



AVUSTRALYA



MOBİLYA SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih: Nisan 2026

Raporu Hazırlayan: Sidney Ticaret Ataşeliği

1. Ülke Pazarında Mobilya Sektörü

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Avustralya mobilya sektörü tarihsel olarak iç pazara dönük üretim yapısına sahip olup özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında konut sektöründeki büyümeye paralel olarak gelişim göstermiştir. Ancak 1990'lı yıllardan itibaren küresel üretim ağlarının genişlemesi ve Asya merkezli düşük maliyetli üretimin artması sonucunda sektör önemli bir yapısal dönüşüm sürecine girmiştir. Bu süreçte yerli üretimin toplam talep içerisindeki payı kademeli olarak gerilemiş ve ithalatın pazar üzerindeki ağırlığı artmıştır. Günümüzde Avustralya mobilya pazarı yerli üretim ile ithalatın birlikte varlık gösterdiği, ancak özellikle fiyat odaklı segmentlerde ithalatın belirleyici olduğu bir yapı arz etmektedir.

Avustralya merkezli sektörel araştırma kuruluşu IBISWorld tarafından yayımlanan Ağustos 2025 tarihli “*Wooden Furniture and Upholstered Seat Manufacturing in Australia*” raporuna göre, 2024-25 finansal yılı itibarıyla Avustralya’da ahşap mobilya ve döşemeli koltuk imalatında faaliyet gösteren 4.099 işletme bulunmakta olup toplam talebin yaklaşık %58’i yerli üretimle karşılanmaktadır. Söz konusu işletmelerin toplam yıllık cirosu 4,5 milyar AUD, üretimde yaratılan katma değer ise 1,3 milyar AUD olarak hesaplanmaktadır. Sektörde yaklaşık 17 bin kişi istihdam edilmekte olup ihracatın sektör cirosuna oranı %1,2 seviyesindedir. Bu oran sektörün büyük ölçüde iç talebe bağımlı bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

Metal mobilya imalatı tarafında ise IBISWorld tarafından yayımlanan Ekim 2025 tarihli “*Metal Furniture Manufacturing in Australia*” raporuna göre 2024-25 finansal yılı itibarıyla sektörde 501 işletme faaliyet göstermekte olup toplam talebin yaklaşık %36’sı yerli üretimle karşılanmaktadır. Sektörün toplam yıllık cirosu 869 milyon AUD, yaratılan katma değer 256 milyon AUD ve istihdam edilen kişi sayısı ise yaklaşık 3.200’dür. Metal mobilya sektöründe ihracatın ciroya oranı %10 olup bu oran ahşap mobilya sektörüne kıyasla daha yüksek olmakla birlikte üretimin yine ağırlıklı olarak iç pazara yönelik olduğu anlaşılmaktadır.

Her iki alt sektör birlikte değerlendirildiğinde Avustralya’da mobilya imalatının toplam talep içerisindeki payının giderek azaldığı ve özellikle standart ürün segmentlerinde ithalat baskısının belirginleştiği görülmektedir. Çin başta olmak üzere, Vietnam ve Malezya gibi ülkelerden yapılan ithalatın artışı yerli üreticiler üzerinde fiyat baskısı yaratmaktadır. Yüksek işgücü maliyetleri ve enerji giderleri de üretim maliyetlerini artıran unsurlar arasında yer almaktadır. Buna ilave olarak, konut başlangıç sayılarındaki dalgalanmalar ve faiz oranlarındaki artış iç talebi doğrudan etkilemekte olup sektör performansı konut piyasası ile yakından bağlantılı seyretmektedir.

Bununla birlikte, sektör tamamen gerileme eğiliminde olmayıp belirli alt segmentlerde dayanıklılığını korumaktadır. Özellikle ofis ve kurumsal çözümler, eğitim ve sağlık kurumlarına yönelik mobilyalar ve özelleştirilmiş üretim gerektiren niş alanlarda yerli üreticilerin rekabet gücü devam etmektedir. Metal mobilya tarafında depolama sistemleri ve kurumsal projeler öne çıkmakta olup ahşap mobilya tarafında ise tasarım odaklı ve yüksek kaliteli ürünler üzerinden konumlanma stratejileri izlenmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Avustralya’da mobilya sektörünün üretim kapasitesini muhafaza etmekle birlikte, artan ithalat baskısı ve maliyet unsurları nedeniyle, dönüşüm süreci içerisinde olduğu ve pazarın gelecekteki konumunun büyük ölçüde konut yatırımları, iç tüketim eğilimleri ve küresel tedarik zinciri dinamiklerine bağlı olacağı düşünülmektedir.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Avustralya’da mobilya sektöründe ürün bazında fabrika çıkış fiyatlarına ilişkin kamuya açık ve standartlaştırılmış veriler sınırlı olup üretici fiyatları çoğunlukla ticari sözleşmelere dayalı olarak belirlenmektedir. Bu nedenle, fiyat seviyelerine ilişkin değerlendirme, perakende kanallarında “Australian Made” veya “Designed and Made in Australia” ibaresi ile pazarlanan yerli üretim ürünlerin kamuya açık satış fiyatları esas alınarak yapılmıştır.

Bu çerçevede, oturma grubu segmentinde yerli üretim iki kişilik kanepelerin perakende satış fiyatlarının yaklaşık 550-700 AUD seviyesinden başladığı, orta segment yerli üretim kanepelerde fiyatların 2.500-4.000 AUD aralığında yoğunlaştığı, üst segment ve modüler tasarımlarda ise fiyatların 5.000-6.500 AUD ve üzerine çıkabildiği görülmektedir. Bunun yanında, fiyat farklılaşması büyük ölçüde kullanılan kumaş türü, iç dolgu malzemesi, ölçü seçenekleri ve özelleştirme imkanlarına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır.

Bunun yanında, ahşap mobilya segmentinde yerli üretim sehpa, yemek masası ve depolama ünitelerinde fiyatların yaklaşık 800-3.000 AUD aralığında değiştiği, katı ahşap kullanılan ve tasarım odaklı ürünlerde bu seviyelerin üzerine çıktığı gözlemlenmektedir. Bu itibarla, el işçiliği ve sınırlı üretim ürünlerde fiyatların ithal ve seri üretim ürünlere kıyasla daha yüksek konumlandığı anlaşılmaktadır.

Metal ve ofis mobilyası segmentinde ise yerli üretim çalışma masaları, depolama sistemleri ve kurumsal kullanım amaçlı ürünlerde fiyatların ürün özelliklerine bağlı olarak yaklaşık 600-2.000 AUD aralığında değişebildiği, proje bazlı ve özel tasarım ürünlerde ise fiyatların sipariş kapsamına göre farklılaştığı görülmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Avustralya’da yerli üretim mobilya ürünlerinin perakende fiyatlarının ithal, standart ve flat-pack ürünlere kıyasla daha yüksek seviyelerde konumlandığı, yerli üreticilerin ağırlıklı olarak orta ve üst segmentte faaliyet gösterdiği görülmektedir. Sektörde düşük fiyat segmentinde ise büyük ölçüde ithal ürünler hakim konumda bulunmaktadır.

1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Avustralya mobilya sektöründe üretim yapısı ağırlıklı olarak küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmakta ve sektörde sınırlı sayıda büyük ölçekli üretici faaliyet göstermektedir. IBISWorld verilerine göre ahşap mobilya ve döşemeli koltuk imalatı sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin büyük bölümü iç pazara yönelik üretim yapmakta olup ihracatın sektör cirosu içerisindeki payı düşük seviyededir. Metal mobilya imalatı sektöründe ise işletme sayısı daha sınırlı olup sektörde kurumsal projelere ve özel üretime yönelik faaliyet gösteren firmalar öne çıkmaktadır. Sektörde King Living, Schiavello ve Greenlit Brands gibi markalar tasarım ve üretim faaliyetlerini Avustralya merkezli olarak sürdürmekte ve pazarlama süreçlerinde yerli üretim vurgusunu ön plana çıkarmaktadır.

Sektörün başlıca çatı kuruluşu olan Australian Furniture Association, üreticiler, tedarikçiler ve perakendeciler dahil olmak üzere mobilya değer zincirinde faaliyet gösteren paydaşları temsil etmektedir. AFA sektörün gelişimine yönelik politika savunuculuğu faaliyetleri yürütmekte ve sürdürülebilirlik, kalite standartları ve mesleki eğitim konularında üyelerine rehberlik sağlamaktadır. Kuruluşun üye firmalarına ve akredite tedarikçilerine ilişkin bilgilere <https://australianfurniture.org.au/find-an-accredited-supplier/> adresi üzerinden ulaşılabilmektedir.

Bunun yanında, Australian Cabinet and Furniture Association ise özellikle marangozluk, dolap üretimi ve iç mekân uygulamaları alanında faaliyet gösteren işletmeleri temsil etmekte olup söz konusu kuruluş teknik danışmanlık, mevzuat bilgilendirmesi ve mesleki standartların geliştirilmesi konularında üyelerine destek vermektedir. Kuruluşun üye firmalarına <https://acfa.powerappsportals.com/Find-A-Member/> adresi üzerinden erişilebilmektedir.

1.4 Mobilya Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Avustralya’da mobilya sektörünün dağıtım yapısı toptan satış, fiziksel perakende ve çevrim içi perakende kanallarından oluşmaktadır. Bu çerçevede, sektörün performansı konut piyasasındaki gelişmeler, hanehalkı harcanabilir geliri ve tüketici güveni gibi makroekonomik göstergelerle yakından ilişkilidir.

