

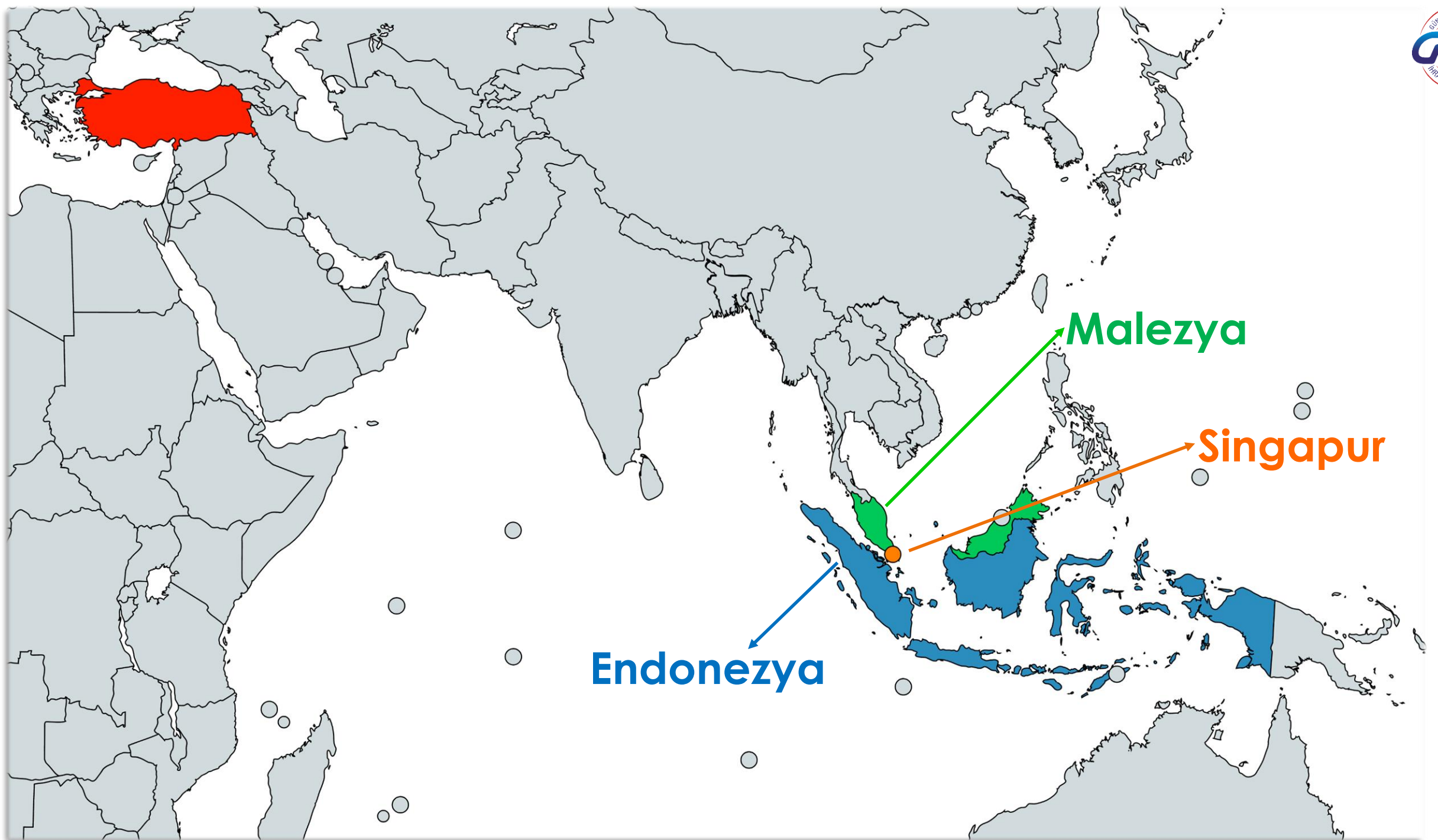


Singapur, Malezya ve Endonezya Ülke Analizleri

Halı Strateji Çalıştayı - 16 Mart 2019

E k i p

Adı Soyadı	Görevi
Serdar H. AYDOĞAN	Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreter Yardımcısı
Dr.Öğr.Üyesi Hasan AKSOY	Gaziantep Üniversitesi Uluslararası Tic. Ve Paz. Ana Bilim Dalı Başkanı
Erdem ÜNVERDİ	ERCO Carpet Yönetim Kurulu Üyesi



Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN)



Üye Ülkeler: Endonezya, Malezya, Tayland, Filipinler ve Singapur (kurucu üyeler), Brunei (1984), Vietnam (1995), Laos (1997), Myanmar (1997) ve Kamboçya (1999)

Ziyaretler



Ziyaretler



Ziyaretler



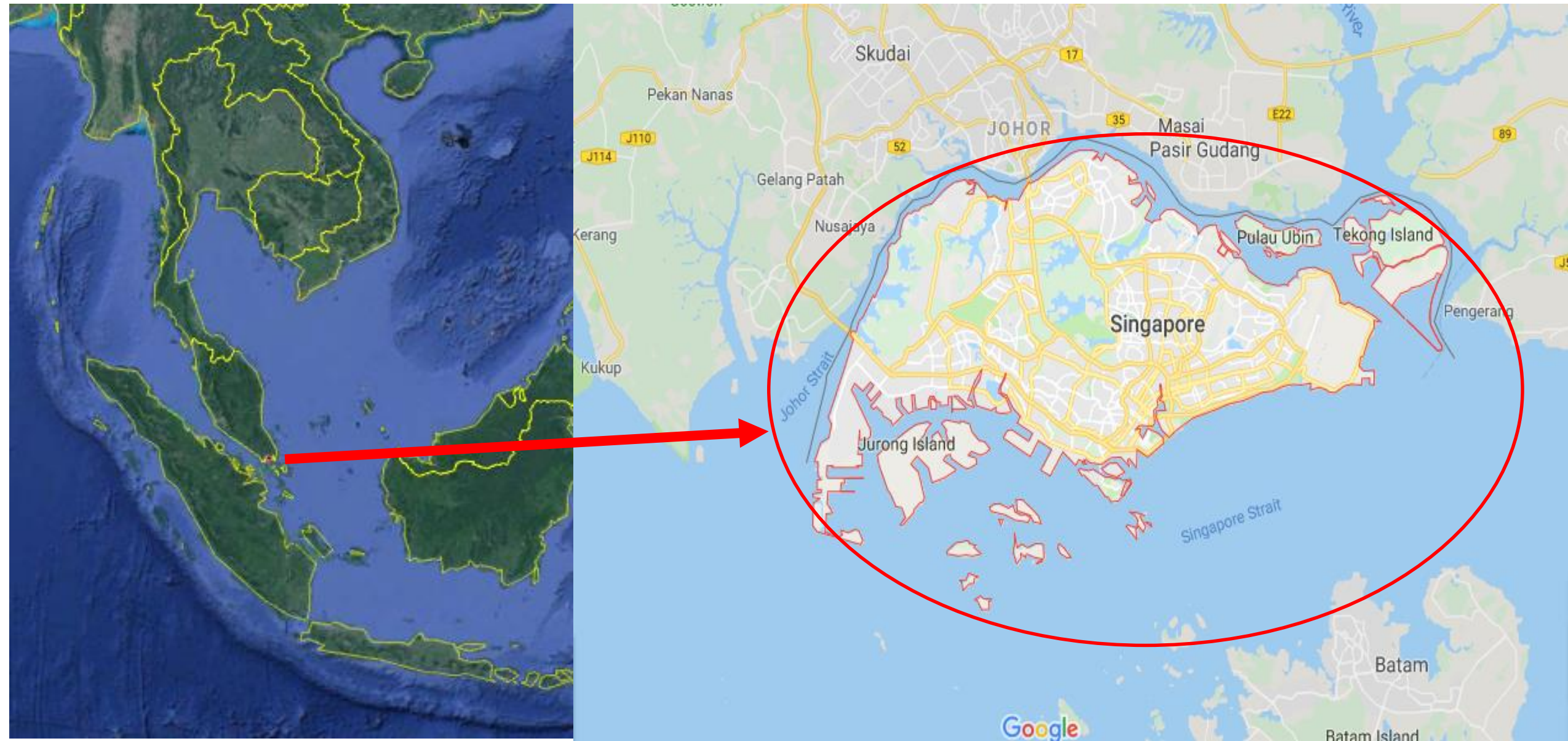
Ziyaretler



Singapur

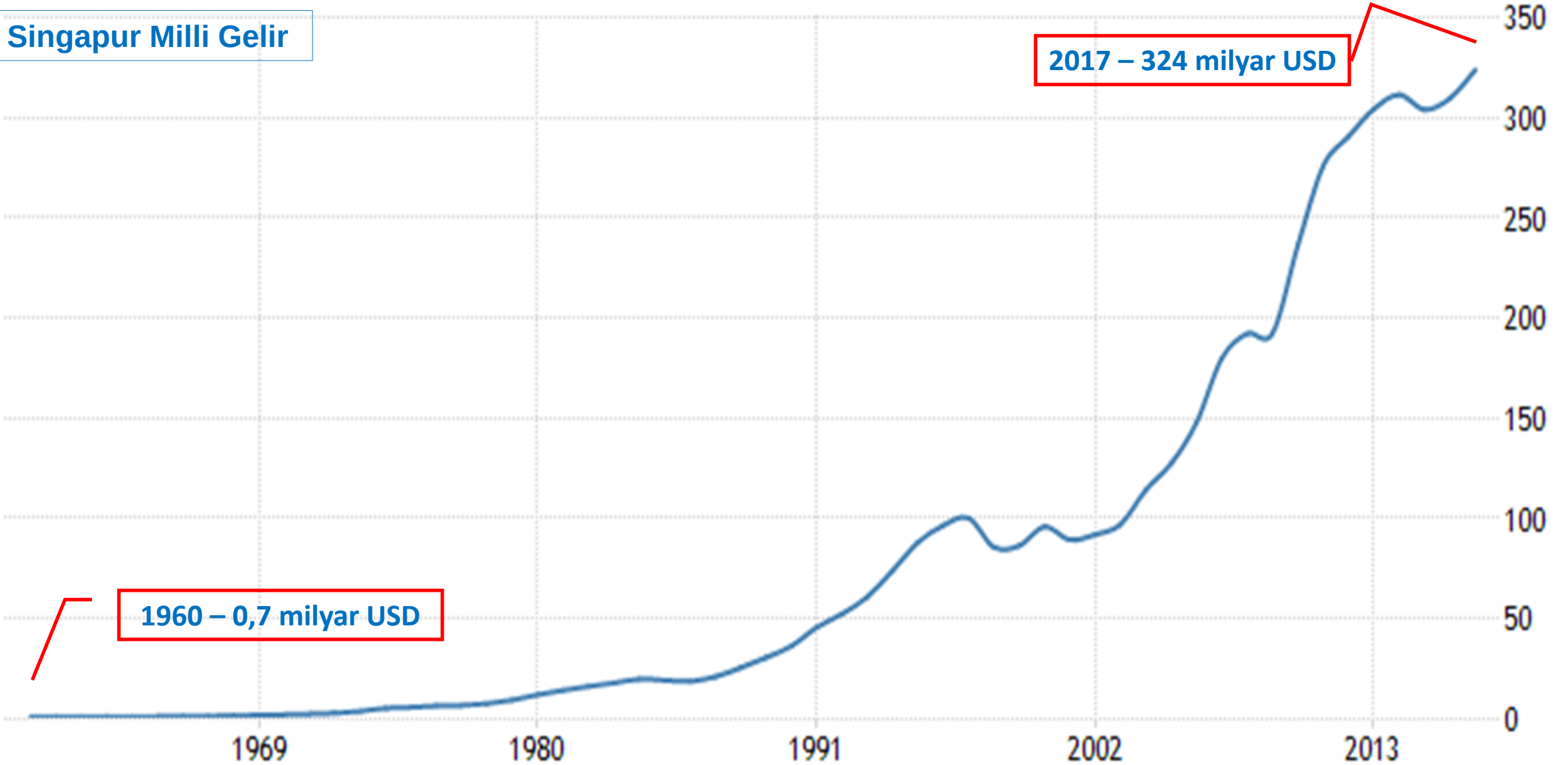


Singapur



Singapur

Singapur Milli Gelir



Singapur

Singapur Milli Gelir Büyüme Oranı: Ortalama 1975-2018: %6,75

Gross Domestic Product

	Growth in Real GDP		Share of Nominal GDP	
	2016	2017	2016	2017
	<i>Annual Percentage Change</i>		<i>Percentage Share</i>	
Total	2.4	3.6	100.0	100.0
Goods Producing Industries	3.2	5.7	25.3	<u>24.8</u>
★ Manufacturing	3.7	10.1	18.8	19.2
Construction	1.9	-8.4	5.1	4.3
Services Producing Industries	1.4	2.8	70.5	<u>71.3</u>
★ Wholesale & Retail Trade	1.0	2.3	17.0	17.6
Transportation & Storage	1.3	4.8	6.9	7.2
Accommodation & Food Services	3.8	1.2	2.2	2.1
Information & Communications	3.6	3.3	4.2	4.2
★ Finance & Insurance	1.6	4.8	12.8	13.3
★ Business Services	-0.3	0.6	15.6	14.8

Singapur

Singapur Kişi Başı Milli Gelir

1960 – 3.390 USD

2017 – 55.235 USD

1969

1980

1991

2002

2013

0

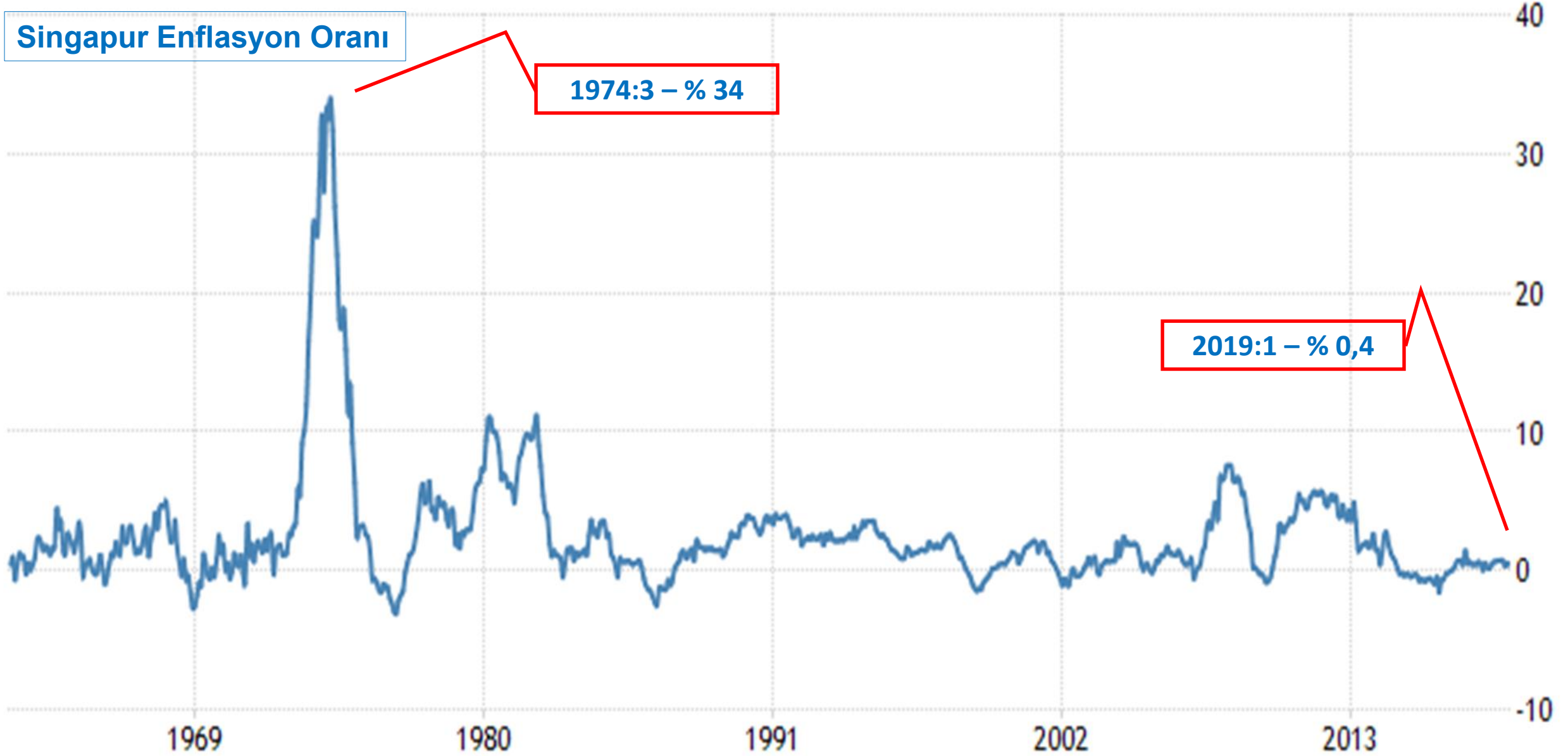
20000

40000

60000

Singapur

Singapur Enflasyon Oranı



Singapur

Singapur Faiz Oranı - %



Singapur

USDSGD

M



U.S. Dollar / Singapore Dollar, M, OANDA ~

O1.35210 H1.36144 L1.35076 C1.35886 +0.00676 (+0.50%)



