture Association (AFA)
<https://australianfurniture.org.au/> (Üye listesi mevcut)
- Australian Cabinet and Furniture Association (ACFA)
<https://www.acfa.net.au/> (Üye listesi mevcut)
- Australian Retailers Association (ARA)
<https://www.retail.org.au/>
- Australian International Furniture Fair
<https://www.aiff.net.au/> (Her yıl Melburn'de düzenleniyor. Bireysel katılımı desteklen fuarlar arasında yer alıyor.)



Teşekkür ederiz

Sidney Ticaret Ataşeliđi (sidney@ticaret.gov.tr)

Melburn Ticaret Ataşeliđi (melburn@ticaret.gov.tr)