IBISWorld tarafından yayımlanan Mart 2025 tarihli “*Furniture and Floor Covering Wholesaling in Australia*” raporuna göre 2024-25 finansal yılı itibarıyla Avustralya’da mobilya ve yer kaplamaları toptan satış sektörünün geliri 6,1 milyar AUD düzeyindedir. Söz konusu sektörde gelirler son beş yıllık dönemde yıllık ortalama %2,0 oranında gerilemiş olup gelirlerin 2024-25 yılında %2,8 oranında daralması öngörülmektedir. Bunun yanında, sektör gelirin 2029-30 dönemine kadar yıllık ortalama %0,9 oranında artarak 6,4 milyar AUD seviyesine ulaşması beklenmektedir. Bu itibarla, toptan satış kanalı üretici ile perakendeci arasındaki ana bağlantıyı oluşturmakta ve perakendecilerin doğrudan üretici ve ithalatçılarla çalışması eğilimi sektör gelirleri üzerinde baskı yaratmaktadır. Ayrıca, konut inşaatındaki yavaşlama ile hayat pahalılığı baskılarının toptan satış gelirlerini sınırlayıcı etki oluşturduğu değerlendirilmektedir.

IBISWorld tarafından yayımlanan Ekim 2025 tarihli “*Furniture Retailing in Australia*” raporuna göre 2024-25 döneminde Avustralya’da mobilya perakendeciliği sektörünün geliri 12,6 milyar AUD düzeyindedir. Söz konusu sektörde gelirler son beş yıllık dönemde yıllık ortalama %1,6 oranında gerilemiş olup sektör gelirin 2025-26 yılında %2,5 oranında artması beklenmektedir. Bunun yanında, sektör gelirin 2030-31 dönemine kadar yıllık ortalama %1,3 oranında artarak 13,5 milyar AUD seviyesine ulaşacağı öngörülmektedir. Ayrıca, faiz oranlarındaki değişimlerin ve harcanabilir gelirdeki dalgalanmaların mobilya talebini doğrudan etkilediği ve pandemi döneminde artan talebin sonraki dönemde daha dengeli bir yapıya evrildiği değerlendirilmektedir.

IBISWorld “*Online Household Furniture Sales in Australia*” raporuna göre 2023-24 döneminde çevrim içi ev mobilyası satışları sektör geliri 1,5 milyar AUD seviyesine ulaşmıştır. Sektör gelirin 2024-25 döneminde %3,8 oranında artmasının beklendiği belirtilmektedir. Son beş yıllık dönemde gelirlerin yıllık ortalama %5,7 oranında artış gösterdiği ve 2029-30 dönemine kadar yıllık ortalama %3,5 oranında artarak 1,8 milyar AUD seviyesine ulaşmasının öngörüldüğü ifade edilmektedir. Bunun yanında, internet kullanımının artması, ödeme sistemlerinin gelişmesi ve teslimat altyapısının güçlenmesinin çevrim içi satışları destekleyen unsurlar olduğu belirtilmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Avustralya mobilya sektöründe fiziksel perakende kanalının en büyük paya sahip olduğu, bunun yanında çevrim içi satışların payının istikrarlı biçimde artmaya devam etmesinin beklendiği anlaşılmaktadır. Toptan satış kanalının ise üretim ve perakende arasındaki yapısal bağlantıyı sürdürdüğü ve sektördeki dönüşüm sürecinin önümüzdeki dönemde de devam etmesinin beklendiği değerlendirilmektedir.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti¹

2.1 Mobilya Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024-25)

Sıra No	Ülke Adı	İthalat Değeri (Milyon AUD)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Çin	1.830,6	%75,7
2	Vietnam	167,0	%6,9
3	Malezya	91,8	%3,8
4	İtalya	51,8	%2,1
5	Endonezya	50,5	%2,1
6	Hindistan	40,6	%1,7
7	ABD	30,8	%1,3
8	Polonya	20,0	%0,8
9	Tayvan	18,2	%0,8
10	Yeni Zelanda	15,6	%0,6
16	Türkiye	5,5	%0,2
	Toplam	2.418,7	%100

Kaynak: Avustralya İstatistik Bürosu (Australian Bureau of Statistics, ABS)

2.2 Mobilya Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024-25)

Sıra No	Ülke Adı	İhracat Değeri (Milyon AUD)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Yeni Zelanda	22,6	%31,1
2	ABD	21,1	%29,1
3	Endonezya	3,3	%4,5
4	Hong Kong	2,8	%3,8
5	Papua Yeni Gine	2,5	%3,5
6	Birleşik Krallık	2,1	%2,8
7	Kanada	2,0	%2,7

¹ Bu bölümde yer alan istatistiklerde, 9403.10, 9403.20, 9403.30, 9403.40, 9403.50 ve 9403.60 Gümrük Tarife Pozisyonları kullanılmıştır. İstatistiklerin kaynağı ABS olmakla birlikte, ülke ve Gümrük Tarife Pozisyonu bazında istatistikler ABS tarafından doğrudan kamuya açıklanmamaktadır. Bu çerçevede, söz konusu istatistikler, Queensland Hükümeti İstatistik Ofisi (Queensland Government Statistician's Office) tarafından ABS'ten temin edilerek kamuya açıklanan istatistiklerden derlenmiştir. İlgili istatistikler, finansal yıl (Temmuz-Haziran dönemi) ve AUD bazında açıklanmaktadır.

Sıra No	Ülke Adı	İhracat Değeri (Milyon AUD)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
8	Singapur	1,8	%2,5
9	Çin	1,1	%1,6
10	Fiji	1,0	%1,4
Toplam		72,6	%100

Kaynak: Avustralya İstatistik Bürosu (Australian Bureau of Statistics, ABS)

2.3 Mobilya Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (2024-25)

Sıra No	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İthalat Değeri (Milyon AUD)	Türkiye'den İthalatı (Bin AUD)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
1	9403.60	Diğer ahşap mobilyalar	828,1	1048,0	0,13%
2	9403.20	Metalden diğer mobilyalar	763,6	3721,9	0,49%
3	9403.50	Yatak odası ahşap mobilyaları	511,8	612,5	0,12%
4	9403.40	Mutfak ahşap mobilyaları	160,9	55,5	0,03%
5	9403.10	Büro metal mobilyaları	88,3	27,3	0,03%
6	9403.30	Büro ahşap mobilyaları	66,0	18,2	0,03%
Toplam			2.418,7	5.483,5	0,23%

Kaynak: Avustralya İstatistik Bürosu (Australian Bureau of Statistics, ABS)

2.4 Mobilya Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (2024-25)²

Sıra No	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (Bin AUD)
1	9403.20	Metalden diğer mobilyalar	41.160,5
2	9403.60	Diğer ahşap mobilyalar	12.799,9

² Söz konusu ürün grubunda Avustralya'nın ülkemize kayda değer düzeyde ihracatı bulunmadığından ürün bazında ülkemize ihracata yer verilmemiştir.

Sıra No	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (Bin AUD)
3	9403.10	Büro metal mobilyaları	8.086,3
4	9403.30	Büro ahşap mobilyaları	7.707,1
5	9403.50	Yatak odası ahşap mobilyaları	2.000,3
6	9403.40	Mutfak ahşap mobilyaları	851,9
Toplam			72.605,9

Kaynak: Avustralya İstatistik Bürosu (Australian Bureau of Statistics, ABS)

3. Sektörde Ülkemizden İhracat

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Bin AUD)

Sıra No	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
1	9403.20	Metalden diğer mobilyalar	1.998,9	2.422,2	2.627,9	3.153,6	3.721,9
2	9403.60	Diğer ahşap mobilyalar	1.018,4	2.354,4	1.503,1	869,6	1.048,0
3	9403.50	Yatak odası ahşap mobilyaları	318,3	326,6	669,7	690,4	612,5
4	9403.40	Mutfak ahşap mobilyaları	16,2	5,8	9,0	14,7	55,5
5	9403.10	Büro metal mobilyaları	54,8	73,1	115,1	237,5	27,3
6	9403.30	Büro ahşap mobilyaları	12,1	25,3	295,2	192,6	18,2
Toplam			3.418,8	5.207,4	5.220,0	5.158,5	5.483,5

Kaynak: Avustralya İstatistik Bürosu (Australian Bureau of Statistics, ABS)

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Avustralya'nın yıllar itibarıyla ilgili ürün grubunda eyaletlere göre ithalatı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Sıra No	Eyalet	Değer (Milyon AUD)			Pay (%)		
		2022-23	2023-24	2024-25	2022-23	2023-24	2024-25
1	Victoria	840,75	859,20	919,62	%38,1	%38,5	%38,0
2	New South Wales	741,52	725,50	797,42	%33,6	%32,5	%33,0
3	Queensland	386,67	387,20	409,46	%17,5	%17,4	%16,9
4	Western Australia	179,69	197,23	223,54	%8,1	%8,8	%9,2
5	South Australia	51,83	54,61	58,98	%2,3	%2,4	%2,4
6	Tasmania	3,62	4,17	7,41	%0,2	%0,2	%0,3
7	Northern Territory	3,13	2,03	2,30	%0,1	%0,1	%0,1
8	Australian Capital Territory	-	-	-	%0,0	%0,0	%0,0
Toplam		2.207,22	2.229,93	2.418,73	%100	%100	%100

Kaynak: Avustralya İstatistik Bürosu (Australian Bureau of Statistics, ABS)

Bu çerçevede, Avustralya'nın ilgili ürün grubunda ithalatında 2024-25 finansal yılında %38 oranında pay ile başkenti Melburn olan Victoria eyaletinin ilk sırada yer aldığı ve bunu %33 düzeyinde pay ile başkenti Sidney olan New South Wales eyaletinin izlediği görülmektedir. Bu itibarla, Avustralya'nın mobilya ithalatının büyük ölçüde söz konusu iki eyalette yoğunlaştığı ve toplam ithalatın yaklaşık %71'inin bu eyaletler üzerinden gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