2003

2005

2007

2009

2011

2013

2015

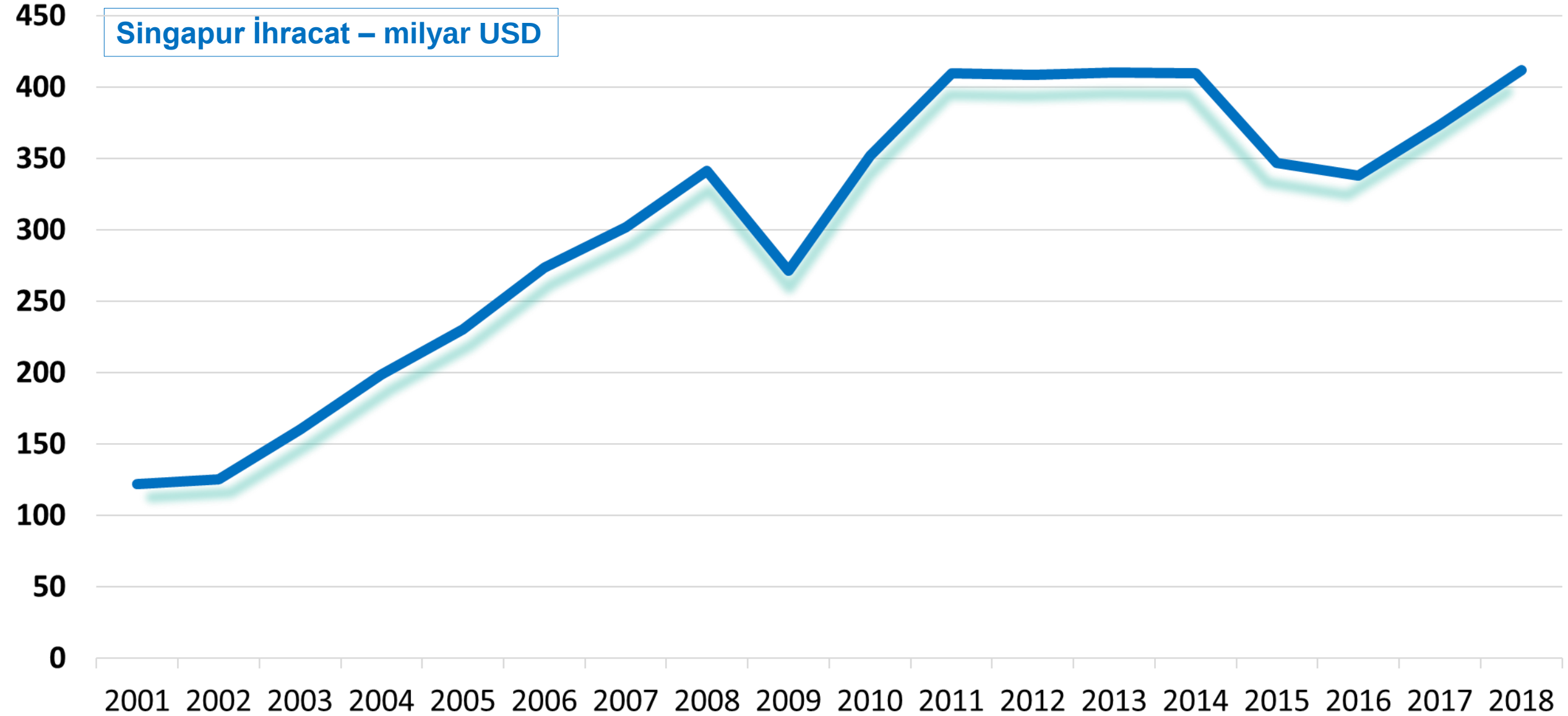
2017

2019



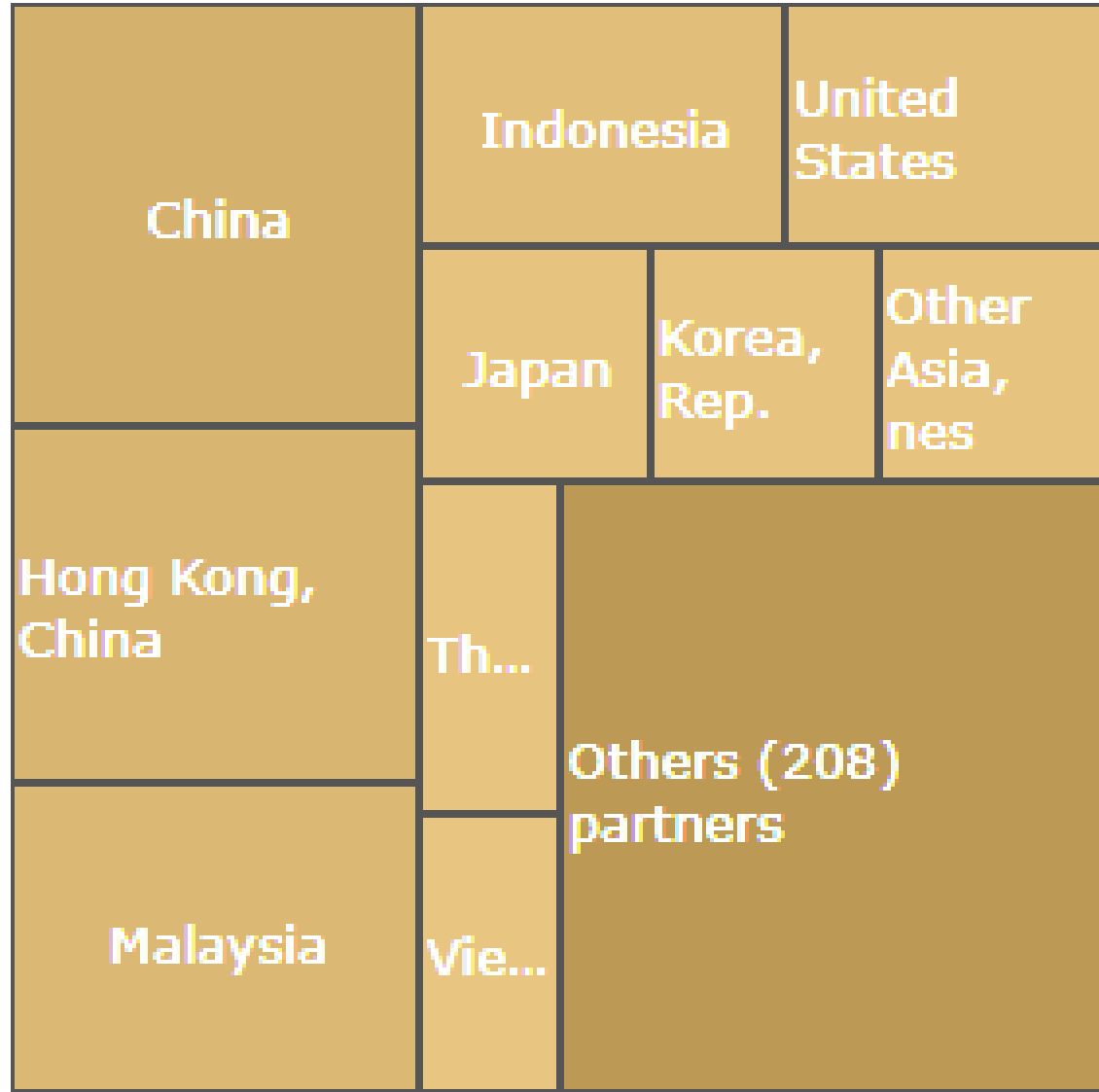
Singapur

Singapur İhracat – milyar USD



Singapur

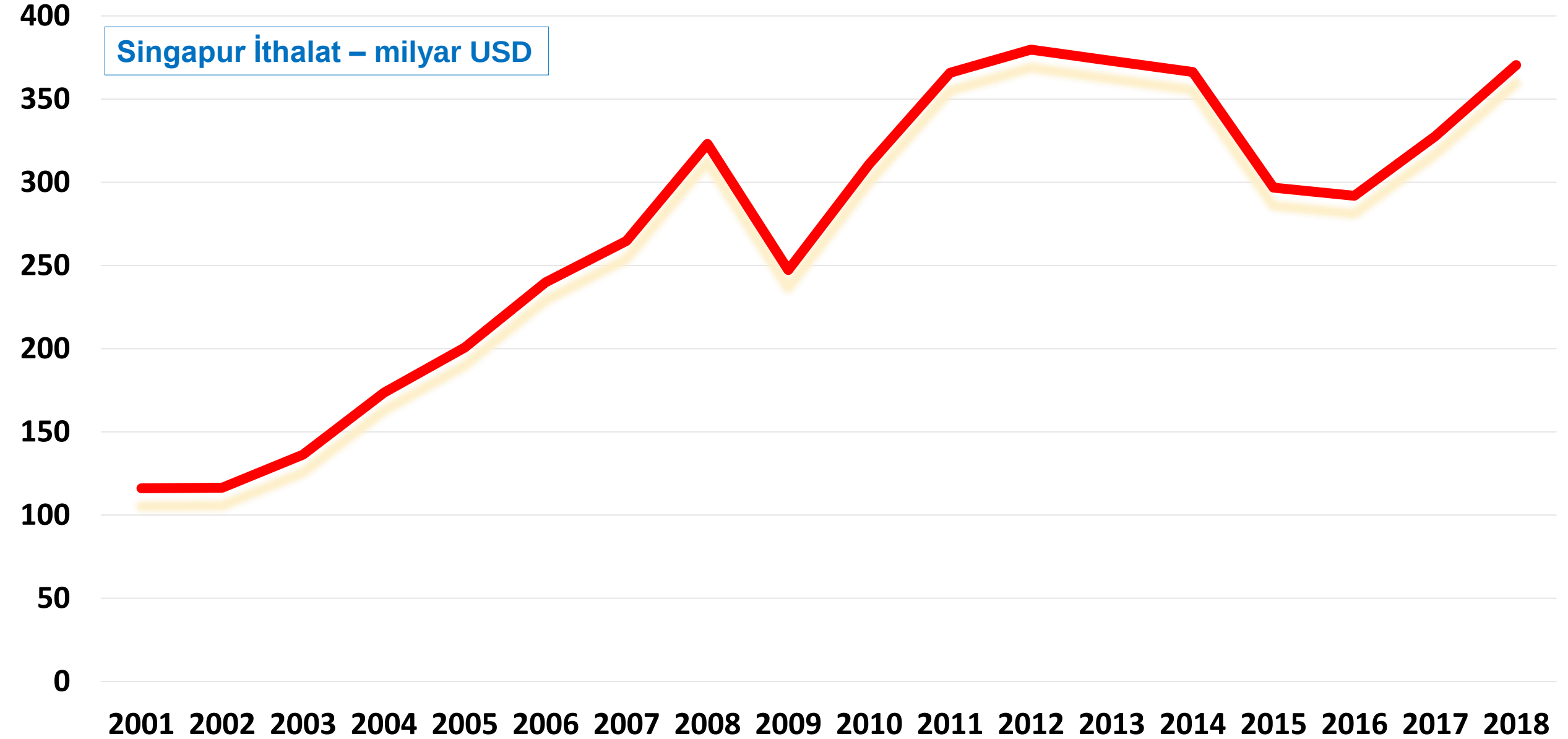
Singapore 2017 Export Partner Share



Partner Name	① Export (US\$ Thousand)	① Export Partner Share (%)
① China	54,038,553.03	14.48
① Hong Kong, China	46,010,513.21	12.33
① Malaysia	39,579,728.85	10.60
① Indonesia	27,951,580.98	7.49
① United States	24,183,047.15	6.48
① Japan	17,056,689.22	4.57
① Korea, Rep.	16,743,891.98	4.49
① Other Asia, nes	16,609,344.98	4.45
① Thailand	14,691,352.12	3.94
① Vietnam	12,294,273.58	3.29
① India	11,017,885.03	2.95
① Australia	10,005,548.58	2.68

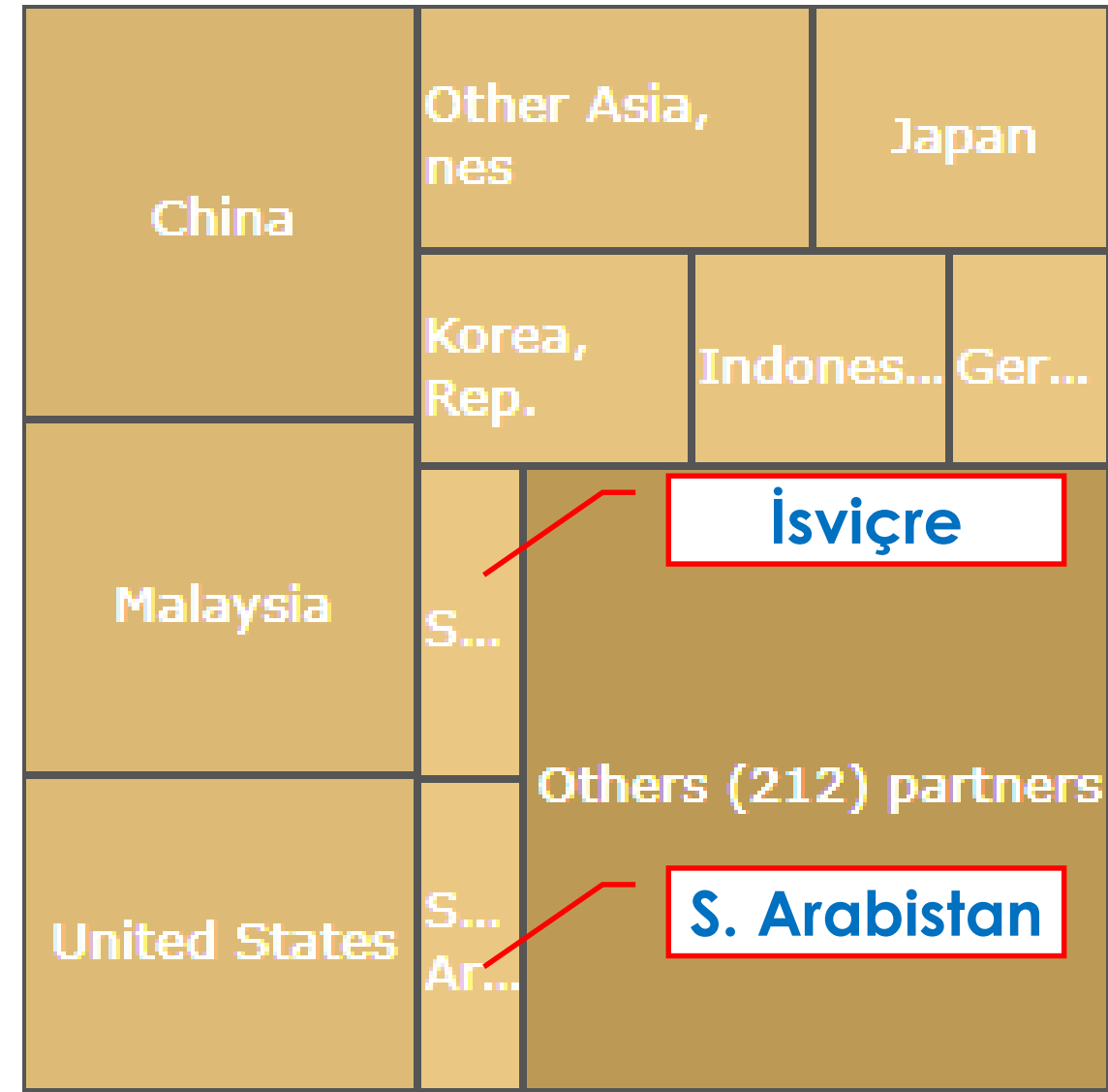
Singapur

Singapur İthalat – milyar USD



Singapur

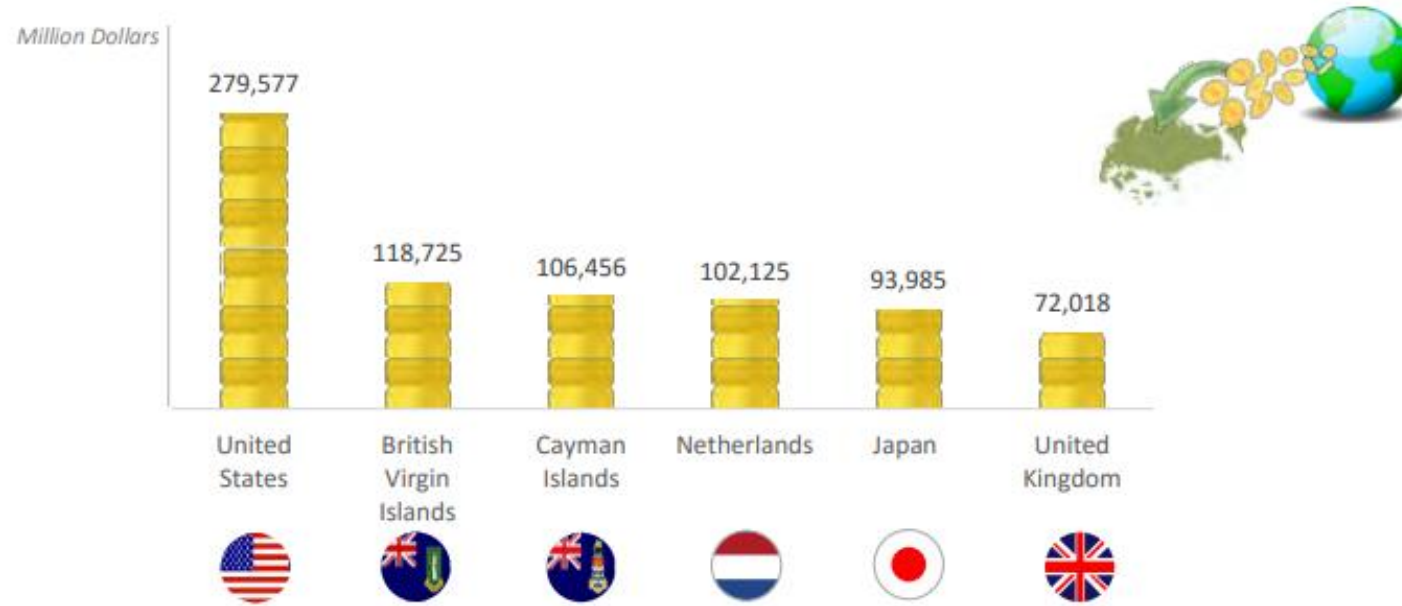
Singapore 2017 Import Partner Share



Partner Name	Import (US\$ 1	Import Partner Sha
China	45,343,522.99	13.84
Malaysia	38,859,613.28	11.86
United States	34,619,093.58	10.56
Other Asia, nes	27,139,326.88	8.28
Japan	20,484,620.16	6.25
Korea, Rep.	16,180,463.24	4.94
Indonesia	15,131,501.83	4.62
Germany	9,490,535.55	2.90
Switzerland	9,158,637.40	2.79
Saudi Arabia	9,154,698.81	2.79
France	8,944,289.43	2.73
United Arab Emirates	8,834,085.47	2.70

Singapur

Stock of Foreign Direct Investment in Singapore by Country/Region, 2016 *

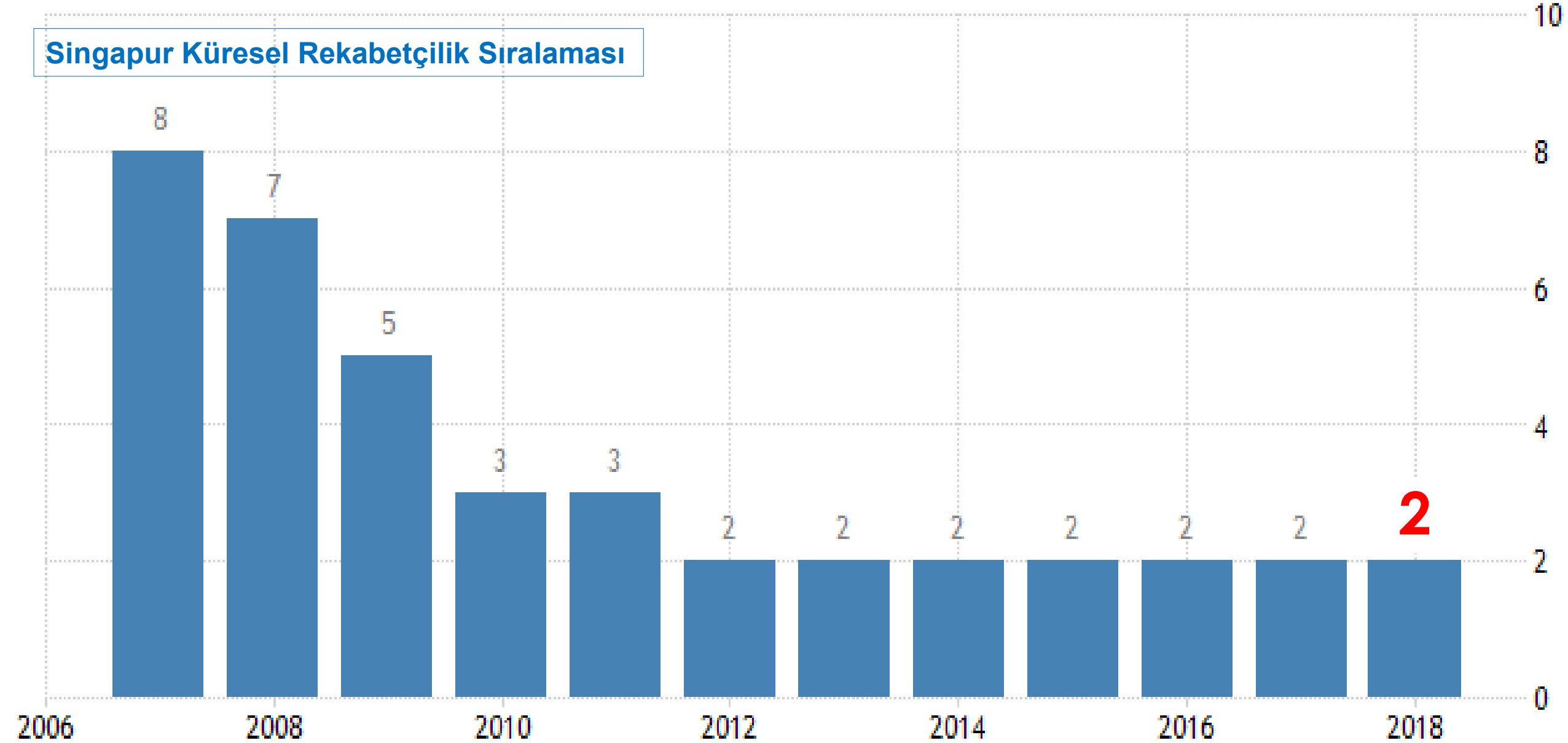


Stock of Singapore's Direct Investment Abroad by Country/Region, 2016 *



Singapur

Singapur Küresel Rekabetçilik Sıralaması



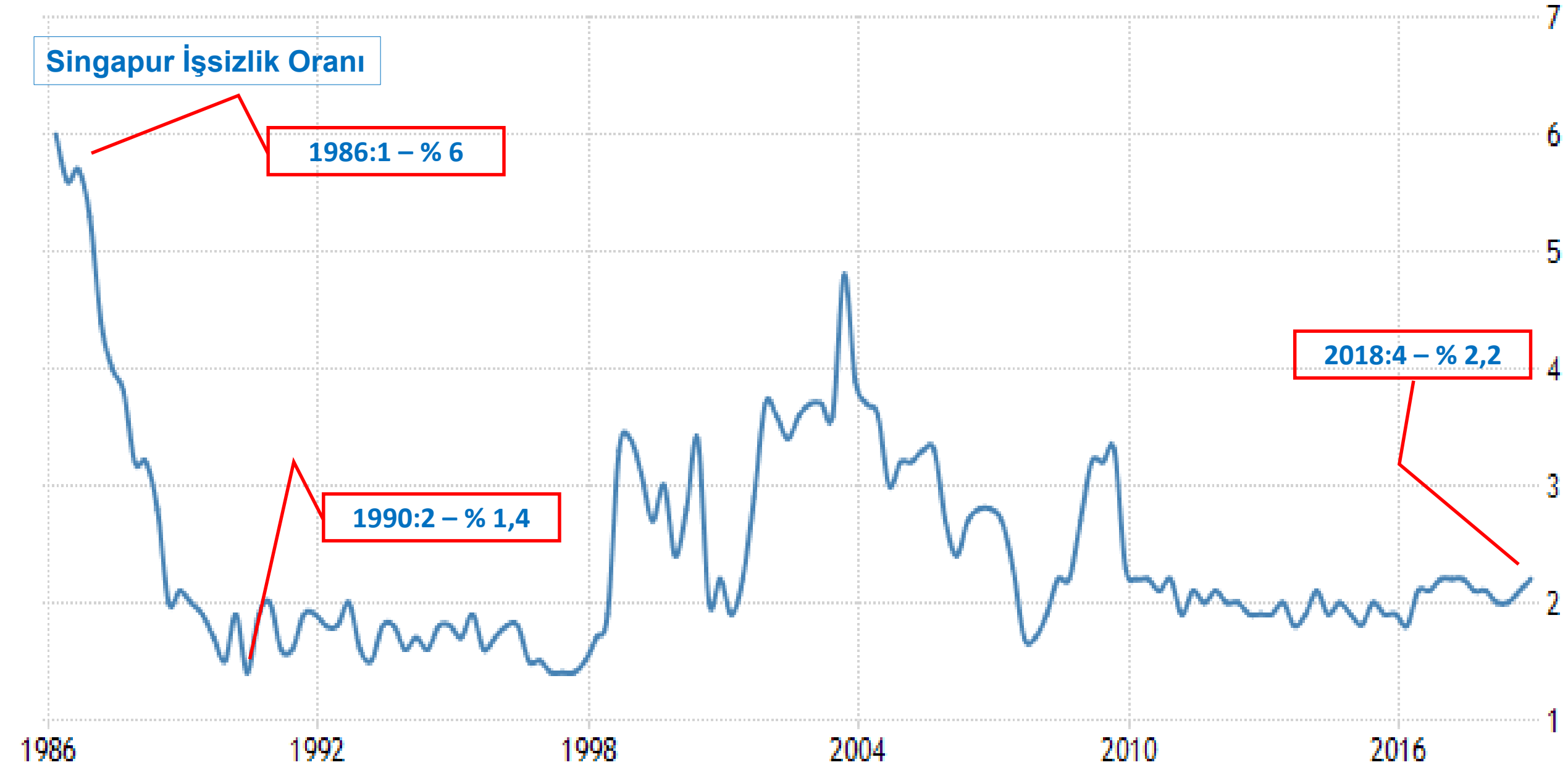
Singapur

Singapur İşsizlik Oranı

1986:1 – % 6

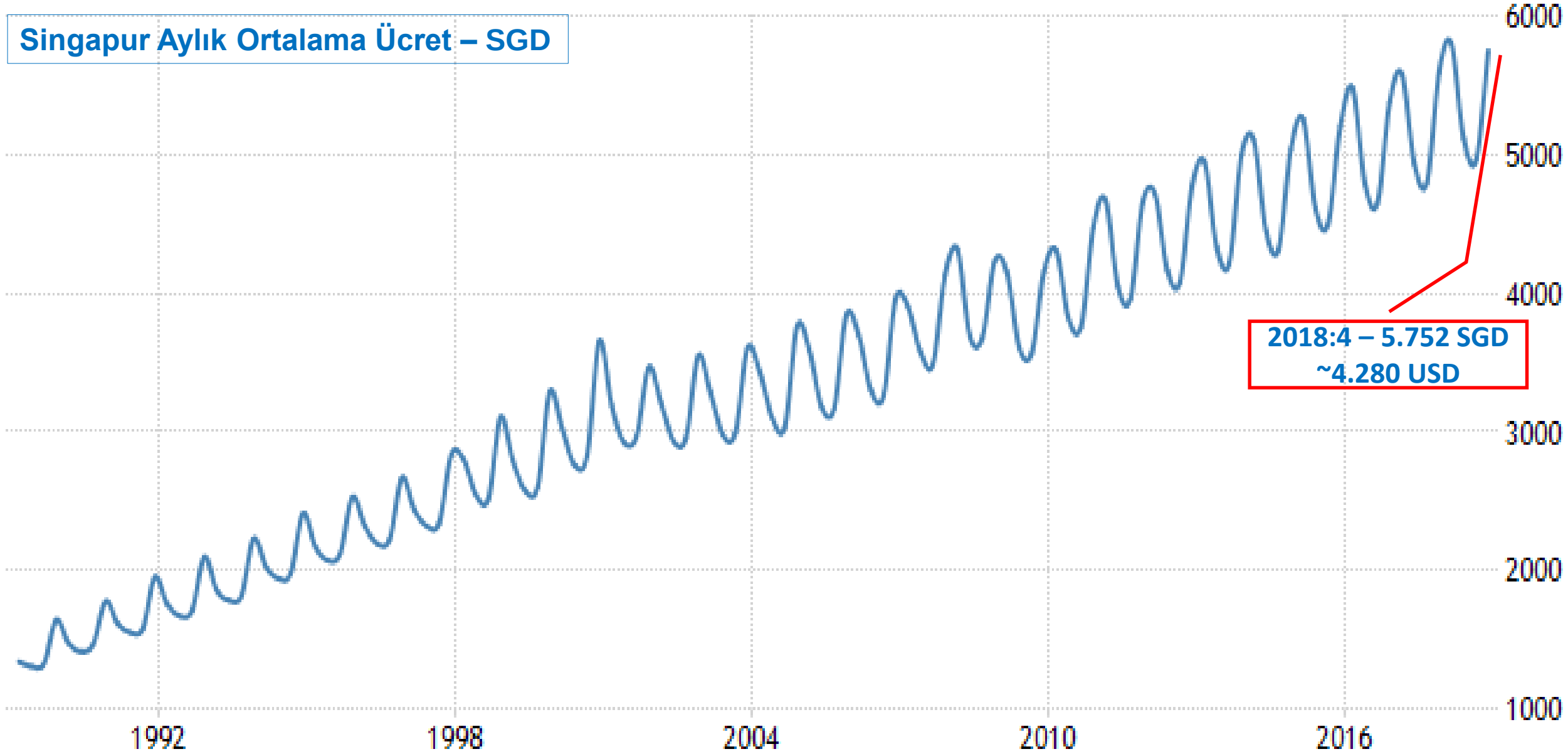
1990:2 – % 1,4

2018:4 – % 2,2



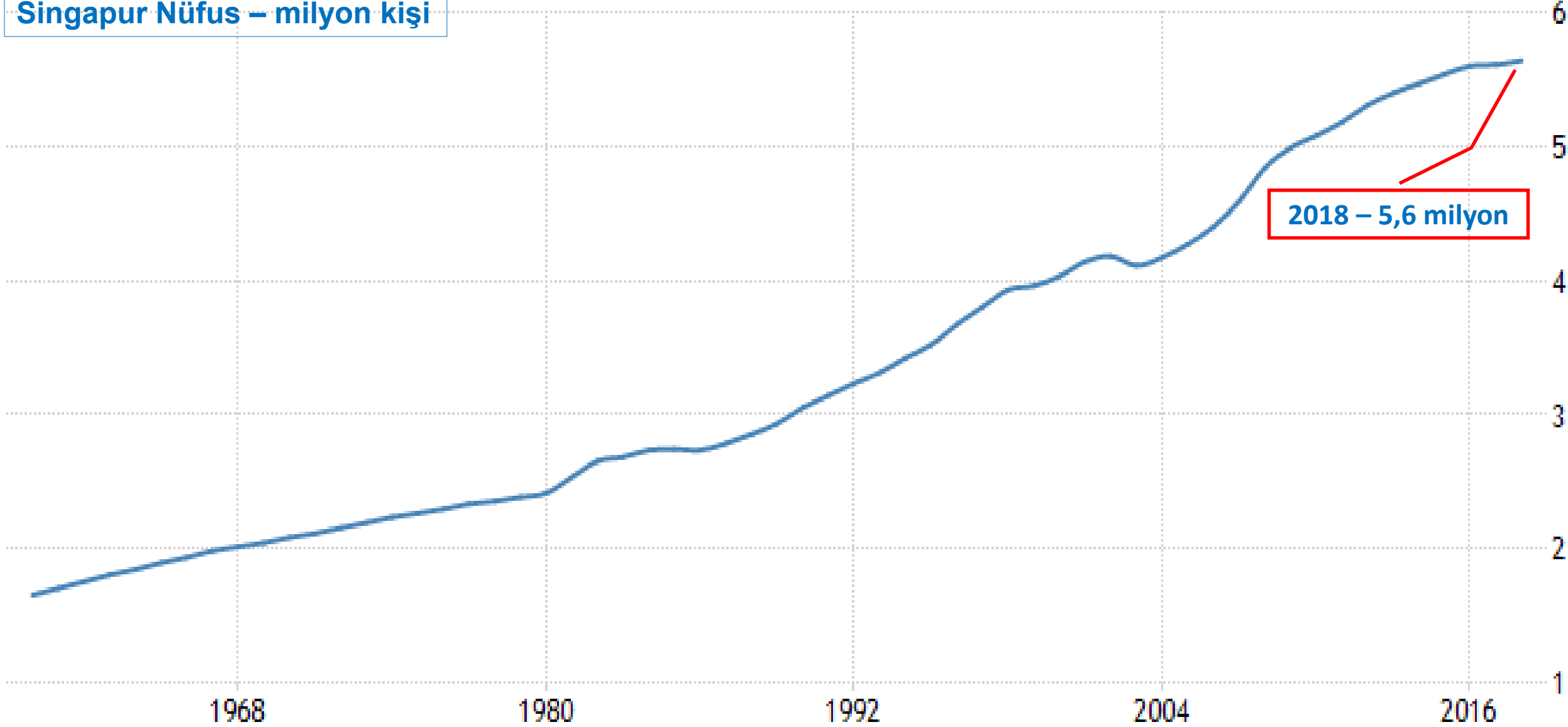
Singapur

Singapur Aylık Ortalama Ücret – SGD



Singapur

Singapur Nüfus – milyon kişi



Singapur'un İthalatı: GTİP Kodu: 57

İhracatçı Ülkeler		2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
	Dünya	75.616	68.802	59.481	64.520	64.940	Karşıdan Görünüş				
1	Çin	28.756	27.071	20.929	21.829	22.880	48.318	43.190	34.991	35.702	32.478
2	Hindistan	5.144	4.182	5.958	4.511	8.602	5.194	3.715	4.560	3.358	3.647
3	Tayland	8.487	7.113	6.707	8.101	6.568	7.337	5.871	5.418	6.485	5.597
4	İsviçre	5.538	7.177	4.072	6.405	4.717	5.508	7.530	4.726	6.519	4.440
5	ABD	10.216	6.927	6.276	6.363	3.943	9.022	5.706	5.313	4.491	3.972
6	Belçika	3.254	2.876	2.913	3.024	3.301	4.409	3.482	3.006	3.456	3.995
7	Türkiye	1.236	1.784	1.710	2.835	1.902	2.962	2.193	1.904	1.641	1.498
8	İtalya	891	1.344	1.459	734	1.499	1.538	894	1.486	1.384	947
9	Danimarka	624	257	266	802	1.474	1.134	1.600	324	455	785
10	Malezya	919	1.141	1.108	623	967	805	1.096	1.071	644	842
TOPLAM		65.065	59.872	51.398	55.227	55.853	86.227	75.277	62.799	64.135	58.201

Singapur

Singapur'un İthalatı: GTİP Kodu: 5702

İhracatçılar		Vergi	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
	Dünya		14.974	16.911	15.300	18.081	15.705	Karşıdan Görünüş				
1	İsviçre	0	5.284	7.087	4.014	6.290	4.476	5.416	7.233	4.701	6.374	4.189
2	Hindistan	0	1.640	1.837	3.790	2.265	2.428	177	1.491	2.363	1.096	1.851
3	Çin	0	4.250	4.085	2.630	2.343	2.199	13.618	12.621	10.549	12.645	6.280
4	Türkiye	0	432	574	773	1.656	1.463	1.727	1.009	1.120	1.230	1.329
5	Belçika	0	783	994	572	854	773	1.773	971	797	909	1.360
6	Sri Lanka	0	11	11	28	194	566	0	28	58	10	0
7	İngiltere	0	94	177	57	132	429	949	698	210	587	1.385
8	ABD	0	914	214	358	520	418	742	596	590	531	557
9	İtalya	0	93	139	37	142	363	97	212	293	162	192
10	İran	0	58	47	26	115	340	377	398	341	470	286
TOPLAM			13.559	15.165	12.285	14.511	13.455	24.876	25.257	21.022	24.014	17.429