Bu doğrultuda, ilgili sektördeki ihracatçı firmalarımızın Avustralya'ya ihracatta söz konusu iki eyalete öncelik vermelerinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca, %17 düzeyinde pay ile üçüncü sırada yer alan başkenti Brisbane olan Queensland eyaletinin nüfus artışı ve konut yatırımları açısından taşıdığı potansiyel dikkate alındığında, ilgili bölgenin ihracat fırsatları bakımından önem arz ettiği düşünülmektedir. Bunun yanında, yaklaşık %9 paya sahip olan Western Australia eyaletinin de bölgesel talep ve proje bazlı fırsatlar açısından göz önünde bulundurulmasında fayda görülmektedir.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar ve İletişim Bilgileri

Avustralya'da mobilya sektöründe faaliyet gösteren üreticiler, tedarikçiler ve perakendeciler başlıca sektörel birlikler ve meslek kuruluşları çatısı altında temsil edilmektedir. Bu çerçevede, sektörün en önemli çatı kuruluşu Australian Furniture Association (AFA) olup söz konusu kuruluş mobilya değer zinciri boyunca faaliyet gösteren firmaları temsil etmektedir. AFA, sektörün gelişimine yönelik politika savunuculuğu faaliyetleri yürütmekte olup sürdürülebilirlik, kalite standartları ve mesleki eğitim konularında üyelerine rehberlik sağlamaktadır.

Australian Furniture Association (AFA)
İnternet: <https://australianfurniture.org.au/>
E-posta: care@theafa.asn.au
Adres: 3732 G, 470 St Kilda Rd Melbourne VIC 3004

Bunun yanında, özellikle marangozluk, dolap üretimi ve iç mekân uygulamaları alanında faaliyet gösteren işletmeleri temsil eden Australian Cabinet and Furniture Association (ACFA) sektörde önemli bir diğer kuruluştur. Söz konusu kuruluş teknik danışmanlık, mevzuat bilgilendirmesi ve mesleki standartların geliştirilmesi konularında üyelerine destek vermektedir.

Australian Cabinet and Furniture Association (ACFA)
İnternet: <https://www.acfa.net.au/>
E-posta: info@acfa.net.au
Adres: Unit 1/1 Sailfind Place, Somersby NSW 2250
Telefon: (+61 2) 4340 2000

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Avustralya mobilya sektöründe faaliyet gösteren ithalatçı ve tedarikçi firmalara ilişkin bilgilere ulaşmak amacıyla sektörel birlikler tarafından oluşturulan firma dizinleri önemli bir kaynak teşkil etmektedir. Bu çerçevede, Australian Furniture Association (AFA) bünyesinde yer alan tedarikçi dizini üzerinden sektörde faaliyet gösteren üretici, ithalatçı ve tedarikçi firmalara erişim sağlanabilmekte olup söz konusu dizine <https://australianfurniture.org.au/find-an-accredited-supplier/> adresinden ulaşılması mümkündür.

Bunun yanında, Australian Cabinet and Furniture Association (ACFA) bünyesinde yer alan üye firma arama sistemi aracılığıyla sektörde faaliyet gösteren işletmelere erişim sağlanabilmekte olup özellikle marangozluk, iç mekân uygulamaları ve özel üretim alanında faaliyet gösteren firmalara <https://acfa.powerappsportals.com/Find-A-Member/> adresinden ulaşılması mümkündür.

Buna ilave olarak, IBISWorld “*Furniture Retailing in Australia*” raporuna göre Avustralya mobilya perakende sektöründe öne çıkan firmalar arasında Harvey Norman, IKEA ve Amart Furniture gibi büyük ölçekli zincirlerin yer aldığı görülmektedir. Söz konusu firmaların aynı zamanda önemli ithalatçı konumunda bulunduğu ve geniş tedarik zinciri ağları üzerinden ürün temin ettikleri anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, ilgili firmaların tedarikçi ağları ve satın alma süreçleri üzerinden sektöre giriş imkanlarının değerlendirilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Ayrıca, Avustralya’da faaliyet gösteren firmalara ilişkin genel arama yapılabilecek çevrim içi platformlar da bulunmaktadır. Bu kapsamda, Yellow Pages ve benzeri firma rehberleri ile LinkedIn gibi profesyonel ağlar üzerinden sektör bazlı firma taraması yapılabilmekte olup ithalatçı firmalara doğrudan erişim sağlanmasına imkan tanınmaktadır.

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Avustralya’ya mobilya ithalatında genel olarak ithalat lisansı zorunluluğu bulunmamakta olup ithalat işlemleri standart gümrük beyanı çerçevesinde yürütülmektedir. Bu kapsamda, ithalat sırasında ticari fatura, paketleme listesi ve taşıma belgesi (konşimento) temel belgeler arasında yer almaktadır.

Bunun yanında, ahşap ve bitkisel materyal içeren mobilya ürünlerinde biyogüvenlik mevzuatı kapsamında ilave belgeler talep edilebilmektedir. Bu çerçevede, ürünün niteliğine bağlı olarak bitki sağlığı sertifikası veya uygulanan işlemlere ilişkin sertifikaların ibraz edilmesi gerekebilmektedir.

Ayrıca, ithal edilen ürünlerin beyanına ilişkin bilgiler elektronik ortamda Avustralya gümrük sistemi üzerinden sunulmakta olup beyan edilen bilgilerin doğruluğu ithalatçı sorumluluğunda bulunmaktadır.

4.4 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?

Avustralya'ya mobilya ithalatında genel anlamda tüm ürünler için zorunlu bir sevk öncesi inceleme uygulaması bulunmamaktadır. Bununla birlikte, ahşap ve bitkisel materyal içeren mobilya ürünlerinde biyogüvenlik mevzuatı kapsamında sevk öncesinde belirli işlemlerin ve uygunluk şartlarının yerine getirilmesi gerekmektedir.

Bu çerçevede, işlenmiş ahşap ürünlerde temel yaklaşım sevk öncesinde zararlı organizma riskinin ortadan kaldırılması olup ürünlerin bitki sağlığı açısından uygunluğunun sağlanması gerekmektedir. Bu kapsamda, ürünlere ihracat öncesinde fumigasyon, ısı işlem, fırın kurutma veya benzeri işlemlerin uygulanması ve bu işlemlerin uygun belgelerle tevsik edilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, ürün bazında biyogüvenlik ithalat koşullarının BICON sistemi üzerinden <https://bicon.agriculture.gov.au/> adresinden sorgulanması mümkün bulunmaktadır.

Bunun yanında, söz konusu işlemlerin yetkilendirilmiş ve Avustralya makamlarınca kabul edilen işlem sağlayıcılar tarafından gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, onaylı işlem sağlayıcılara ilişkin listeye <https://www.agriculture.gov.au/biosecurity-trade/import/before/prepare/treatment-outside-australia/pre-border-biosecurity-treatment-providers> adresinden ulaşılabilmektedir.

Ayrıca, belirli ülkelerden ve belirli dönemlerde yapılan sevkiyatlarda Brown Marmorated Stink Bug (BMSB) riski nedeniyle sevk öncesi ilave işlemler ve kontroller uygulanabilmektedir. Bu kapsamda, özellikle Eylül–Nisan döneminde gerçekleştirilen sevkiyatlarda ürünlerin sevk öncesinde işleme tabi tutulması veya ilave kontrollerden geçirilmesi söz konusu olabilmektedir.

4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar (milli katılım olup olmadığı) ve Tarihleri

Avustralya'da mobilya sektörüne yönelik en önemli ihtisas fuarı Australian International Furniture Fair (AIFF, <https://aiff.net.au/>) olup söz konusu fuar her yıl Melburn'de düzenlenmektedir. 2026 yılı itibarıyla fuar 15-17 Temmuz 2026 tarihleri arasında Melbourne Convention and Exhibition Centre'da (MCEC) gerçekleştirilecektir. AIFF, perakendeciler, ithalatçılar ve ticari alıcıların katılım sağladığı ve sektörde yeni ürünlerin tanıtıldığı başlıca ticari platform niteliğindedir.

Bunun yanında, söz konusu fuar ile eşzamanlı olarak düzenlenen Decor + Design (<https://decordesigntshow.com.au/>) fuarı da mobilya, iç mekân tasarımı ve dekorasyon alanlarında faaliyet gösteren firmalar açısından önemli bir etkinlik olup söz konusu fuar özellikle iç mekân tasarımı, malzeme ve dekorasyon ürünleri ile birlikte mobilya sektörüne de hitap etmektedir.

Bu çerçevede, her iki organizasyon da 2026 yılında Ticaret Bakanlığımızca bireysel katılımı desteklenen etkinlikler listesine eklenmiştir.

4.6 Sektör Firmalarına Hitap Eden ve Gerçekleştirilmesi Planlanan Ticaret Heyetleri

Mobilya sektöründe Avustralya'ya yönelik olarak halihazırda düzenlenmesi planlanan bir ticaret heyeti organizasyonu bulunmamaktadır.

4.7 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

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 (ACT): <https://tenders.act.gov.au>

Northern Territory: <https://tendersonline.nt.gov.au/Tender/List/#!/Current>

4.8 Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Ülkemiz ile Avustralya arasında bir STA/TTA bulunmamaktadır. Öte yandan, Avustralya'da ithalatta %0-%5 düzeyinde gümrük vergisi uygulanmakta olup ülkemiz ile imzalanmış bir STA/TTA bulunmaması gümrük vergileri boyutuyla ihracatımız için önemli bir engel teşkil etmemektedir.