Singapur'un İhracatı: GTİP Kodu: 5702

İhracatçı Ülkeler		2014	2015	2016	2017	2018
Dünya		3.143	2.008	1.437	2.077	1.477
1	Avustralya	29	14	25	133	387
2	Endonezya	1.509	910	468	723	353
3	Sri Lanka	109	209	181	273	261
4	Viet Nam	40	34	22	183	94
5	Malezya	483	64	28	174	63
6	Panama	0	0	0	52	55
7	Hindistan	12	34	94	162	55
8	Birleşik Krallık	1	0	3	6	33
9	Thailand	52	115	8	208	32
10	G. Kore	0	0	0	2	30
TOPLAM		2.235	1.380	829	1.916	1.363

Singapur Hayat Tarzı

Nüfus

5,6 Milyon

Ortalama Yaşam Süresi
22.602 \$

K 85

E 80.6

Hane halkı Sayısı

1,7 milyon

Harcanabilir gelir

Tasarruflar

Harcanabilir gelirden yüzde

29.8%

Ev sahipliği
% 100



Ev Konforu

100 %
80 %
60 %
40 %
20%
0%

2000

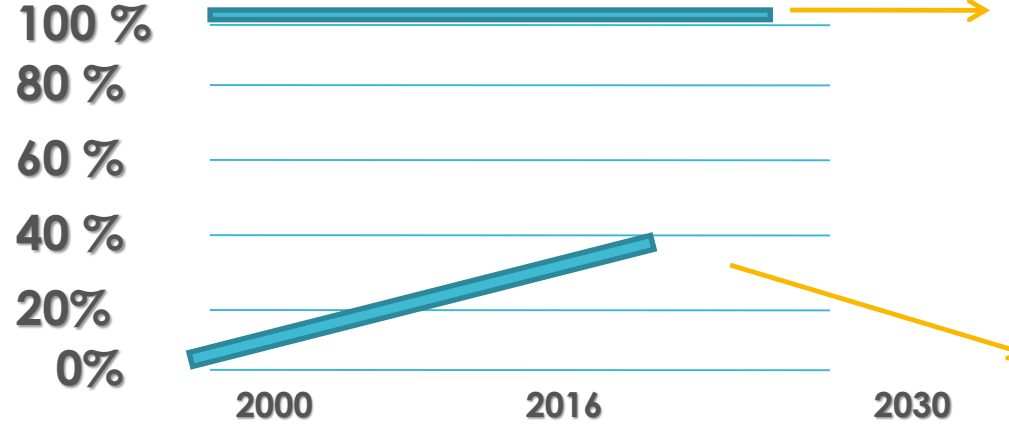
2016

2030

Çamaşır makinesi
Renkli TV
Buzdolabı

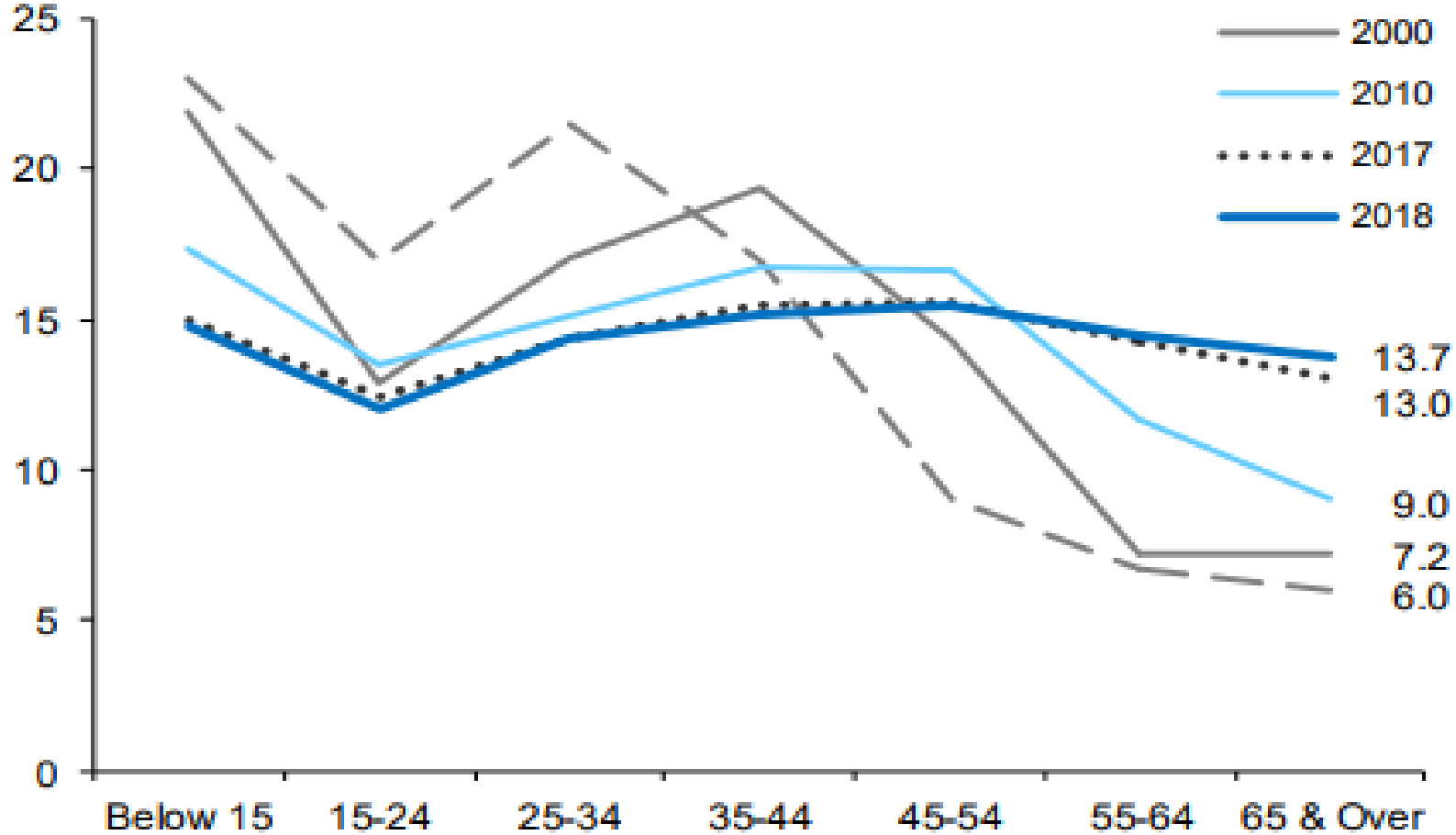
Bulaşık makinesi

Mikrodalga
Halı



Vatandaşların Yaş Dağılımı

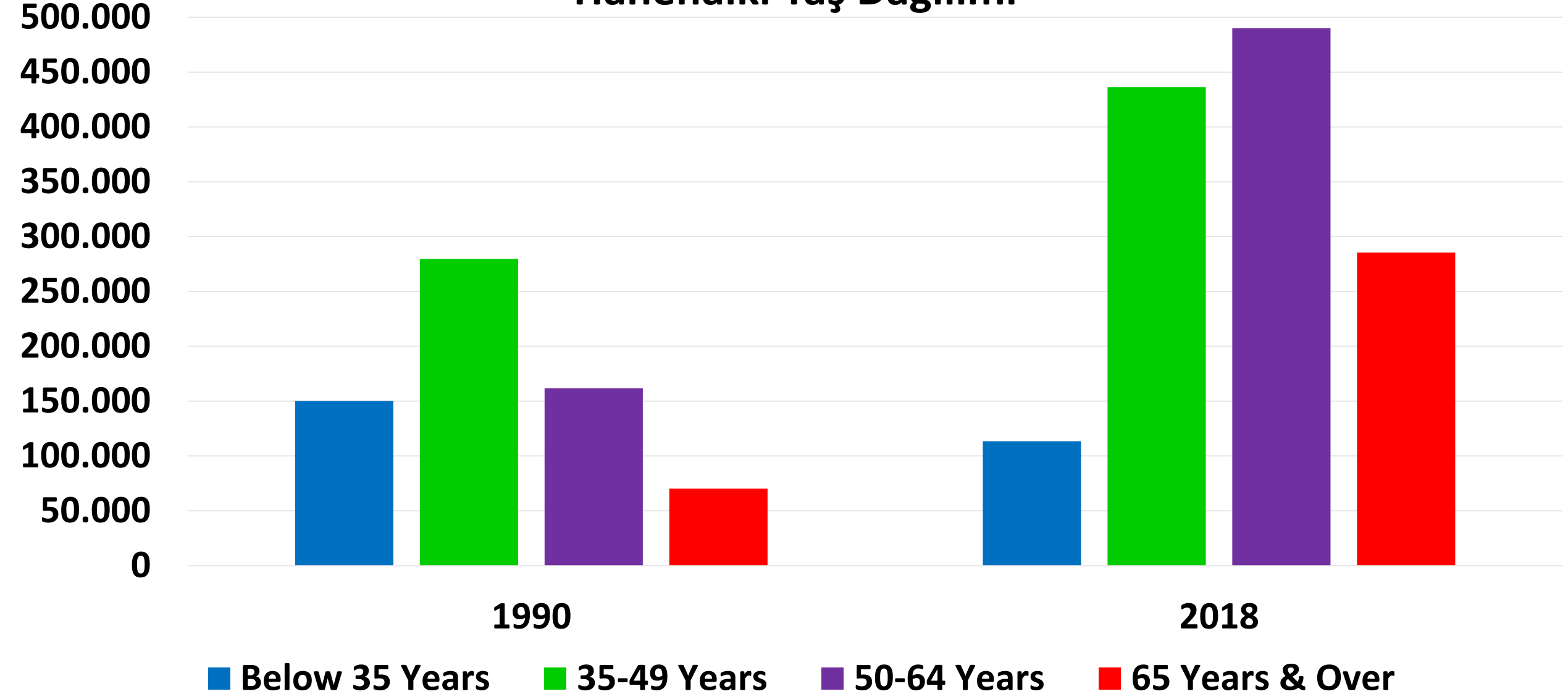
Per Cent



Year	Median Age (Years)
2018	40.8
2017	40.5
2010	37.4
2000	34.0
1990	29.8

Singapur

Hanehalkı Yaş Dağılımı

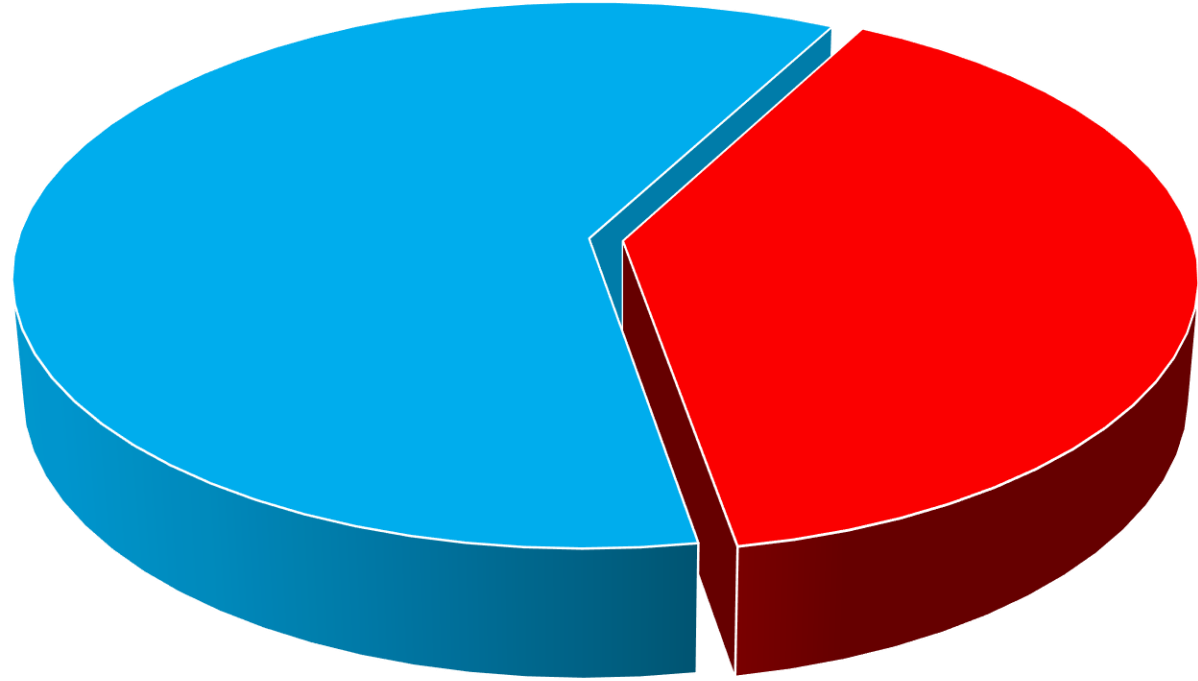


Singapur

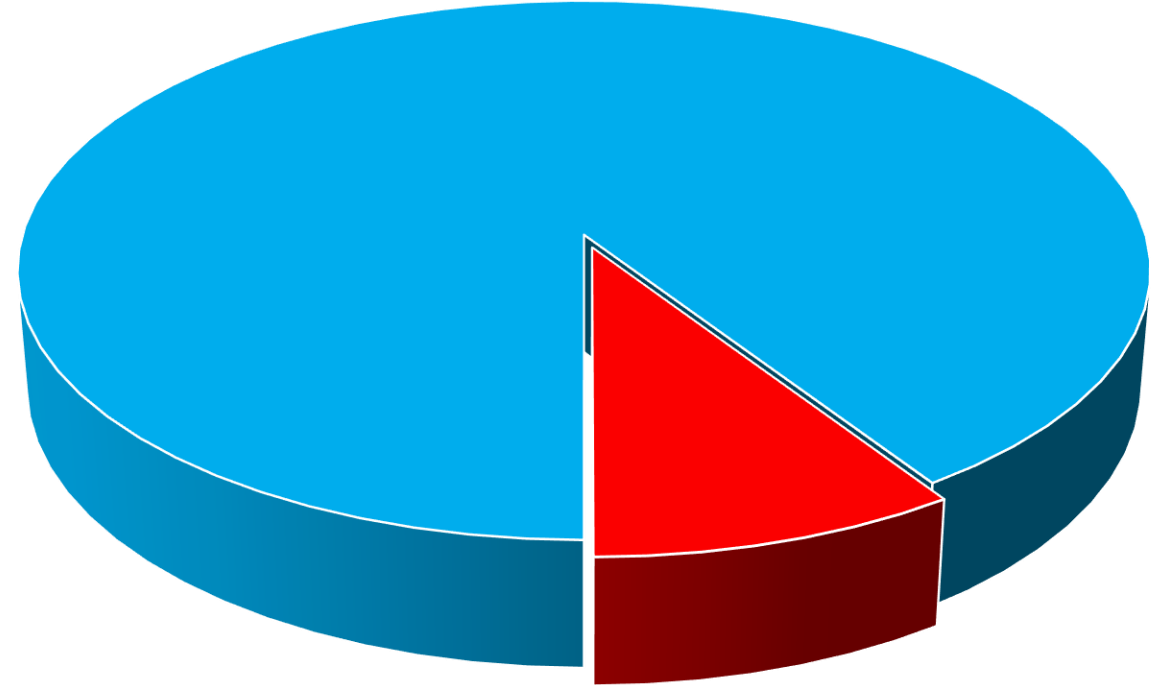
1980

Hanehalkı

2018



■ Sahibi Oturuyor ■ Kiracı Oturuyor

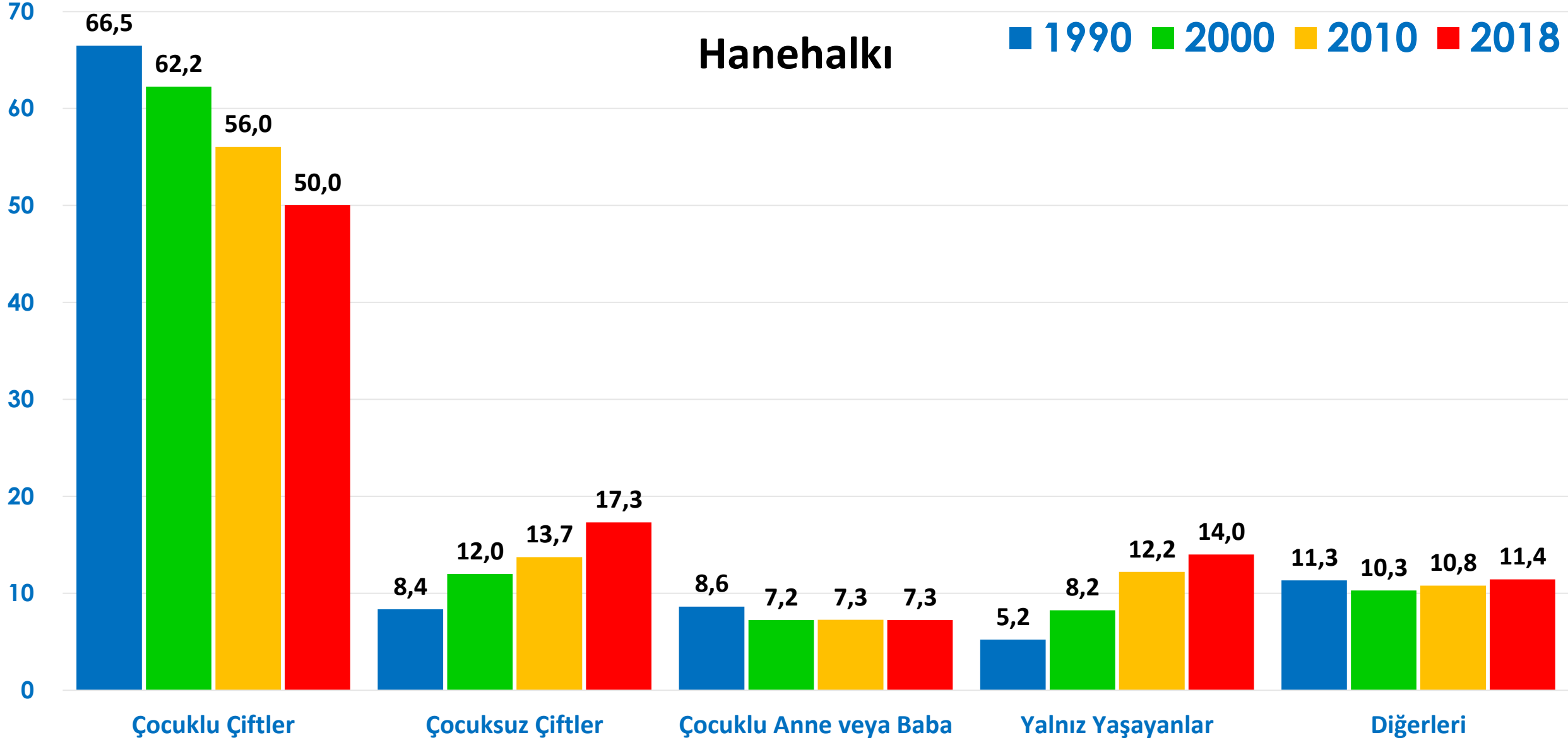


■ Sahibi Oturuyor ■ Kiracı Oturuyor

Singapur

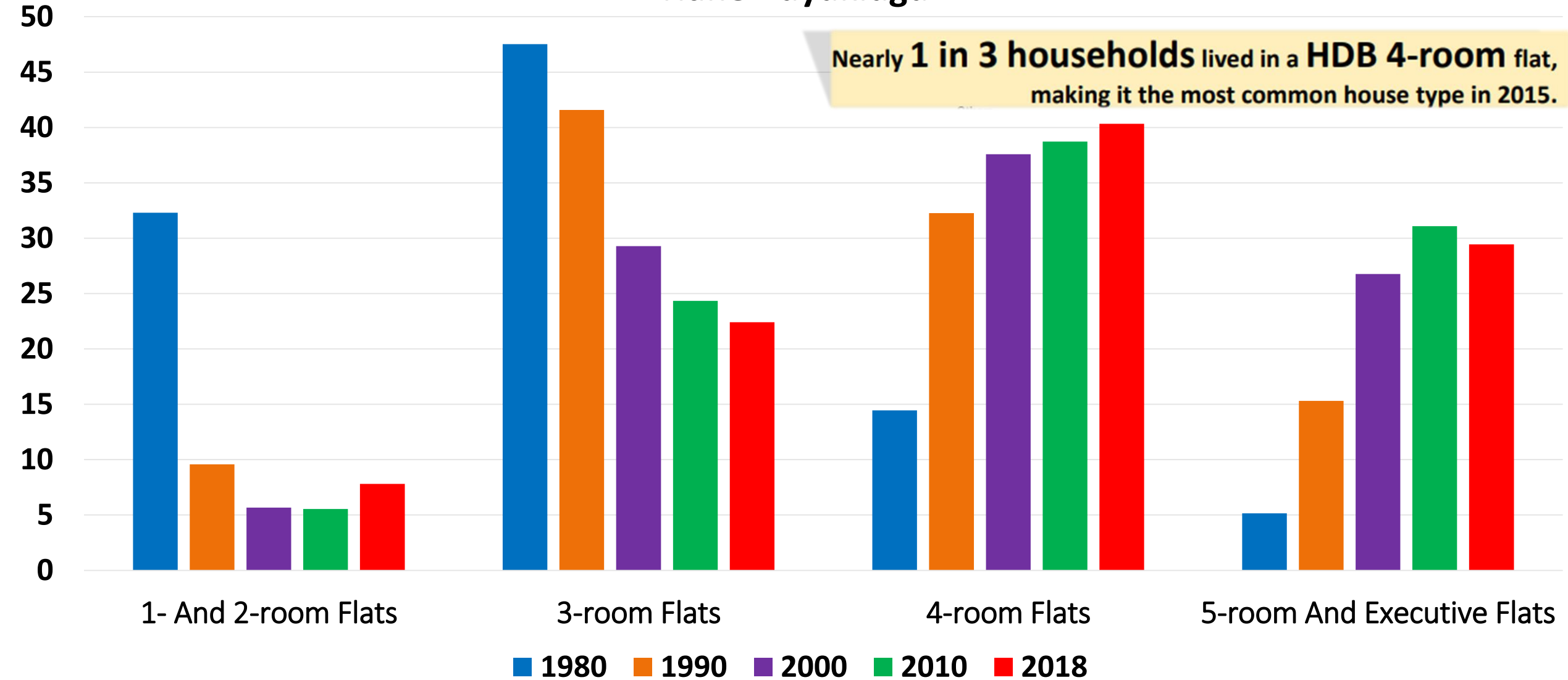
Hanehalkı

■ 1990 ■ 2000 ■ 2010 ■ 2018



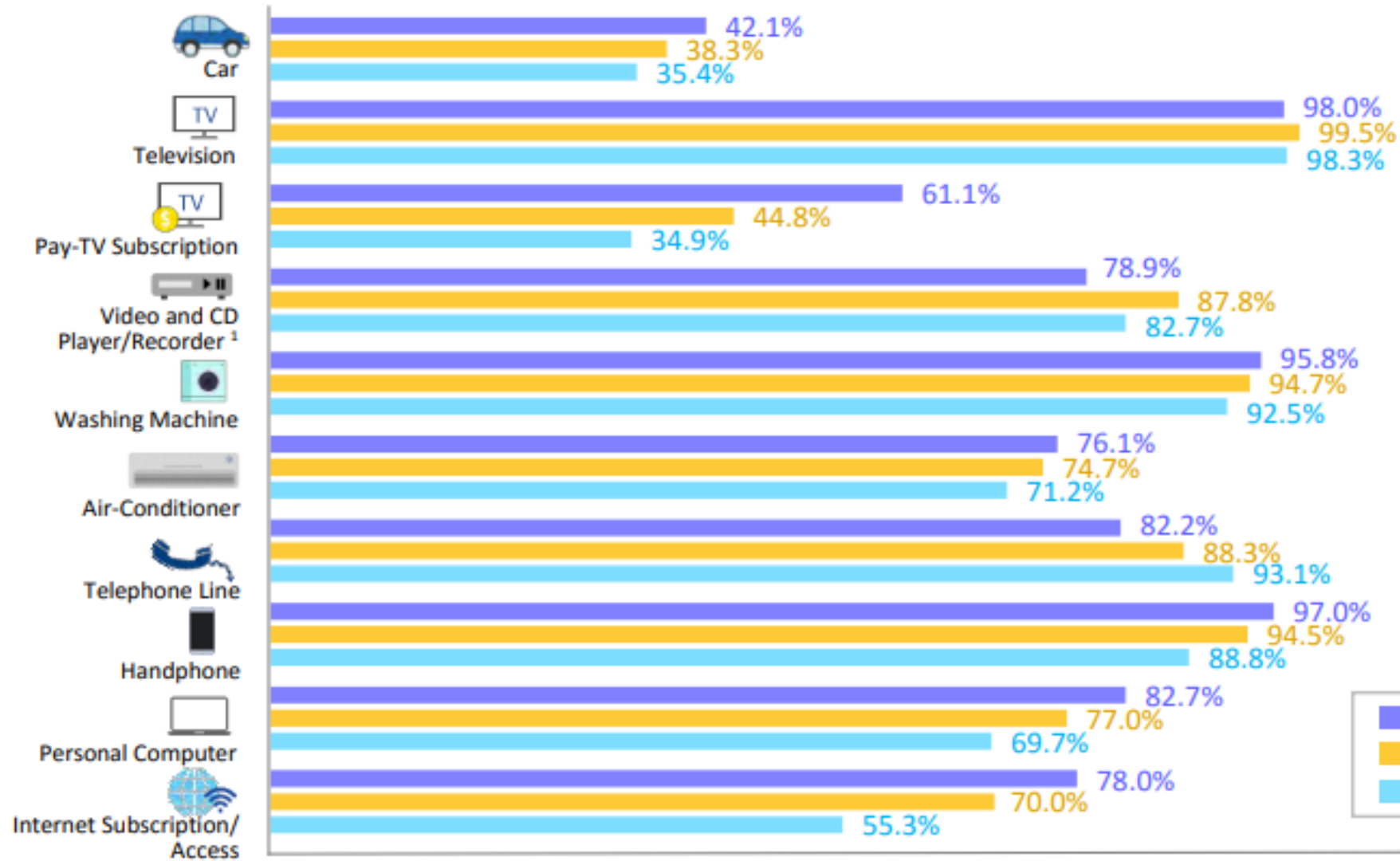
Singapur

Hane Büyüklüğü



Singapur

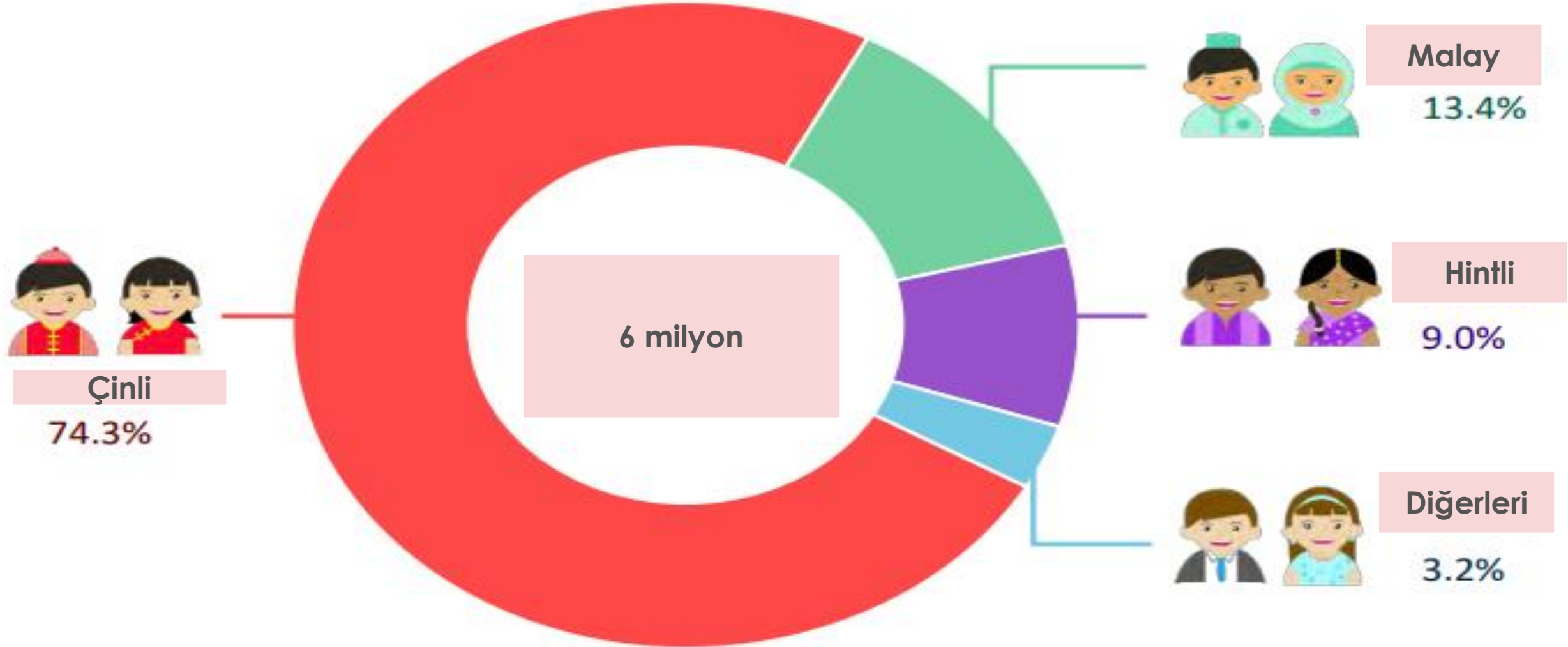
Ownership/Availability of Household Consumer Durables/Services



¹ Comprises player/recorder for Laser Disc, Video Compact Disc, Digital Versatile Disc, Compact Disc and Blu-Ray.

Singapur Halı Pazarı- Demografi

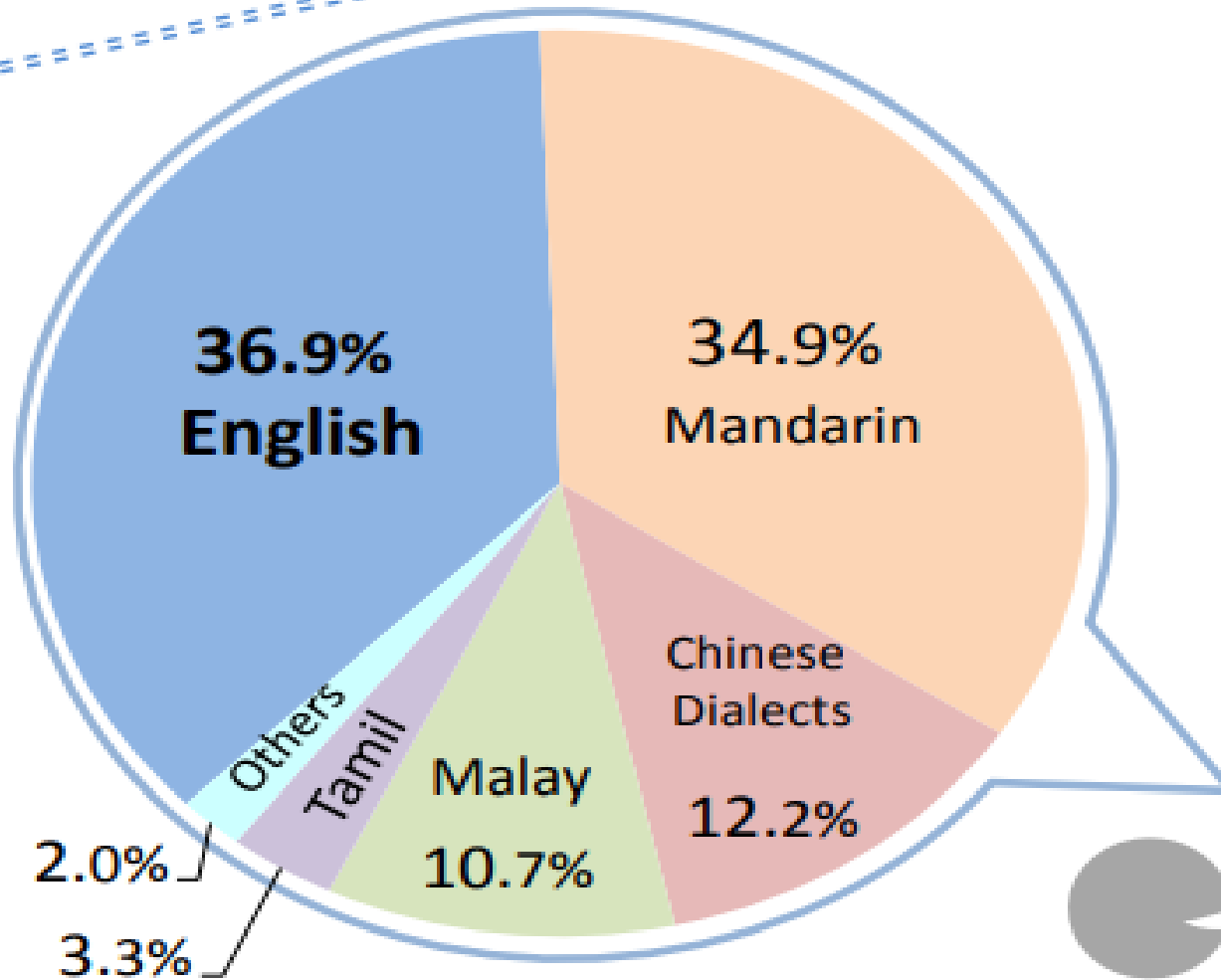
Composition of the Resident Population, 2017



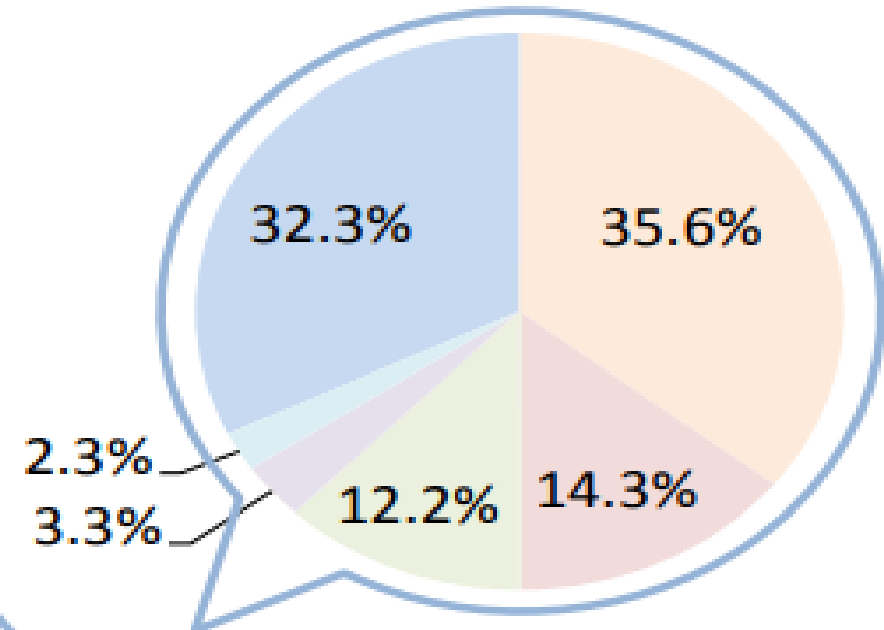
Singapur

Use of **English** as the main language spoken at home **rose**.