Bunun yanında, Avustralya'nın yürürlüğe koyduğu, imzalamış olduğu ve müzakerelerini sürdürdüğü STA/TTA'lara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Yürürlükteki Anlaşmalar

- Avustralya-Yeni Zelanda Serbest Ticaret Anlaşması (ANZCERTA veya CER) – 1 Ocak 1983
- Singapur-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (SAFTA) – 28 Temmuz 2003
- Tayland-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (TAFTA) – 1 Ocak 2005
- Avustralya-ABD Serbest Ticaret Anlaşması (AUSFTA) – 1 Ocak 2005
- Avustralya-Şili Serbest Ticaret Anlaşması (ACI-FTA) – 6 Mart 2009
- ASEAN-Avustralya-Yeni Zelanda Serbest Ticaret Anlaşması (AANZFTA) – 1 Ocak 2010
- Malezya-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (MAFTA) – 1 Ocak 2013
- Kore-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (KAFTA) – 12 Aralık 2014
- Japonya-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (JAEPa) – 15 Ocak 2015
- Çin-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (ChAFTA) – 20 Aralık 2015
- Trans-Pasifik Ortaklık Kapsamlı ve Kademeli Ortaklık Anlaşması (CPTPP) – 30 Aralık 2018
- Avustralya -Hong Kong Serbest Ticaret Anlaşması (A-HKFTA) – 17 Ocak 2020
- Peru-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (PAFTA) – 11 Şubat 2020
- Endonezya-Avustralya Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (IA-CEPA) – 5 Temmuz 2020
- Pasifik Yakın Ekonomik İlişkiler Anlaşması (PACER) – 13 Aralık 2020
- Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (RCEP) – 1 Ocak 2022
- Avustralya-Hindistan Ekonomik İşbirliği ve Ticaret Anlaşması (ECTA) – 29 Aralık 2022
- Avustralya-Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması (A-UKFTA) – 31 Mayıs 2023
- Avustralya-BAE Kapsamlı Ekonomik İşbirliği Anlaşması (CEPA) – 1 Ekim 2025

İmzalanan Ancak Henüz Yürürlüğe Girmemiş Olan Anlaşmalar

- Trans Pasifik Ortaklığı (TPP)
- Avustralya-Avrupa Birliği Serbest Ticaret Anlaşması

Müzakereleri Devam Etmekte Olan Anlaşmalar

- Avustralya-Hindistan Kapsamlı Ekonomik İşbirliği Anlaşması (CECA)

4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Ülkemiz ile Avustralya arasında bir STA/TTA bulunmamaktadır. Bununla birlikte, Avustralya ülkemize "gelişmekte olan ülkeler statüsü" kapsamında tercihli uygulama yaptığından, ihraç etmek istenilen ürünün karşısında gösterilen gümrük vergisi sütununda "DCS- Developing Countries Subject " ibaresi bulunması halinde söz konusu ibarenin karşısında yer alan gümrük vergisi ülkemiz menşeli ürüne uygulanan vergiyi göstermektedir. Örnek olarak, "DCS: Free" ibaresi varsa, ülkemiz menşeli ürün belirlenmiş olan vergiden muaftır. Bununla birlikte, istisnai ürünler hariç olmak üzere, Avustralya ithalatta %10 oranında GST vergisi uygulamakta olup, söz konusu GST vergisi ülkemizdeki KDV uygulamasına benzer şekilde hem ithal hem de iç piyasa satışlarına uygulanan dahili vergi niteliğindedir. Türkiye'nin de yer aldığı "DCS" grubundaki listeye ise <https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/tariff-classification/current-tariff/schedule-1> adresinden "Part-4" kısmından ulaşılabilmektedir.

4.10 Sektörde Standartlar

Avustralya'da mobilya sektörüne ilişkin standartlar genel olarak ürün güvenliği, dayanıklılık, yangın güvenliği ve kimyasal içerik düzenlemeleri çerçevesinde belirlenmektedir. Bu kapsamda, mobilya ürünleri için zorunlu ve ihtiyari standartlar birlikte uygulanmakta olup standartların önemli bir bölümü Australian/New Zealand Standards (AS/NZS) sistemi kapsamında düzenlenmektedir.

Bu çerçevede, özellikle ev ve ofis mobilyalarına yönelik olarak AS/NZS standartları kapsamında dayanıklılık, stabilite ve güvenlik kriterleri belirlenmiş olup üretici ve ithalatçıların ürünlerini bu standartlara uygun şekilde piyasaya arz etmeleri beklenmektedir. Söz konusu standartlar genel olarak ihtiyari nitelikte olmakla birlikte, perakende zincirleri ve kurumsal alıcılar tarafından fiilen zorunlu hale getirilebilmektedir. Ayrıca, söz konusu standartların <https://www.standards.org.au/> adresi üzerinden ücreti karşılığında temin edilmesi mümkündür.

Bunun yanında, çocuklara yönelik mobilya ve belirli ürün gruplarında zorunlu güvenlik düzenlemeleri uygulanmaktadır. Bu kapsamda, özellikle çocuk mobilyaları ve ranza gibi ürünlerde zorunlu güvenlik standartlarının sağlanması gerekmektedir.

Ayrıca, döşemeli mobilyalarda kullanılan malzemeler bakımından yangın güvenliği ve kimyasal içeriklere ilişkin düzenlemeler söz konusu olabilmektedir. Bu kapsamda, özellikle köpük ve tekstil bileşenlerinde yangınlık ve zararlı kimyasallar açısından belirli gereklilikler uygulanmaktadır.

Bunun yanında, sürdürülebilirlik ve çevresel standartlar da sektörde giderek önem kazanmaktadır. Bu çerçevede, ahşap ürünlerde sürdürülebilir orman yönetimi sertifikaları ve düşük emisyonlu malzeme kullanımı gibi uygulamalar piyasa tarafından göz önünde

bulundurulabilmekte olup özellikle büyük perakendeciler tarafından tedarikçilerden bu yönde belgeler talep edilebilmektedir. Bu kapsamda, söz konusu alanlarda faaliyet gösteren uygunluk değerlendirme kuruluşlarının akreditasyonu JAS-ANZ sistemi çerçevesinde yürütülmekte olup sertifikasyon için uygunluk değerlendirme kuruluşlarına <https://register.jasanz.org/accredited-bodies> adresi üzerinden erişim sağlanabilmektedir.

4.11 Sektörde Etiketleme

Avustralya’da mobilya sektörüne ilişkin genel ve tüm ürün gruplarını kapsayan zorunlu bir etiketleme standardı bulunmamakla birlikte, ürün güvenliği, menşe bilgisi ve tüketici bilgilendirmesi kapsamında çeşitli düzenlemeler uygulanmaktadır.

Bu çerçevede, Avustralya Tüketici Hukuku kapsamında piyasaya arz edilen ürünlerin tüketiciyi yanıltıcı veya eksik bilgi içermemesi gerekmekte olup ürünlere ilişkin doğru ve açık bilgilendirme yapılması zorunludur. Bu kapsamda, ürünün niteliği, bileşenleri ve kullanımına ilişkin bilgilerin doğru şekilde beyan edilmesi gerekmektedir.

Bunun yanında, ürünlerin menşe ülkesine ilişkin etiketleme yükümlülükleri söz konusu olup özellikle “Made in”, “Product of” veya “Designed in” gibi ifadelerin belirli kurallara uygun şekilde kullanılması gerekmektedir. Bu kapsamda, menşe beyanlarının doğruluğu ve yanıltıcı olmaması temel bir yükümlülük olarak öne çıkmaktadır.

Ayrıca, döşemeli mobilyalarda kullanılan tekstil ve dolgu malzemelerine ilişkin içerik bilgileri ile bakım talimatlarının ürün üzerinde veya ürünle birlikte sunulması piyasa uygulaması olarak yaygın şekilde görülmektedir. Bu tür bilgilendirmeler özellikle tüketici beklentileri ve perakende zincirlerinin talepleri doğrultusunda önem kazanmaktadır.

Bunun yanında, çocuklara yönelik mobilya ve belirli ürün gruplarında güvenlik uyarıları ve kullanım talimatlarına ilişkin ilave etiketleme gereklilikleri söz konusu olabilmektedir. Bu kapsamda, ürünün güvenli kullanımına yönelik uyarıların açık ve anlaşılır şekilde sunulması gerekmektedir.

4.12 Sektörde Ambalajlama

Avustralya’ya mobilya ithalatında ambalajlama uygulamaları genel olarak biyogüvenlik mevzuatı ve taşıma standartları çerçevesinde belirlenmektedir. Bu kapsamda, ambalaj malzemelerinin zararlı organizma riski taşımaması ve ithalat koşullarına uygun olması temel bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

Bu çerçevede, özellikle ahşap ambalaj malzemeleri için uluslararası ISPM 15 standardı kapsamında belirlenen şartlara uyum aranmakta olup söz konusu ambalajların uygun şekilde işlenmiş ve işaretlenmiş olması gerekmektedir. Bu kapsamda, ahşap ambalaj malzemelerinin ısı işlem veya fumigasyon gibi işlemlerden geçirilmiş olması ve uluslararası geçerliliğe sahip ISPM 15 işaretini (IPPC damgası) taşıması beklenmektedir. Ayrıca, söz konusu ambalaj malzemelerinin kabuk içermemesi temel bir gereklilik olup bu husus biyogüvenlik risklerinin azaltılması açısından önem taşımaktadır.

Bunun yanında, ISPM 15 standardına uygun ambalajlar kabul edilmekle birlikte, BICON sistemi kapsamında alternatif işlem yöntemlerinin de belirli koşullarda kabul edilebildiği görülmektedir. Bu itibarla, ambalajlama koşullarının ürün ve sevkiyat bazında ayrıca değerlendirilmesi gerekmektedir.