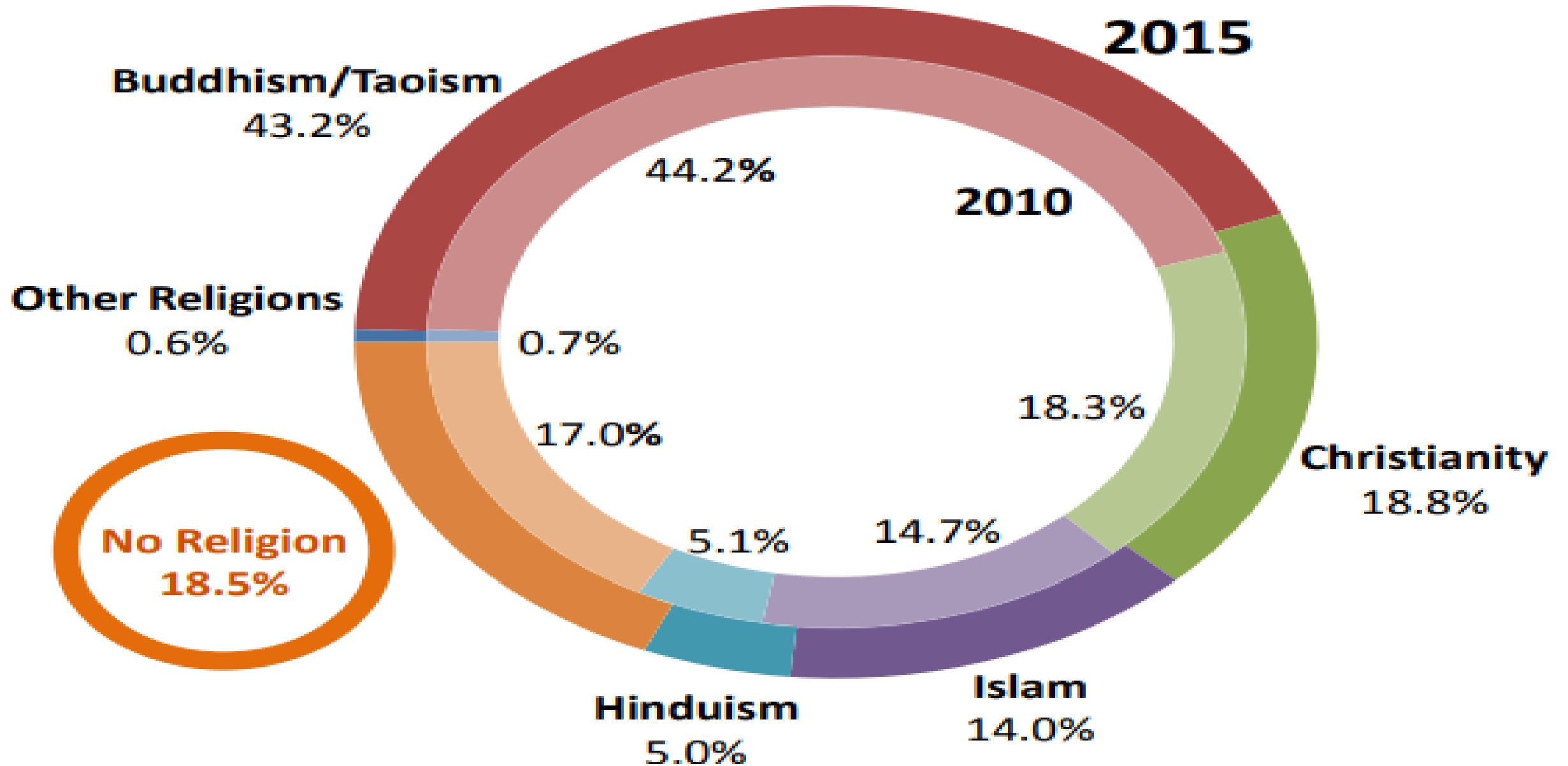
2015



2010



Singapur



FIRSAT ve TEHDİTLER

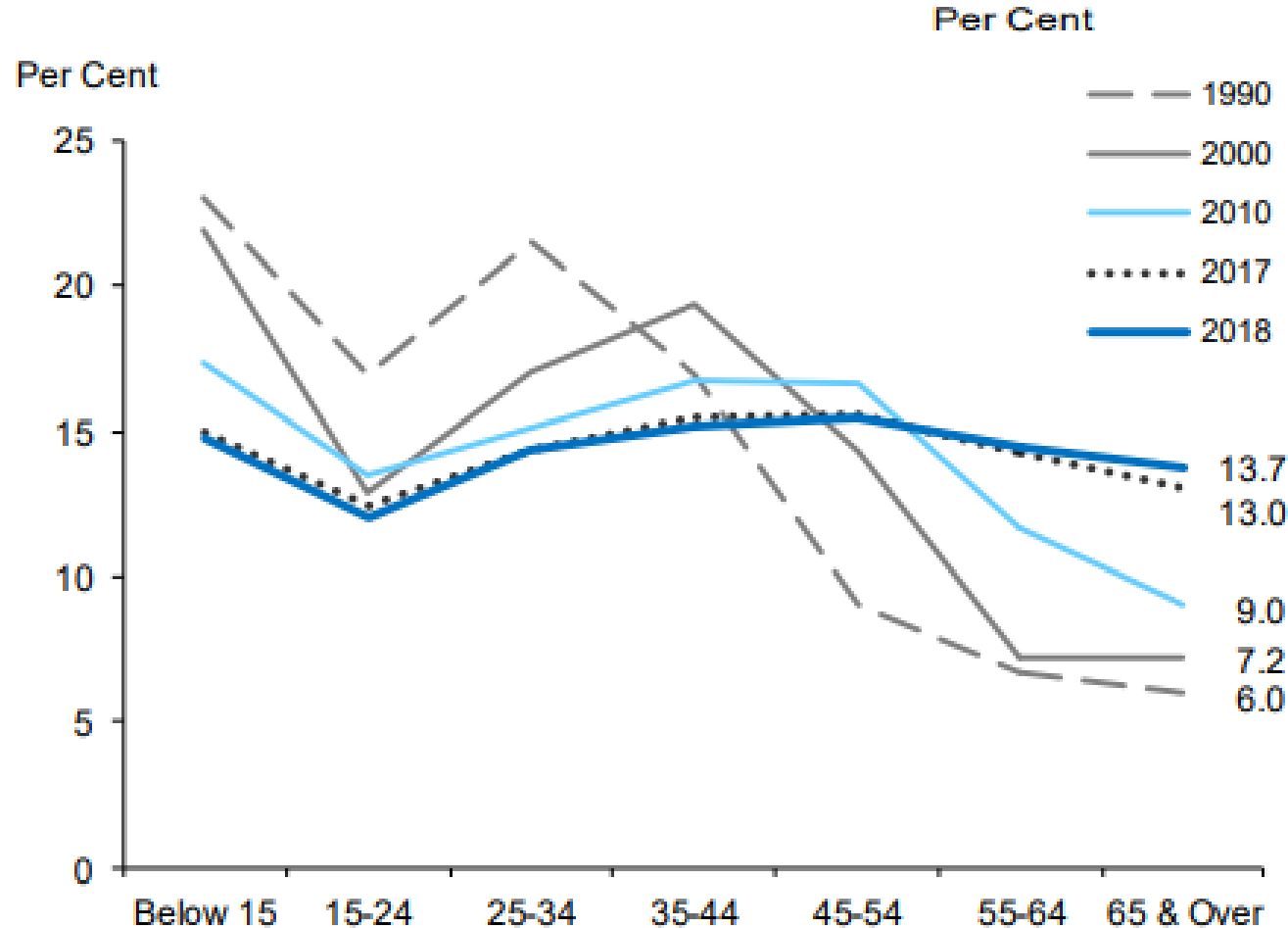
Tehdit: Orta gelir grubundaki Çinliler evlerinde halı kullanmayı kültürel ve sıcak hava koşulları sebebiyle tercih etmiyor. Üst gelir grubu ise **el halılarını** tercih ediyor.

Fırsat: Çinliler halıları daha çok duvarda tercih ettiği için; **ejderha, nilüfer çiçeğinin** olduğu duvar halıları kolayca müşteri bulabilecektir.



Singapur Halı Pazarı- Demografi

Vatandaşların Yaş Dağılımı

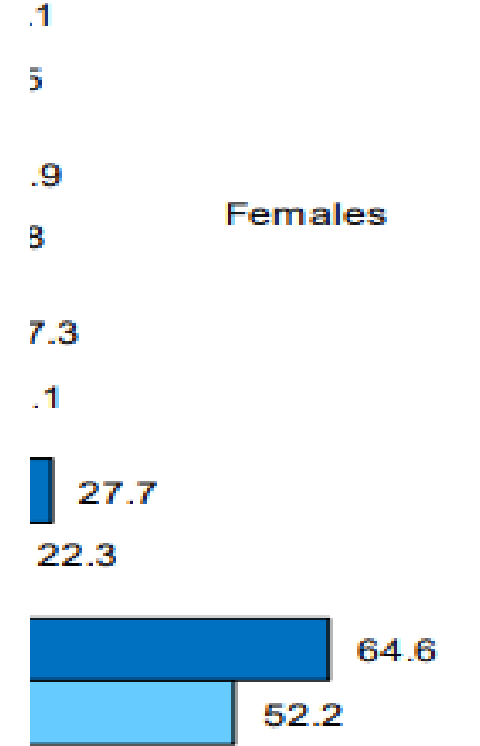


Yıllara göre bekar oranı

Age Group
(Years)

2017
2007

Year	Median Age (Years)
2018	40.8
2017	40.5
2010	37.4
2000	34.0
1990	29.8

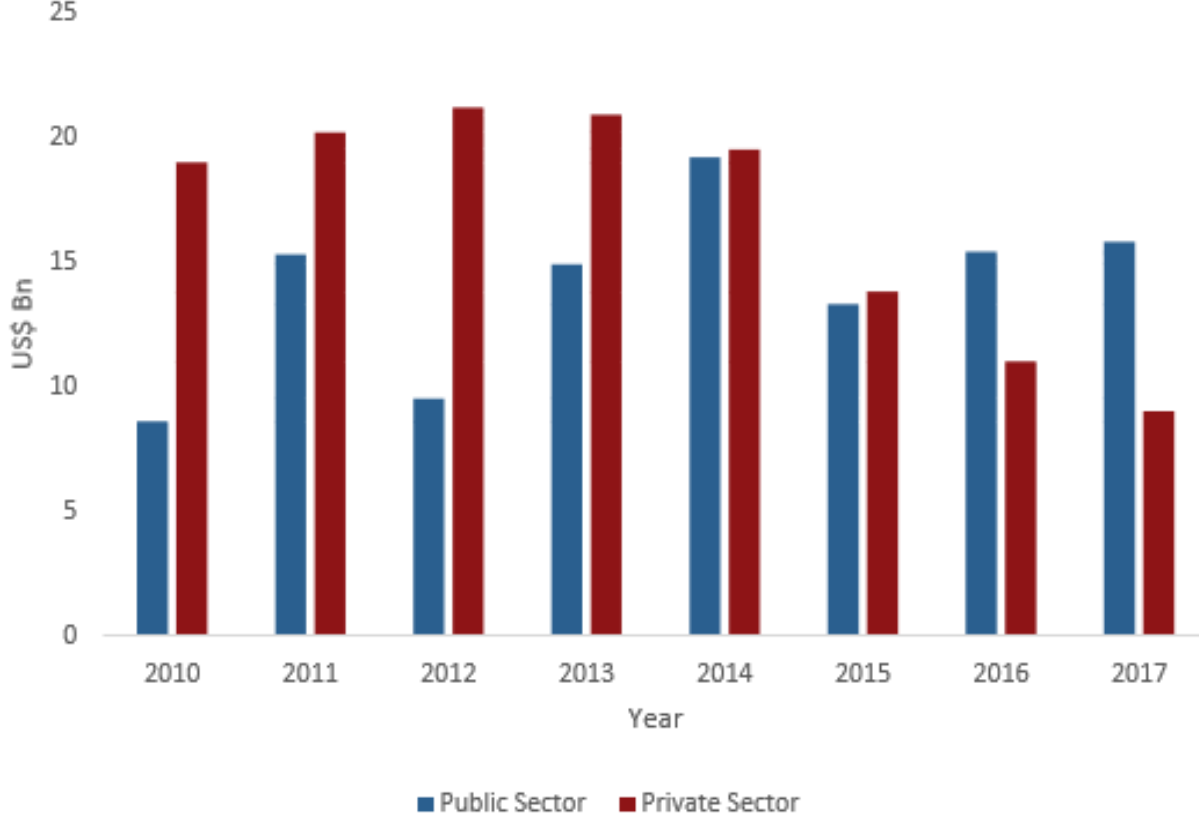


FIRSAT ve TEHDİTLER

Tehdit: Nüfusun gittikçe yaşlanması ve bekar oranının nüfus içinde artı göstermesi.

Fırsat: Yaşlanan nüfusla beraber el halısı ticaretinde yıllar içinde bir düşüş meydana gelmiştir. Genç nüfus makine halısı ve iskandinav tarzı halılardan satın almayı tercih etmektedir. **EL HALISI SATICILARI MAKİNA HALISI SATIŞINA GEÇİŞ YAPMAK İSTİYOR.**

İnşaat sektörü talebi



TEHDİT:

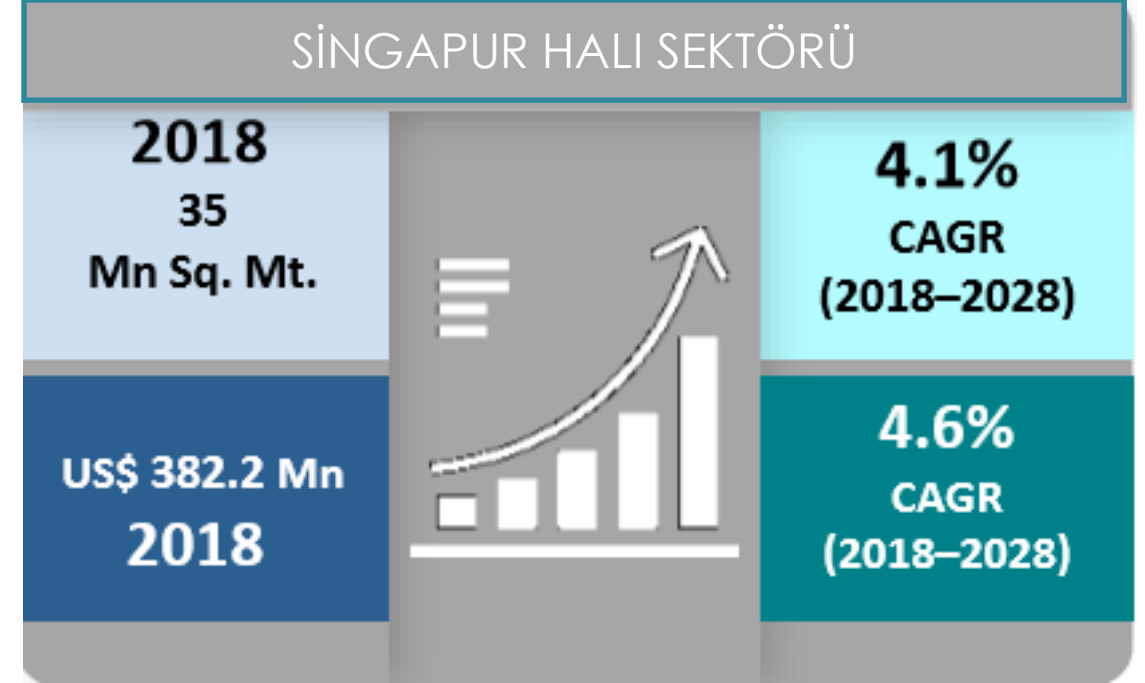
- Singapur'daki emlak piyasasının yaklaşık % 70'ini inşaat sektörü oluşturmaktadır.
- İnşaat sektöründe kar marjlarının azalması yatırım yapmayı riskli hale getiriyor. Bu nedenle, halıya olan talebin zayıflaması da beklenmektedir.
- Singapur da sert zeminlere (PVC, seramik) olan talebin artması ve ofislerin proje bütçelerinin azalması halı ve kilim pazarında büyük bir problem yaratmıştır.
- Hane halkının halıya olan talebi düşmesine rağmen, ofislerde prestij ürünü olarak kullanılmaktadır.

FIRSAT:

- Halı firmaları yer kaplamasında diğer seçeneklere yönelebilirler.