Ayrıca, ambalaj malzemelerinin temiz, yeni ve kullanılmamış olması gerekmekte olup toprak, bitki kalıntısı, tohum, böcek veya diğer biyogüvenlik riski taşıyan unsurları içermemesi zorunludur. Aksi durumda, ambalaj malzemeleri sınırda denetime tabi tutulabilmekte ve gerekli görülmesi halinde işleme tabi tutulabilmekte, yeniden ihraç edilebilmekte veya imha edilebilmektedir.

Bunun yanında, ürünlerin ambalajlanmasında kullanılan malzemelerin sevkiyat sırasında kontaminasyona yol açmayacak şekilde seçilmesi ve ürünlerin taşınma sürecinde yeniden bulaş riskine maruz kalmaması gerekmektedir. Bu kapsamda, özellikle uzun süreli denizyolu taşımalarında ambalaj bütünlüğü ve koruma koşulları önem arz etmektedir.

Ayrıca, ithalat işlemleri sırasında konteyner temizliği ve yükleme koşulları da değerlendirilmekte olup ambalajlama ile birlikte taşıma ekipmanlarının da biyogüvenlik açısından uygun olması gerekmektedir.

4.13 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.)

Avustralya'nın mobilya ithalatında lojistik süreçler büyük ölçüde denizyolu taşımacılığı üzerinden yürütülmektedir. Mobilya ürünlerinin hacimli ve nispeten düşük birim değerli olması nedeniyle maliyet avantajı sağlayan denizyolu taşımacılığı sektörü açısından en yaygın tercih edilen taşıma modu olarak öne çıkmaktadır.

Bu çerçevede, ülkemizden Avustralya'ya gerçekleştirilen denizyolu taşımalarında transit süreleri çıkış ve varış limanına bağlı olarak değişmekle birlikte genel olarak 45-60 gün aralığında gerçekleşmektedir. Söz konusu süreler doğrudan hat bulunmaması nedeniyle çoğunlukla aktarmalı taşımacılık kapsamında oluşmakta olup başlıca aktarma noktaları arasında başta Singapur olmak üzere Asya merkezli limanlar yer almaktadır. Ayrıca, liman yoğunlukları ve aktarma sürelerine bağlı olarak toplam nakliye süresinin daha da uzayabildiği görülmektedir.

Bunun yanında, Avustralya'da mobilya ithalatının yoğunlaştığı başlıca limanlar arasında Melbourne, Sydney (Port Botany) ve Brisbane limanları öne çıkmakta olup söz konusu limanlar ülkenin en büyük tüketim merkezlerine hizmet vermektedir. Bu çerçevede, ithalatın büyük bölümü Victoria ve New South Wales eyaletlerine yönelmektedir.

Havayolu taşımacılığı ise yüksek maliyet yapısı nedeniyle mobilya sektöründe sınırlı ölçüde kullanılmakta olup yalnızca küçük hacimli, yüksek değerli veya acil sevkiyatlarda tercih edilmektedir. Bu itibarla, sektör açısından havayolu taşımacılığı istisnai bir taşıma modu olarak değerlendirilmektedir.

4.14 Dağıtım Kanalları

Avustralya mobilya sektöründe dağıtım kanalları genel olarak toptancılar, perakendeciler ve çevrim içi satış platformları üzerinden şekillenmektedir. Bu çerçevede, sektörün dağıtım yapısının çok kanallı bir görünüm arz ettiği ve son yıllarda çevrim içi satış kanallarının giderek artan bir önem kazandığı görülmektedir.

Bu kapsamda, mobilya ürünleri büyük ölçüde yerli üreticilerden veya ithalat yoluyla temin edilmekte ve toptancı firmalar aracılığıyla perakendecilere ulaştırılmaktadır. Toptancılar, üretici ile perakendeci arasında bir köprü görevi görmekte olup özellikle stok yönetimi, lojistik ve dağıtım süreçlerinde önemli rol oynamaktadır. Bununla birlikte, son dönemde perakendecilerin doğrudan ithalat yapma eğiliminin arttığı ve bazı durumlarda toptancıların devre dışı bırakıldığı bir yapının da söz konusu olduğu görülmektedir.

Bunun yanında, mobilya perakendeciliği sektörü hem fiziksel mağazalar hem de çevrim içi satış kanalları üzerinden faaliyet göstermektedir. Bu çerçevede, büyük ölçekli zincir mağazalar, franchise yapıları ve bağımsız perakenciler sektörün temel aktörleri arasında yer almaktadır.

Ayrıca, çevrim içi satış kanalları son yıllarda sektör içerisinde artan bir paya sahip olup hem yalnızca çevrim içi faaliyet gösteren firmaların hem de fiziksel mağazaların dijital satış kanalları üzerinden hizmet verdikleri görülmektedir. Bu kapsamda, sektörün çok kanallı bir yapıya evrildiği ve fiziksel mağaza ile çevrim içi satış kanallarının birlikte kullanıldığı bir modelin yaygınlaştığı anlaşılmaktadır.

Bunun yanında, büyük perakencilerin önemli bir kısmının doğrudan ithalat yaptığı ve kendi tedarik zincirlerini yönettiği görülmekte olup bu durum dağıtım kanallarında dikey entegrasyon eğilimini güçlendirmektedir. Bu çerçevede, ithalatçı-perakendeci modelinin Avustralya mobilya sektöründe giderek hakim model haline geldiği değerlendirilmektedir.

4.15 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

Avustralya mobilya sektöründe e-ticaret kanalı son yıllarda büyüme eğilimi göstermiş olup e-ticaret fiziksel perakende kanalları ile birlikte kullanılan tamamlayıcı bir satış kanalı niteliğindedir. Bu çerçevede, sektörde çevrim içi satışların payının artmakta olduğu, ancak mobilya ürünlerinin yapısı gereği fiziksel mağazaların önemini koruduğu görülmektedir.

Bu kapsamda, e-ticaret faaliyetleri hem perakencilerin kendi çevrim içi satış kanalları hem de pazar yerleri (marketplace) üzerinden yürütülmektedir. Avustralya'da mobilya sektöründe öne çıkan başlıca çevrim içi satış platformları aşağıda yer almaktadır:

- Amazon Australia
- Temple & Webster
- eBay Australia

Bu çerçevede, özellikle Amazon Australia ve eBay Australia gibi genel pazar yerlerinin geniş ürün çeşitliliği ve lojistik altyapıları ile öne çıktığı, Temple & Webster platformunun ise yalnızca mobilya ve ev dekorasyonu odaklı faaliyet gösteren yerel bir oyuncu olarak sektörde önemli bir konuma sahip olduğu görülmektedir.

Bunun yanında, Avustralya mobilya sektöründe e-ticaret yapısının büyük ölçüde çok kanallı (omni-channel) bir model üzerine kurulu olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, büyük perakencilerin önemli bir kısmının hem fiziksel mağaza hem de çevrim içi satış kanallarını birlikte kullandığı ve tüketicilerin satın alma sürecinde bu kanallar arasında geçiş yaptığı görülmektedir.

Sınır ötesi e-ticaret açısından değerlendirildiğinde, mobilya ürünlerinin hacimli yapısı, yüksek taşıma maliyetleri ve iade sürelerinin zorluğu nedeniyle doğrudan tüketiciye satış modelinin sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, pazara girişte pazar yeri entegrasyonu, yerel distribütörler ile çalışma veya Avustralya içinde stok ve dağıtım altyapısı kurulması gibi modellerin pazarda tutunma adına daha etkin sonuç vereceği düşünülmektedir.

4.15.1 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Gün	Tarih
Australia Day	26 Ocak
Back to School Sale	Ocak-Şubat
Valentine's Day	14 Şubat
Easter	5 Nisan (2026)
Mother's Day	Mayıs Ayının İkinci Pazar Günü
End of Financial Year Sale	Haziran
Black Friday	Kasım Ayının Son Cuma Günü
Cyber Monday	Black Friday Sonrası Pazartesi Günü
Christmas Sales	Aralık
Free Shipping Day	14 Aralık
Boxing Day	26 Aralık

4.15.2 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Avustralya'da sosyal medya kullanımı yaygın olup sosyal medya platformları sektörde dijital pazarlama faaliyetleri açısından önemli bir araç niteliğindedir. Bu çerçevede, Facebook, YouTube ve Instagram platformlarının en yaygın kullanılan sosyal medya kanalları arasında yer aldığı görülmektedir. Bunun yanında, son yıllarda TikTok platformunun kullanıcı sayısında hızlı bir artış yaşandığı ve ilgili platformun özellikle genç tüketici grupları açısından önem kazandığı anlaşılmaktadır.

Ayrıca, LinkedIn platformu profesyonel ağlar ve iş geliştirme faaliyetleri açısından Avustralya'da öne çıkmakta olup özellikle söz konusu platform B2B ilişkilerde etkin şekilde kullanılmaktadır. Pinterest platformunun ise görsel ağırlıklı yapısı nedeniyle mobilya ve iç mekân tasarımı sektörlerinde pazarlama aracı olarak önem taşıdığı değerlendirilmektedir.

4.15.3 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Avustralya'ya e-ticaret yoluyla yapılan satışlarda vergi yükümlülükleri eşyanın kıymetine bağlı olarak farklı uygulamalara tabi tutulmaktadır. Bu çerçevede, düşük bedelli ithal eşya (low value imported goods) olarak tanımlanan 1.000 AUD ve altındaki gönderiler ile bu değer üzerinde gönderiler arasında uygulama farklılıkları bulunmaktadır.

Bu kapsamda, 1.000 AUD ve altındaki e-ticaret gönderilerinde gümrük vergisi genellikle uygulanmamakta olup söz konusu ürünler için %10 oranında Mal ve Hizmet Vergisi (GST) satış

aşamasında tahsil edilmektedir. Bu çerçevede, yurt dışındaki tedarikçinin Avustralya’da GST kaydı olmayan nihai tüketicilere yaptığı satışların son 12 aylık dönemde toplam 75.000 AUD’yi aşması durumunda, söz konusu tedarikçinin Avustralya GST sistemine kaydolması ve tahsil ettiği vergiyi Avustralya vergi idaresine (Australian Taxation Office-ATO) beyan etmesi gerekmektedir.

Bunun yanında, satışın bir elektronik ticaret platformu veya pazar yeri üzerinden gerçekleştirilmesi durumunda, GST yükümlülüğünün çoğunlukla platform işletmecisi tarafından yerine getirildiği görülmektedir.

Diğer taraftan, 1.000 AUD’nin üzerindeki gönderilerde ise ithalat işlemleri standart gümrük sürecine tabi tutulmakta olup söz konusu eşya için %10 GST ve varsa gümrük vergisinin ithalat aşamasında ödenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, söz konusu gönderiler için gümrük beyannamesi verilmesi zorunludur.

Konuya ilişkin gerekli bilgilere, <https://www.abf.gov.au/buying-online/buying-online> ve <https://www.ato.gov.au/business/international-tax-for-business/non-resident-businesses-and-GST/> adreslerinden erişilmesi mümkün bulunmaktadır.

4.15.4 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Avustralya’da elektronik işlemler ile ilgili hukuki çerçeve, “Electronic Transactions Act 1999 (Elektronik İşlemler Yasası)” ve “Electronic Transactions Regulations 2020 (Elektronik İşlemler Yönelikli)” kapsamında belirlenmiştir.

Bu kapsamda, Avustralya’da elektronik işlemlerin uzun zamandır düzenlemelere tabi tutulduğu göz önüne alındığında, ülkenin e-ticaret açısından elverişli bir hukuki düzene sahip olduğu çıkarımında bulunmak mümkündür. Bunun yanı sıra, Avustralya’da münhasıran e-ticarete yönelik olarak uygulanan bir kanuni düzenleme bulunmamakta olup tüketici haklarının korunmasına ilişkin “The Australian Consumer Law (Avustralya Tüketici Yasası)”, kullanıcı onayı olmadan spam mesaj gönderilmesinin yasaklanmasına ilişkin “Australian Spam Act 2003 (Avustralya Spam Yasası)” ve kişisel verilerin korunmasına ilişkin “The Privacy Act 1988 (Mahremiyet Yasası)” hükümleri e-ticaret için de uygulanmaktadır.

Bununla birlikte, Avustralya Hazinesi tarafından yayımlanmış olan “The Australian Guidelines for Electronic Commerce³ (Elektronik Ticaret İçin Avustralya Yönergesi)”, ülkede e-ticarette uyulması gereken genel prensipleri düzenlemektedir. Söz konusu düzenlemede, e-ticarette adil ticaret ilkeleri olarak,

- Yanıltıcı veya aldatıcı işlemlerde bulunulmaması,
- Ürünler ve hizmetlerle ilgili yanlış ve yanıltıcı sunumlar yapılmaması,
- Satış veya ödeme için tüketicilerin taciz edilmemesi veya baskı altında tutulmaması,
- Sözleşme şartlarının tedarikçinin meşru çıkarlarını korumak için makul ölçüde gerekli olmasını sağlamak da dahil olmak üzere aşırı davranışlarda bulunulmaması,
- Tedarik edilen malların tanımına uygun olduğundan emin olunması,

³ <https://treasury.gov.au/publication/the-australian-guidelines-for-electronic-commerce/the-australian-guidelines-for-electronic-commerce>

- Tedarik edilen malların satılabilir kalitede olmasının ve tüketici tarafından tedarikçiye bildirilen herhangi bir amaca uygun olmasının sağlanması,

- Sağlanan hizmetlerin gereken özen ve beceriyle sunulmasının ve tüketici tarafından tedarikçiye bildirilen herhangi bir amaca makul ölçüde uygun olmasının sağlanması sayılmaktadır.

Bununla birlikte, Avustralya'nın imzaladığı 19 Serbest Ticaret Anlaşması'nın (STA) 16'sında e-ticaret fasılları bulunmaktadır. Bunlar; ASEAN-Avustralya-Yeni Zelanda, Şili, Çin, Hong Kong, Endonezya, Japonya, Güney Kore, Malezya, Peru, Singapur, Tayland, Birleşik Krallık, Birleşik Devletler, Birleşik Arap Emirlikleri ile Trans-Pasifik Ortaklığı için Kapsamlı ve Aşamalı Anlaşma (CPTTP) ve Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (RCEP)'dir.

Avustralya hükümetinin STA'larını güncel ve iş dünyasıyla ilgili tutma taahhüdünün bir parçası olarak, dijital ticaret hükümleri Avustralya'nın müzakere ettiği STA'ların önemli bir parçası olmaktadır. Söz konusu STA'lar dijital işletmelerdeki yatırımcılara birtakım avantajlar sağlayan kuralların yanı sıra işletmeler ve tüketiciler için teknolojik ürünlerde tarife indirimini desteklemektedir.

Avustralya'nın ilgili kurumu Department of Foreign Affairs and Trade (Dışişleri ve Ticaret Bakanlığı)'in internet sayfasında⁴, Avustralya'nın STA müzakerelerinde dijital ticaret ve dijital ekonomi başlıklarındaki temel prensipleri özetlenmektedir. Buna göre e-ticaret açısından değerlendirildiğinde, e-ticarete ilişkin düzenlemelerin kamuya açık olmasına ilişkin “şeffaflık” prensibi, e-ticaret tüketicilerinin geleneksel tüketicilerin sahip olduğu haklara sahip olmasına ilişkin “çevrim içi tüketicinin korunması” prensibi, “çevrim içi tüketicilerin kişisel verilerinin korunması” prensibi, “çevrim içi tüketicilerin spam mesajlara karşı korunması” prensibi ve “e-ticarete gümrük vergisi uygulanmaması” prensibi ön plana çıkmaktadır.

4.15.5 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar v.b.)

Avustralya'da e-ticaret faaliyetleri kapsamında lojistik hizmetler ağırlıklı olarak hızlı kargo firmaları ile üçüncü parti lojistik hizmet sağlayıcılar (3PL) tarafından sunulmaktadır. Bu çerçevede, siparişlerin tüketiciye ulaştırılması ve depolama-dağıtım süreçleri farklı hizmet sağlayıcılar aracılığıyla yürütülmektedir.

Hızlı Kargo ve Dağıtım Hizmetleri

Avustralya'da e-ticaret gönderilerinde en yaygın kullanılan dağıtım firmaları aşağıda yer almaktadır:

- Australia Post
- DHL
- FedEx
- UPS
- Aramex

Bu çerçevede, özellikle Australia Post'un ülke genelindeki yaygın dağıtım ağı sayesinde e-ticaret teslimatlarında en önemli aktör olduğu, uluslararası kargo firmalarının ise sınır ötesi gönderilerde ve hızlı teslimat gerektiren durumlarda öne çıktığı görülmektedir.

⁴ <https://www.dfat.gov.au/trade/services-and-digital-trade/e-commerce-and-digital-trade>

Sipariş Karşılama (Fulfilment) ve Depolama Hizmetleri

Avustralya'da e-ticaret kapsamında depolama, stok yönetimi ve sipariş hazırlama süreçleri üçüncü parti lojistik (3PL) firmaları tarafından yürütülmektedir. Bu kapsamda öne çıkan başlıca firmalar aşağıda yer almaktadır:

- Linfox
- CEVA Logistics
- Yusen Logistics
- eStore Logistics
- Orange Connex

Bunun yanında, söz konusu firmaların depolama, sipariş hazırlama, envanter yönetimi ve son kilometre dağıtım entegrasyonu gibi hizmetleri entegre şekilde sunduğu görülmektedir. Bu çerçevede, Avustralya pazarına yönelik e-ihracat faaliyetlerinde yerel fulfilment hizmetlerinden yararlanılmasının teslimat süreleri ve müşteri memnuniyeti açısından önem arz ettiği değerlendirilmektedir.

4.16 Tanıtım ve Pazarlama

Avustralya ekonomisinde hanehalkı tüketim harcamalarının önemli bir paya sahip olduğu ve kişi başı gelir düzeyinin yüksekliği dikkate alındığında, ülkenin güçlü bir tüketim pazarı sunduğu görülmektedir. Bu çerçevede, mobilya ve ev dekorasyonu ürünlerinde marka algısı, kalite algısı ve güven unsurlarının satın alma kararları üzerinde belirleyici rol oynadığı değerlendirilmektedir.

Bu kapsamda, Avustralya mobilya pazarında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin çok kanallı bir yapı üzerinden yürütüldüğü görülmektedir. Sektörde geleneksel medya araçları belirli ölçüde önemini korumakla birlikte, dijital pazarlama ve sosyal medya kanallarının giderek daha fazla öne çıktığı anlaşılmaktadır.