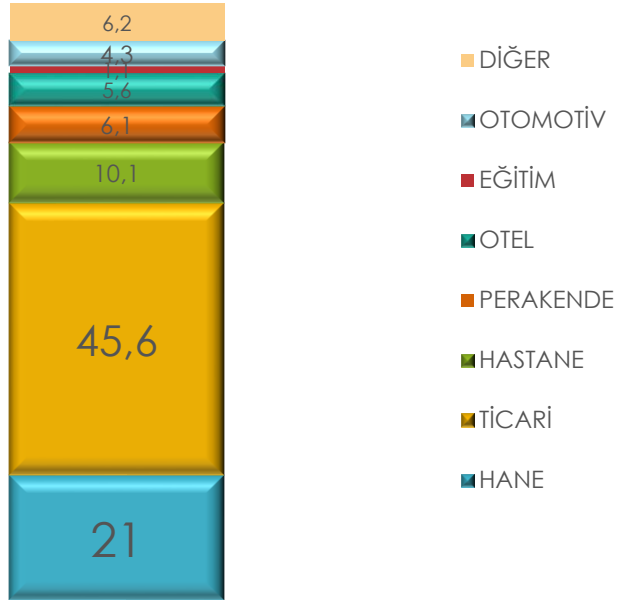
SİNGAPUR HALI PAZARI- GENEL BAKIŞ

	BÜYÜME ORANI
GDP BÜYÜME	3,6%
EMLAK	7,5%
EV/ APARTMAN YENİLEME	-2,0%
TÜKETİCİ HARCAMALARI	4,5%
HAMMADDE KAYNAKLARI	4,2%
TİCARET	-2,0%
TEKNOLOJİK AVANTAJ	1,7%
SATIŞ KANALLARI	2,0%
TEKSTİL ENDÜSTRİSİ	5,2%
EV DEKORASYON	8,0%



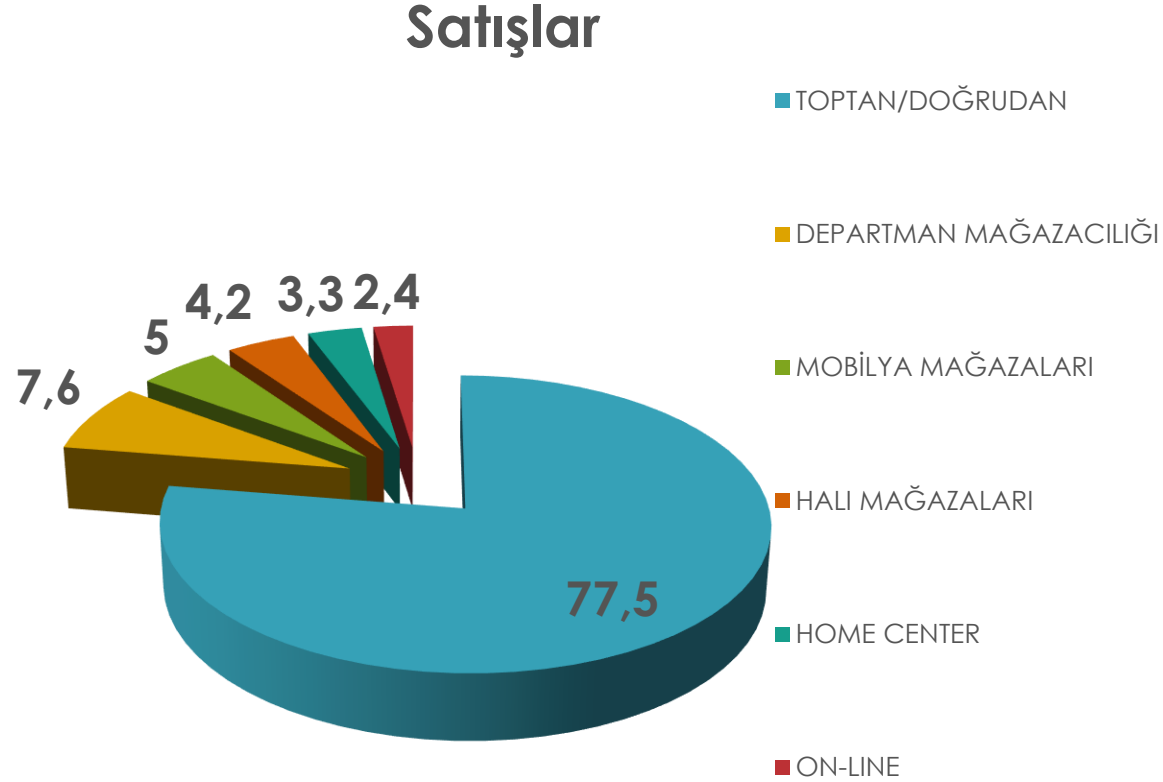
•Doğrudan satış ve toptan halı satışı 2018'de 77,5% olarak gerçekleşmiştir ve bu satış kanalları tüketiciler tarafından en çok tercih edilenler olmuştur.

SİNGAPUR HALI PAZARI- SON TÜKETİCİYE GÖRE



SON KULLANICI	YILLIK ORTALAMA BÜYÜME ORANI
HANE	4,3
TİCARİ	4,7
HASTANE	3,7
PERAKENDE	3,1
OTEL	3,3
EĞİTİM	2,9
OTOMOTİV	2,5

Singapur Halı Pazarı- Satış Kanalına Göre



SON KULLANICI	YILLIK ORTALAMA BÜYÜME ORANI
TOPTAN	4,6
DEPARTMAN	2,2
MOBİLYA	2,8
HALI	2,6
HOME CENTER	3,1
ONLINE	3,3

SİNGAPUR NEDEN ÖNEMLİ?

Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN)

Örgütün Amacı: Ekonomik, sosyal, kültürel, teknik, eğitim ve diğer alanlarda işbirliği, adalet kavramına, hukuk ve Birleşmiş Milletler ilkelerine saygı çerçevesinde bölgesel barış ve istikrarın sağlanması.

Kuruluş Tarihi: 1967

Merkezi: Jakarta - Endonezya

Diyalog Ortakları: AB, ABD, Kanada, Rusya, Çin, Japonya, Güney Kore, Hindistan, Avustralya ve Yeni Zelanda

Sektörel Diyalog Ortakları: İsviçre, Norveç, Pakistan, Türkiye

ASEAN ile tesis edilen SDO'nun, ülkemizin 2023 hedefleri çerçevesinde sağlanmak istenen ticaret rakamlarının elde edilmesinde, Güneydoğu Asya bölgesine açılım politikamız çerçevesinde hem ticari hem de ekonomik ilişkilerimize zemin kazandırılmasında, ülkemizin bölgedeki görünürlüğünün artırılmasında ve bölge ülkeleriyle ülkemiz aleyhine olan ticaret dengesinin düzeltilmesinde faydalı olacağı değerlendirilmektedir.



ENDONEZYA



MALEZYA



VIETNAM



BRUNEİ



KAMBOÇYA



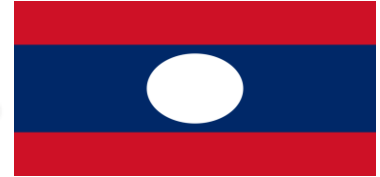
MYANMAR



FİLİPİNLER



SİNGAPUR



LAOS



TAYLAND

ASEAN KİŞİ BAŞI GDP



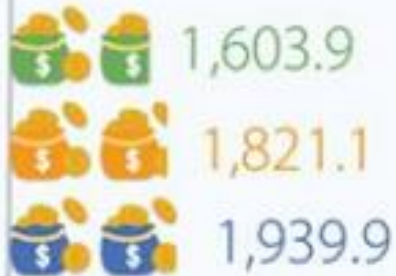
ASEAN



ASEAN 6



CLMV



2013



2016

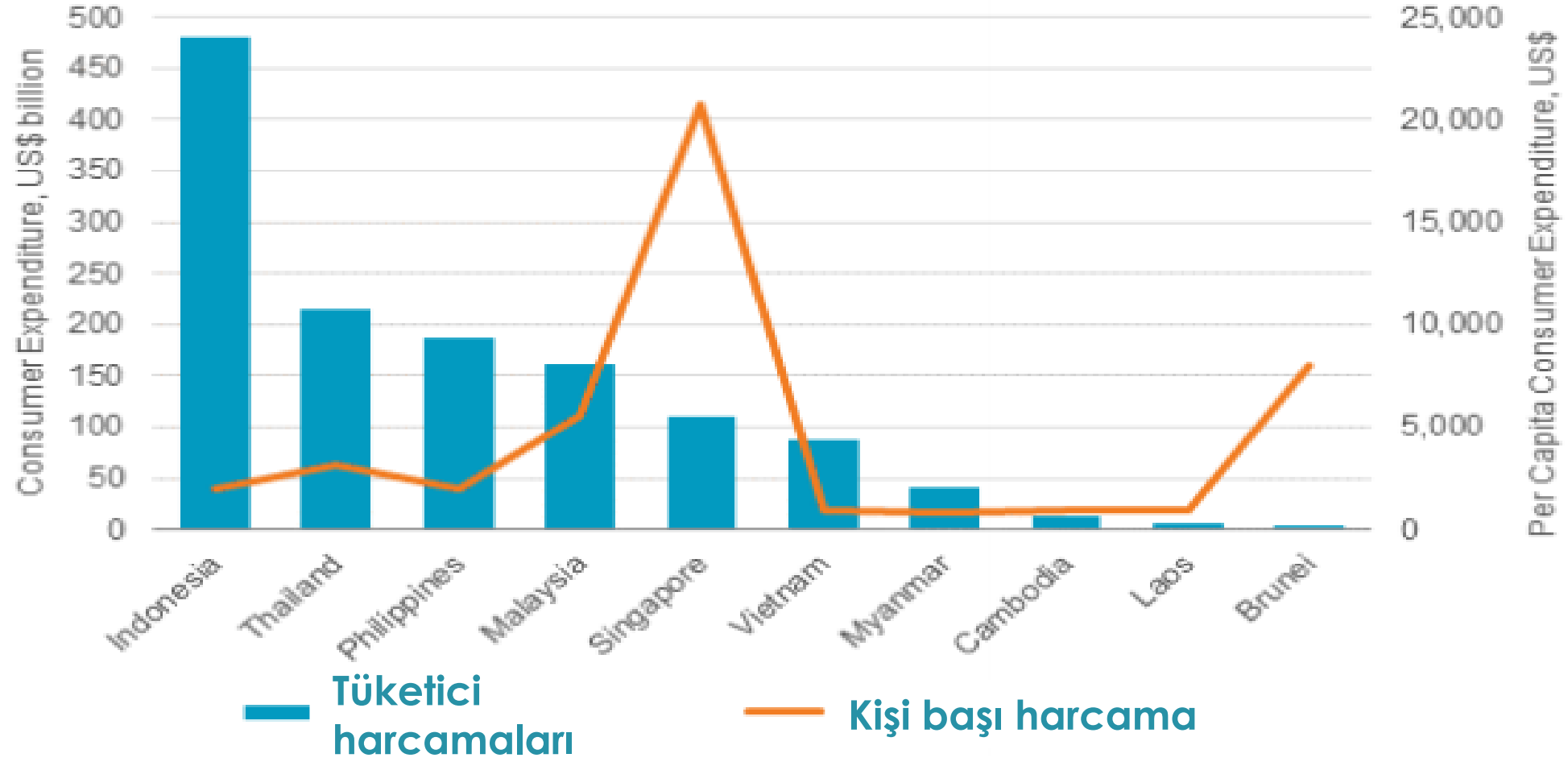


2017

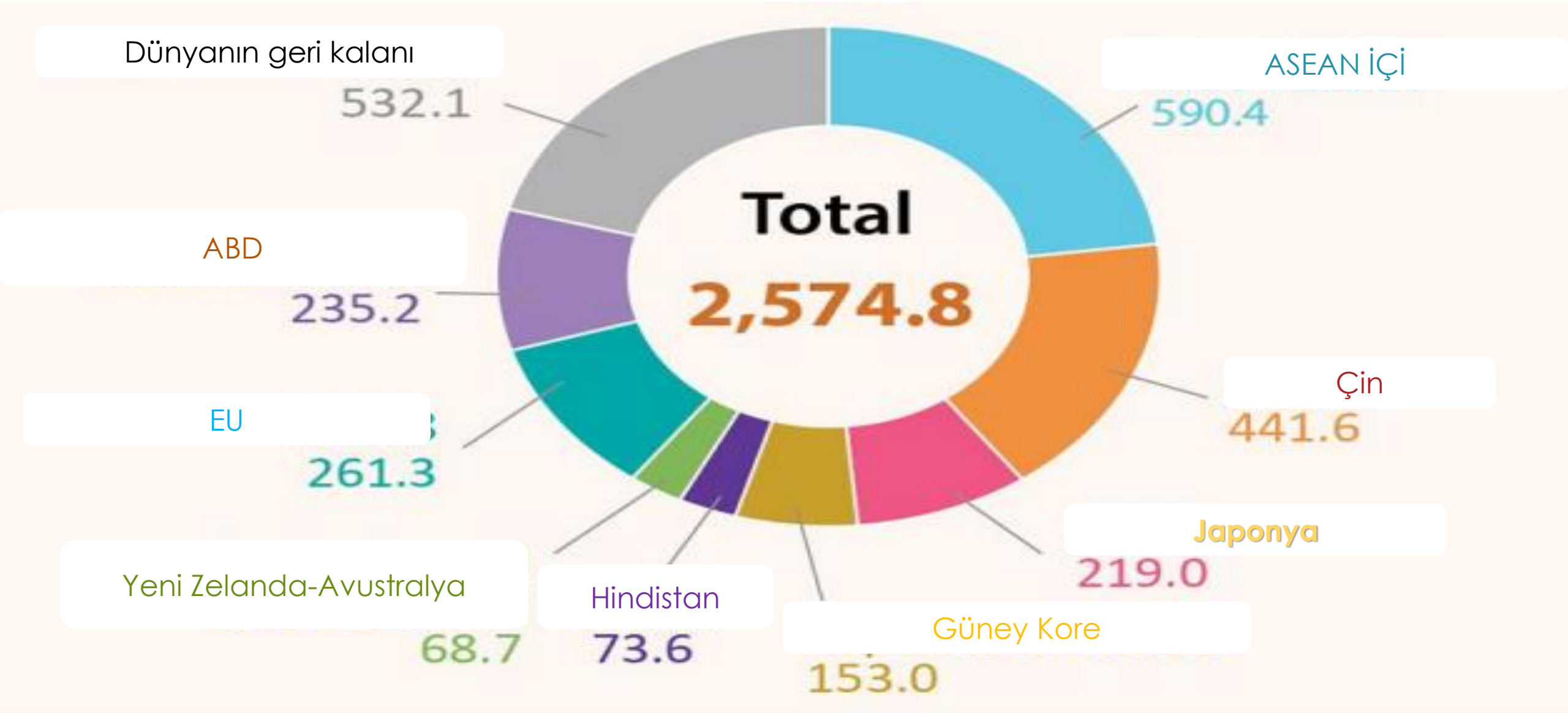
ASEAN GDP SEKTÖREL DAĞILIM %



ASEAN ÜYE ÜLKELERİNDE TOPLAM VE KİŞİ BAŞINA TÜKETİCİ HARCAMALARI

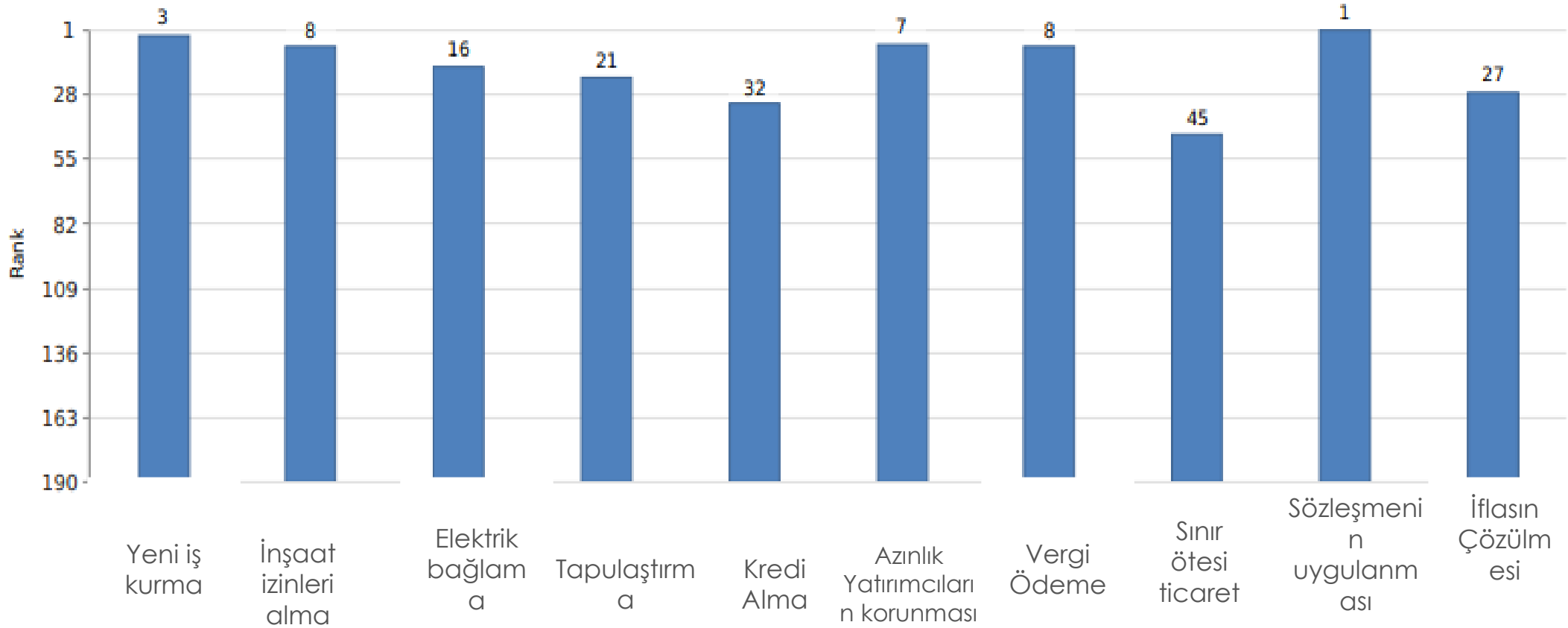


ASEAN SEÇİLMİŞ PARTNER ÜLKELER İLE TİCARETİ 2017 (MİLYAR\$)



SİNGAPUR FIRSATLAR

İş Yapma Konusunda Sıralama - Singapur



SİNGAPUR NEDEN ÖNEMLİ

- Singapur, Malay Yarımadası'nın güney ucunda stratejik önemi olan küresel bir denizcilik merkezidir. 120'den fazla ülkede 600 limana bağlı olan Singapur, her yıl 130.000'den fazla gemi çağrısı ile nakliye tonajı açısından dünyanın en işlek limanıdır.
- Dünyanın en iyi nakliye gruplarından yaklaşık 140 tanesine ev sahipliği yapıyor,
- Singapur'a Deniz yoluyla mallar 17 günde, Malezya'ya 20 gün, Jakarta 24-26 gün içinde ulaşıyor.