Bu çerçevede, sosyal medya platformları tüketiciye doğrudan erişim açısından önemli araçlar konumunda olup özellikle görsel ağırlıklı içeriklerin öne çıktığı mobilya sektöründe Instagram ve Pinterest platformlarının ürün keşfi süreçlerinde etkili olduğu görülmektedir. Bunun yanında, Facebook platformu geniş kullanıcı tabanı sayesinde marka bilinirliği ve hedefli reklam kampanyaları açısından önemini korumaktadır. TikTok platformunun ise özellikle genç tüketici gruplarına erişimde giderek daha fazla kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Bunun yanında, B2B pazarlama faaliyetlerinde LinkedIn platformunun öne çıktığı ve ithalatçı, distribütör ve perakendecilere yönelik iş geliştirme faaliyetlerinde etkin bir araç olarak kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca, sektörel fuarlar ve yüz yüze iş görüşmeleri Avustralya pazarında güvene dayalı iş ilişkileri açısından önemini korumaktadır.

Bununla birlikte, Avustralya tüketici davranışlarının incelenmesi neticesinde, ürün satın alma sürecinde çevrim içi araştırma ve karşılaştırma eğiliminin yüksek olduğu, tüketicilerin ürün yorumlarına, teslimat süresine ve iade koşullarına büyük önem verdiği görülmektedir. Bu çerçevede, dijital görünürlük, kullanıcı deneyimi ve satış sonrası hizmetler pazarlama stratejisinin önemli bileşenleri arasında yer almaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Avustralya mobilya sektöründe başarılı bir pazarlama stratejisinin dijital kanallar, sosyal medya, pazar yeri platformları ve fiziksel temas noktalarının

birlikte kullanıldığı entegre bir yaklaşım gerektirdiği ve özellikle güven, kalite algısı ve müşteri deneyiminin ön plana çıktığı görülmektedir.

4.17 Sektörde Tüketici/Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

IBISWorld raporlarına göre Avustralya mobilya sektöründe tüketici talebi büyük ölçüde hanehalkı gelir düzeyi, tüketici güveni ve konut piyasasındaki gelişmelere bağlı olarak şekillenmektedir. Bu çerçevede, ekonomik belirsizlik dönemlerinde mobilya gibi ihtiyari harcamalarda temkinli davranıldığı, harcanabilir gelir artışı ve tüketici güvenindeki iyileşmenin ise talebi desteklediği görülmektedir.

Bu kapsamda, sektörde talebin ağırlıklı olarak oturma ve yemek odası mobilyalarında yoğunlaştığı ve söz konusu ürün grubunun sektör gelirleri içerisinde en yüksek paya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bunu yatak odası mobilyaları izlemekte olup tüketicilerin ürün seçiminde tasarım, ölçü, kullanım esnekliği ve yaşam alanına uyum gibi unsurlara önem verdiği görülmektedir. Bu çerçevede, ülkede modüler ve çok amaçlı ürünlere yönelik talebin arttığı değerlendirilmektedir.

Bunun yanında, çevrim içi araştırma ve satın alma eğiliminin güçlenmesi sektörün öne çıkan eğilimleri arasında yer almaktadır. Tüketicilerin fiyat karşılaştırma imkanı ve ürün çeşitliliği nedeniyle dijital kanallara yöneldiği, ancak mobilya ürünlerinde fiziksel mağaza deneyiminin önemini koruduğu ve bu nedenle çok kanallı yapının yaygınlaştığı görülmektedir.

Ayrıca, sektörde son dönemde fiyat duyarlılığının arttığı ve tüketicilerin daha uygun fiyatlı ürünlere yöneldiği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, indirim kampanyalarının, taksitli ödeme seçeneklerinin ve alternatif satış kanallarının gelişiminin tüketici talebini desteklediği görülmektedir.

Bunun yanında, sürdürülebilirlik ve ürün kalitesi de tüketici tercihlerini etkileyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Bu çerçevede, tüketicilerin son yıllarda çevresel etkileri daha fazla dikkate aldığı, dayanıklı ve uzun ömürlü ürünlere yöneldiği ve bu doğrultuda sürdürülebilir malzeme kullanımının sektörde önem kazandığı görülmektedir.

4.18 Sektörde Vergiler (gümrük vergisi, katma değer vergisi, özel tüketim vergisi, ilave gümrük vergisi, anti dumping vergisi v.b.)

Avustralya'ya ithalatta uygulanan gümrük vergileri genel olarak %0 ila %5 arasında değişmekte olup tarife satırlarının önemli bir bölümünde gümrük vergisi uygulanmamaktadır. Mobilya ürünlerinde (GTP 94.03 grubu) ise gümrük vergilerinin çoğunlukla %5 seviyesinde olduğu görülmektedir. Tarife satırı bazında güncel gümrük vergilerinin <https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/tariff-classification/current-tariff/schedule-3> adresinden sorgulanması mümkündür.

Bunun yanında, Avustralya'da mal ve hizmetler üzerinden %10 oranında Mal ve Hizmet Vergisi (GST) uygulanmakta olup söz konusu vergi ithalat aşamasında veya düşük bedelli e-ticaret gönderilerinde satış aşamasında tahsil edilmektedir.

4.19 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Avustralya'ya ithalatta genel anlamda sektöre özgü doğrudan bir tarife dışı engel uygulanmamakta olup ülkenin dış ticaret rejimi görece açık ve öngörülebilir bir yapı arz etmektedir.

Bununla birlikte, özellikle mobilya sektöründe ithalat sürecini etkileyen bazı düzenleyici ve operasyonel unsurların bulunduğu görülmektedir. Bu kapsamda, biyogüvenlik mevzuatı çerçevesinde uygulanan sıkı denetim ve işlem gereklilikleri, özellikle ahşap içeren ürünlerde ithalat sürecini uzatabilmekte ve ilave maliyetlere yol açabilmektedir.

Bunun yanında, ürün güvenliği, kalite standartları ve tüketici mevzuatına uyum yükümlülükleri de ithalat sürecinde dikkate alınması gereken unsurlar arasında yer almaktadır. Söz konusu gereklilikler doğrudan bir kısıtlama niteliği taşımamakla birlikte, piyasaya giriş sürecinde teknik uyum ve belgelendirme ihtiyacını artırmaktadır.

Ayrıca, Avustralya pazarının coğrafi uzaklığı ve lojistik maliyetlerinin yüksekliği, özellikle hacimli ürün gruplarında rekabet koşullarını etkileyen bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Avustralya mobilya pazarı, ithalata dayalı yapısı ve yüksek tüketim kapasitesi ile ülkemiz ihracatçıları açısından önemli fırsatlar barındırmaktadır. Bu çerçevede, ülkemizin mobilya ihracatındaki güçlü konumu ile Avustralya'nın ithalat yapısı birlikte değerlendirildiğinde, iki ülke arasındaki ticaret hacminin mevcut seviyesinin potansiyelin oldukça altında olduğu görülmektedir.

Bu kapsamda, Trade Map verilerine göre ülkemizin 94.03 GTP kapsamında mobilya ihracatı 2025 yılı itibarıyla yaklaşık 2,3 milyar ABD doları seviyesinde gerçekleşmiştir. Buna karşılık, Avustralya'nın aynı ürün grubunda dünya genelinden ithalatının yaklaşık 2 milyar ABD doları düzeyinde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Avustralya'nın ülkemizden gerçekleştirdiği ithalatın yalnızca yaklaşık 3,8 milyon ABD doları seviyesinde kalması, pazarda ihracatımız açısından önemli bir artış potansiyeline işaret etmektedir.

Bunun yanında, ülkemizin ihracat pazarları incelendiğinde yalnızca yakın coğrafyaya değil, aynı zamanda gelişmiş ülke pazarlarına da önemli ölçüde ihracat gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu çerçevede, Almanya, Fransa ve ABD gibi yüksek gelirli pazarlarda elde edilen ihracat performansı, sektörün kalite, tasarım ve standartlara uyum açısından rekabet gücünü ortaya koymaktadır. Bu durum, Avustralya gibi gelişmiş bir pazarda da benzer bir konumlanmanın mümkün olabileceğine işaret etmektedir.

Ayrıca, Avustralya mobilya ithalatında Çin'in oldukça yüksek paya sahip olduğu, ancak son yıllarda tedarik zinciri riskleri ve jeopolitik gelişmelere bağlı olarak alıcıların alternatif tedarikçilere yönelme eğiliminin arttığı görülmektedir. Bu çerçevede, ülkemizin kalite-fiyat dengesi ve esnek üretim yapısı sayesinde Çin'e alternatif bir tedarikçi olarak konumlanma potansiyelinin bulunduğu değerlendirilmektedir.

Bunun yanında, Avustralya'da konut piyasasında orta vadede büyüme beklentisinin devam ettiği ve konut açığına yönelik politikaların sektörü destekleyebileceği öngörülmektedir. Bu durumun özellikle yeni konut talebi ile bağlantılı olarak mobilya ve ev eşyası talebini artırabileceği değerlendirilmektedir.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Avustralya mobilya pazarı, yüksek ithalat kapasitesine rağmen belirli yapısal ve konjonktürel riskler barındırmakta olup söz konusu unsurların ülkemiz ihracatçıları açısından dikkate alınmasında fayda görülmektedir.

Bu kapsamda, Avustralya'nın mobilya ithalatında Çin'e yüksek düzeyde bağımlı olduğu ve mevcut tedarik zinciri ilişkilerinin güçlü bir şekilde yerleşmiş olduğu görülmektedir. Bu durum, alıcıların mevcut tedarikçiler ile uzun vadeli çalışmayı tercih etmesi nedeniyle yeni tedarikçilerin pazara girişini zorlaştırabilmektedir.

Bunun yanında, Avustralya Merkez Bankası'nın para politikası çerçevesinde faiz artış sürecine girmesi konut kredisi maliyetlerini artırmakta ve hanehalkının harcanabilir gelirini baskılamaktadır. Bu durumun özellikle konut piyasası ve buna bağlı olarak mobilya talebi üzerinde aşağı yönlü bir etki yaratabileceği değerlendirilmektedir.

Ayrıca, mobilya ürünlerinin hacimli yapısı nedeniyle yüksek navlun maliyetleri ve uzun teslim süreleri önemli bir rekabet dezavantajı oluşturabilmektedir. Bu kapsamda, coğrafi olarak daha yakın ülkeler veya yerel stok bulunduran tedarikçiler karşısında rekabet baskısının artabileceği değerlendirilmektedir.

Bunun yanında, Avustralya pazarında kalite, standartlara uyum ve müşteri hizmetleri beklentilerinin yüksek olduğu görülmekte olup söz konusu gerekliliklerin karşılanamaması durumunda pazarda kalıcı bir yer edinmenin zorlaşabileceği düşünülmektedir.

Ayrıca, döviz kuru dalgalanmaları ve maliyet artışları fiyat rekabetini doğrudan etkileyebilmekte olup özellikle fiyat hassasiyetinin arttığı dönemlerde düşük maliyetli tedarikçilerin pazarda avantaj sağlayabildiği görülmektedir.

7. Mobilya Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Avustralya mobilya pazarı, yüksek ithalat kapasitesi ve gelişmiş tüketici yapısına rağmen rekabetin yoğun olduğu ve pazara girişin belirli stratejik yaklaşımlar gerektirdiği bir yapı arz etmektedir. Bu çerçevede, ülkemiz firmalarının pazarda kalıcı ve sürdürülebilir bir konum elde edebilmesi için bütüncül bir pazar giriş stratejisi benimsemesi önem arz etmektedir.

Bu kapsamda, Avustralya pazarına girişte üç temel unsurdan oluşan "3Y Modeli"nin öne çıktığı değerlendirilmektedir:

Yüz yüze iletişim:

Avustralya pazarında güvene dayalı iş ilişkileri belirleyici rol oynamakta olup yalnızca uzaktan iletişim yöntemleri ile pazara girişin sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu çerçevede, sektörel fuarlara katılım, ticaret heyetleri ve bireysel firma ziyaretleri aracılığıyla potansiyel alıcılar ile doğrudan temas kurulması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, Avustralyalı alıcıların yoğun katılım gösterdiği uluslararası fuarlara iştirak edilmesi de alternatif bir erişim yöntemi olarak değerlendirilmektedir.

Yan unsurlar (fiyat dışı faktörler):

Avustralya pazarında fiyat tek başına belirleyici bir unsur olmayıp kalite, sertifikasyon, mevzuata uyum ve satış sonrası hizmetler gibi unsurlar sektörde ön plana çıkmaktadır. Bu kapsamda, ürünlerin ilgili standartlara uygunluğu, teslimat güvenilirliği ve müşteri hizmetleri kalitesi rekabet gücünü doğrudan etkilemektedir. Bu itibarla, firmaların fiyat rekabeti yerine değer odaklı bir konumlandırma stratejisi benimsemeleri önem arz etmektedir.

Yerelleşme:

Avustralya gibi coğrafi olarak uzak bir pazarda yerel varlık oluşturulması sektörde önemli seviyede rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu çerçevede, yerel temsilci ile çalışma, depo kurulumu,

mağaza/showroom açılması veya satış sonrası hizmet altyapısının oluşturulması gibi uygulamalar müşteri güvenini artırmakta ve teslimat süreleri ile maliyetler üzerinde olumlu etki yaratmaktadır.

Bunun yanında, firmaların pazara girişte doğru iş modelini belirlemesi sektörde uzun vadeli başarı için kritik önem taşımaktadır. Bu kapsamda, yalnızca tedarikçi olarak konumlanma, yerel distribütörler aracılığıyla pazara giriş veya doğrudan perakende (mağaza/franchise) modeli gibi alternatifler değerlendirilmelidir. Tedarikçi modelinde uzun vadeli iş ilişkilerinin kurulabilmesi için yerelleşme unsurlarının destekleyici rol oynadığı görülmektedir. Doğrudan perakende veya franchise modelinde ise doğru lokasyon seçimi ve hedef müşteri kitlesine erişim başarısının temel belirleyicileri arasında yer almaktadır.

Ayrıca, Avustralya pazarının yapısı dikkate alındığında, büyük perakendeciler ve ithalatçı-perakendeci firmalar ile iş birliği geliştirilmesi, pazara giriş sürecini hızlandırabilecek bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede, pazar yeri platformları ve yerel dağıtım ağları üzerinden satış yapılması da alternatif bir strateji olarak değerlendirilmektedir.

Bunun yanında, dijital pazarlama faaliyetlerinin etkin şekilde kullanılması, marka bilinirliğinin artırılması ve tüketici güveninin kazanılması açısından kritik önem taşımaktadır. Özellikle görsel ağırlıklı içeriklerin ve kullanıcı deneyiminin ön planda olduğu bir pazarda, dijital kanallar üzerinden yapılan tanıtım faaliyetlerinin firmaların satış performansını önemli şekilde destekleyici rol oynadığı görülmektedir.

Son olarak, Avustralya’da konut projeleri, ticari yapılar ve kurumsal kullanım alanlarında faaliyet gösteren müteahhit (builder), yüklenici (contractor) ve proje geliştirici firmalar üzerinden toplu mobilya tedariki de önemli bir satış kanalı olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede, özellikle toplu konut projeleri, öğrenci yurtları, yaşlı bakım merkezleri ve otel projelerinde proje bazlı mobilya tedarikine yönelik fırsatlar bulunduğu görülmektedir. Bununla birlikte, söz konusu kanalın yüksek hacimli ve uzun vadeli iş ilişkileri gerektirdiği ve yerel temsilin, teknik uyumun ve referans projelerinin bu kanaldan pazara giriş için büyük önem arz ettiği değerlendirilmektedir.

8. Genel Değerlendirme

Avustralya mobilya sektörü, ülkenin yüksek gelir seviyesi ve güçlü tüketim yapısına rağmen yerli üretimin sınırlı kalması nedeniyle ithalata dayalı bir yapı arz etmektedir. Bu çerçevede, sektörün önemli ölçüde dış tedarikçilere açık olduğu ve ithalatın pazar üzerindeki belirleyici rolünü sürdürdüğü görülmektedir.

Bununla birlikte, pazarda Çin’in yüksek paya sahip olduğu, ancak son dönemde tedarik zinciri riskleri ve değişen ticaret dinamikleri doğrultusunda alternatif tedarikçilere yönelimin arttığı anlaşılmaktadır. Bu durum, kalite-fiyat dengesi ve üretim esnekliği açısından rekabet avantajına sahip ülkemiz firmaları için önemli bir fırsat sunmaktadır.

Öte yandan, Avustralya pazarında yüksek lojistik maliyetleri, uzun teslim süreleri, sıkı biyogüvenlik uygulamaları ve kalite beklentileri gibi unsurların pazara girişte belirleyici olduğu görülmektedir. Ayrıca, faiz oranları ve konut piyasasındaki gelişmelerin sektöre yönelik talep üzerinde doğrudan etkili olduğu değerlendirilmektedir.

Bu çerçevede, Avustralya mobilya pazarında başarılı olabilmek için yalnızca fiyat odaklı değil, kalite, güven, hizmet ve yerelleşme unsurlarını içeren bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu kapsamda, yüz yüze iletişime, fiyat dışı rekabet unsurlarına ve yerel varlık oluşturulmasına dayalı stratejilerin pazarda öne çıktığı değerlendirilmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Avustralya mobilya sektörünün ülkemiz açısından önemli fırsatlar barındırmakla birlikte, söz konusu pazarda kalıcı bir yer edinmenin doğru konumlandırma ve uzun vadeli stratejik yaklaşım gerektirdiği düşünülmektedir.

9. Yararlı Adresler

- Australian Bureau of Statistics (ABS), <https://www.abs.gov.au/>
- Australian Cabinet and Furniture Association (ACFA), <https://www.acfa.net.au/>
- Australian Furniture Association (AFA), <https://australianfurniture.org.au/>
- Australian International Furniture Fair (AIFF), <https://aiiff.net.au/>
- Austrade (Australian Trade and Investment Commission), <https://www.austrade.gov.au/>
- Decor + Design Show, <https://decordesignshow.com.au/>
- LinkedIn, <https://www.linkedin.com/>
- MÜSİAD Sydney, <https://musiadsydney.com/>
- The Australian Turkish Chamber of Commerce, <https://turkishchamber.org.au/>
- Yellow Pages, <https://www.yellowpages.com.au/>

10. Kaynakça

- Australian Bureau of Statistics (ABS), <https://www.abs.gov.au/>
- Australian Cabinet and Furniture Association (ACFA), <https://www.acfa.net.au/>
- Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), <https://www.accc.gov.au/>
- Australian Furniture Association (AFA), <https://australianfurniture.org.au/>
- Australian Taxation Office (ATO), <https://www.ato.gov.au/>
- Austrade (Australian Trade and Investment Commission), <https://www.austrade.gov.au/>
- Australian Border Force (ABF), <https://www.abf.gov.au/>
- Department of Agriculture, Fisheries and Forestry (BICON), <https://bicon.agriculture.gov.au/>
- IBISWorld Industry Reports:
 - “Furniture Retailing in Australia”
 - “Furniture and Floor Covering Wholesaling in Australia”
 - “Online Home Furnishing Sales in Australia”
 - “Wooden Furniture and Upholstered Seat Manufacturing in Australia”
 - “Metal Furniture Manufacturing in Australia”
- Standards Australia, <https://www.standards.org.au/>
- JAS-ANZ (Joint Accreditation System of Australia and New Zealand), <https://register.jasanz.org/accredited-bodies>
- Trade Map (International Trade Centre), <https://www.trademap.org/>