Singapur Depo Kiralama/Sahiplik

	Singapur	Batı Asya&Pasifik	OECD
Prosedür (sayısı)	10	15,1	12,7
Zaman (Gün)	41	133,5	153,1
Maliyet(Deponun değerinin %)	3,4	1,9	1,5
Bina kalite kontrol indexi	9	12	11.5
Kira	M2 ve yere göre değişiklik gösteriyor		

The Employment Pass	Entrepass	S pass	
3600 \$ kazanan nitelikli yabancılar için	Singapur'da iş kurmak isteyen yabancı girişimciler EntrePass'a başvurmalıdır. İşletmenin Singapur'daki Muhasebe ve Kurumsal Düzenleme Kurumuna (ACRA) Özel Limited Şirketi olarak kayıtlı olması gerekir.	S Pass, Singapur'da çalışacak en az 2.200 dolarlık sabit bir aylık maaş alan orta düzey vasıflı yabancılar için izin verir. Adaylar puan sistemi üzerinden değerlendirilecektir. Bir şirketin kullanabileceği S Pass sahiplerinin sayısı kotaya dayanır. Şirketin toplam yerel işgücü ile ilgili sistem. S Pass çalışanları, kota sınırlamalarına tabidir (şirketin hizmet sektöründeki toplam işgücünün yüzde 15'i ve geri kalan sektörlerin yüzde 20'si) ve çalışan tüm işçiler için bir vergi ödenmektedir.	Çalışma İzni genellikle yabancı işçilere onaylanmış bir kaynaktan, yani ülke / bölgeden verilir. Potansiyel bir işveren, Yabancı İşçi istihdam etmeden önce bir WP için Çalışma Geçiş Kontrolörüne başvurmalıdır. Bundan önce, iş Daha önce WP veya S Passes için hiç başvuruda bulunmamış işverenlerin ticari faaliyetlerini beyan etmeleri gerekmektedir. Bir Çalışma İzninin süresi, genellikle işçi pasaportunun, Bankacının / Sigorta Garantisinin ve İşçinin çalışma süresi, hangisi daha kısa ise. İşçinin sadece işveren için ve belirtilen meslekte çalışmasına izin verilir. İşverenler, endüstrileri için kotalarla sınırlıdır ve her işçi için bir aylık vergi ödemek zorunda.



Bohara 160 x 230 cm
\$428

Bohara 160 x 230 cm
\$428

Prestige 160 x 230 cm
\$588





































180cm x 230cm
\$168
Made in Turkey



180cm x 230cm
\$168
Made in Turkey



ALT ve ORTA GELİR GRUBU HİNTLİLERE HİTAP EDEN ÜRÜNLER



ALT ve ORTA GELİR GRUBU HİNTLİLERE HİTAP EDEN ÜRÜNLER





Malezya



Malezya

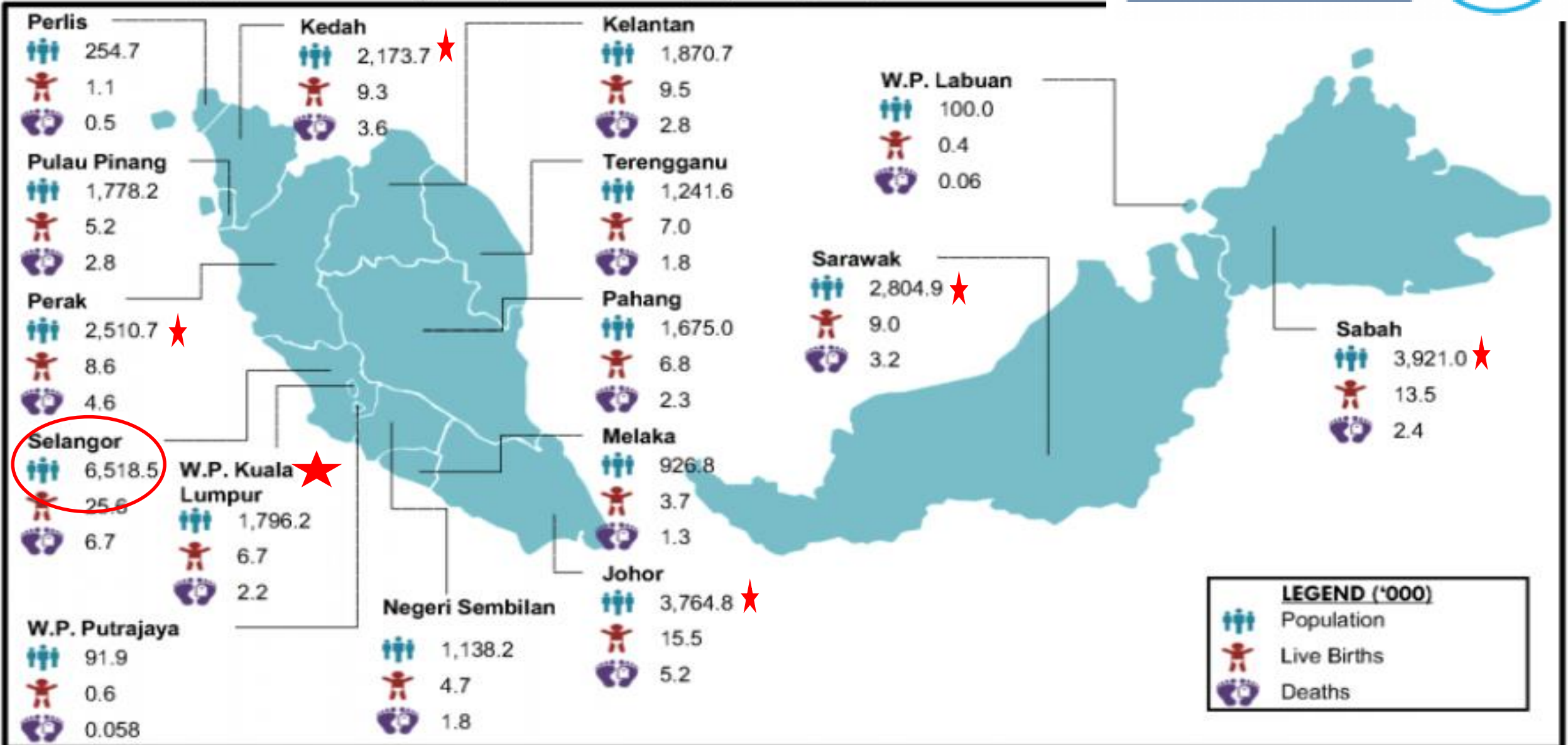


Malezya

32.6 million population in fourth quarter 2018

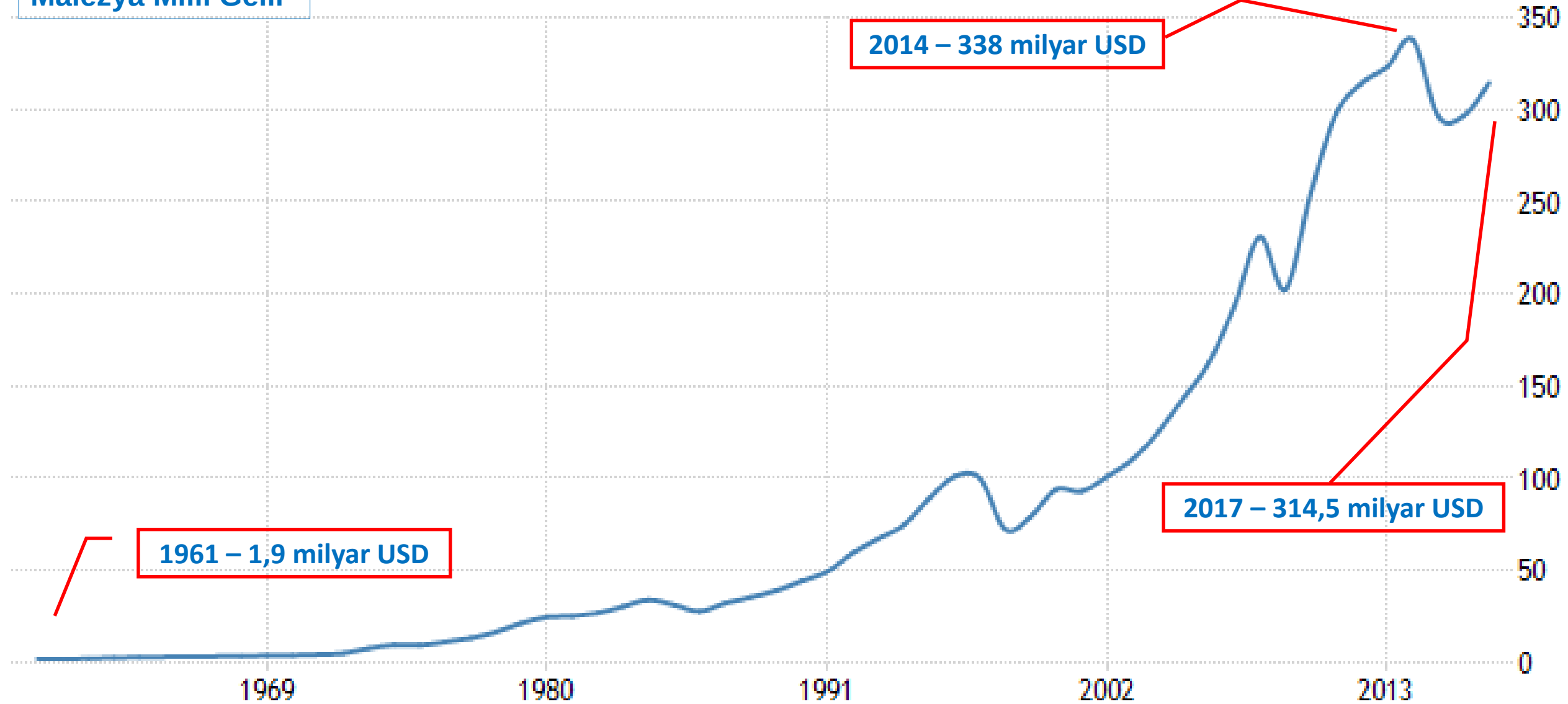


Exhibit 1: Demographic statistics by state, fourth quarter (Q4) 2018^a, Malaysia



Malezya

Malezya Milli Gelir



Malezya

Malezya Milli Gelir Büyüme Oranı: Ortalama 2000-2018: % 4,80



Malezya

Malezya Kişi Başı Milli Gelir - USD

2017- 11.521

12000

10000

8000

6000

4000

2000

0

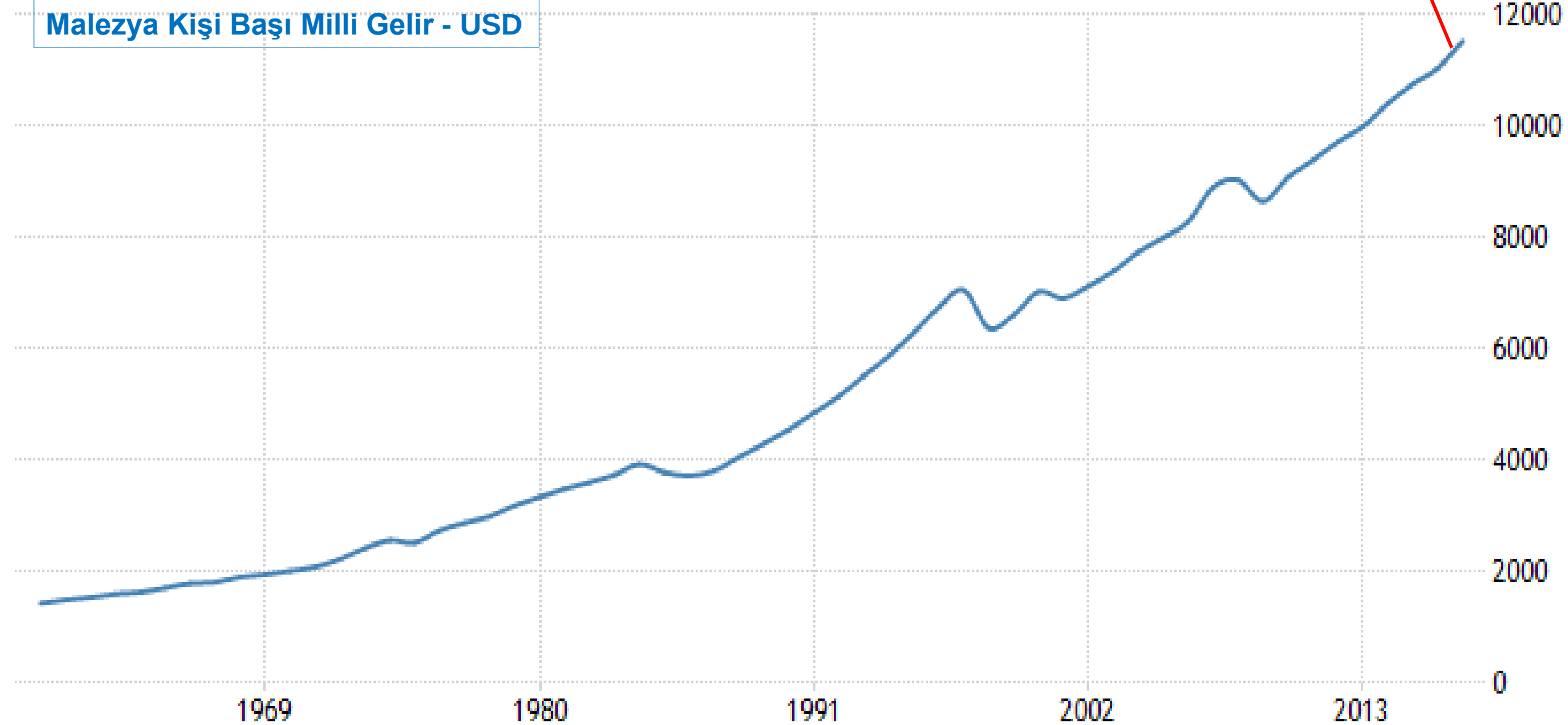
1969

1980

1991

2002

2013



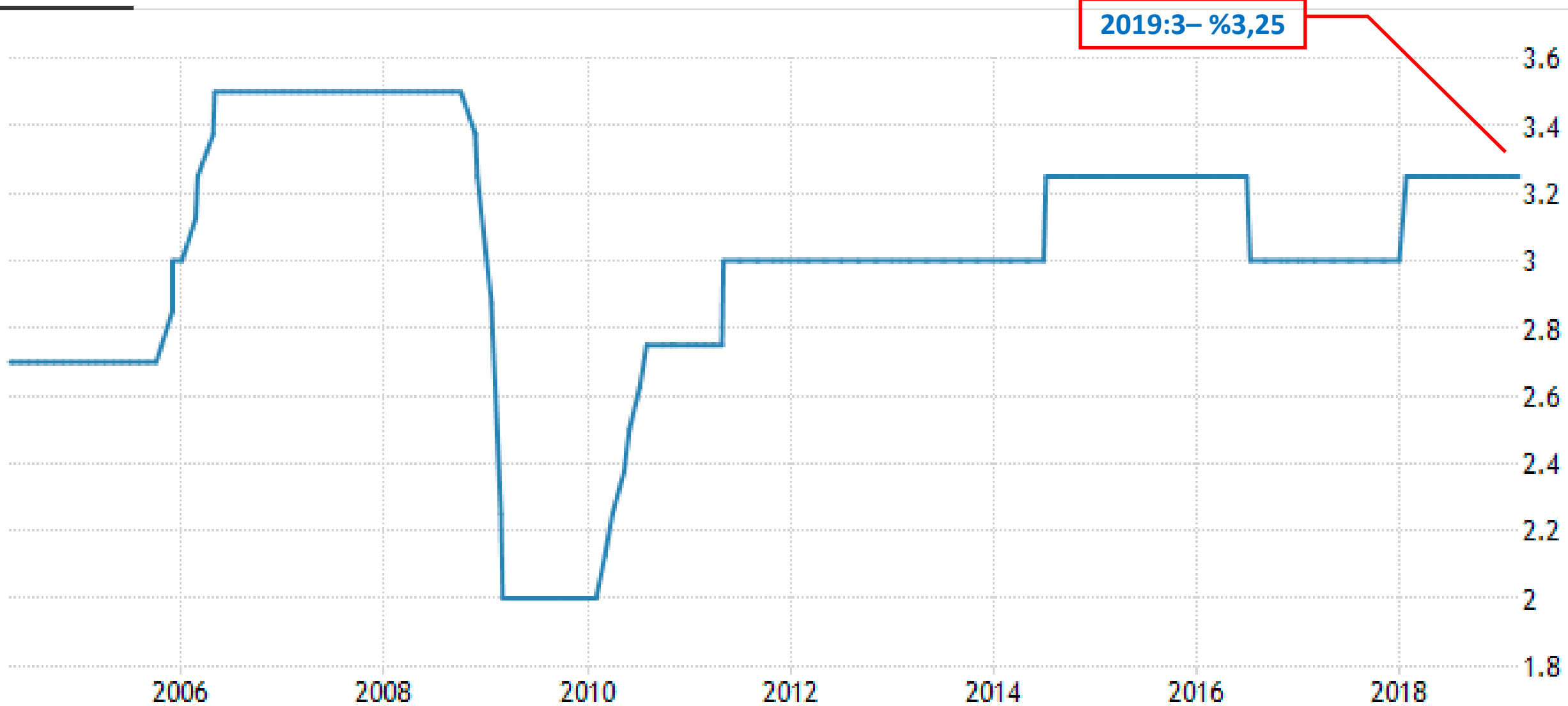
Malezya

Malezya Enflasyon Oranı



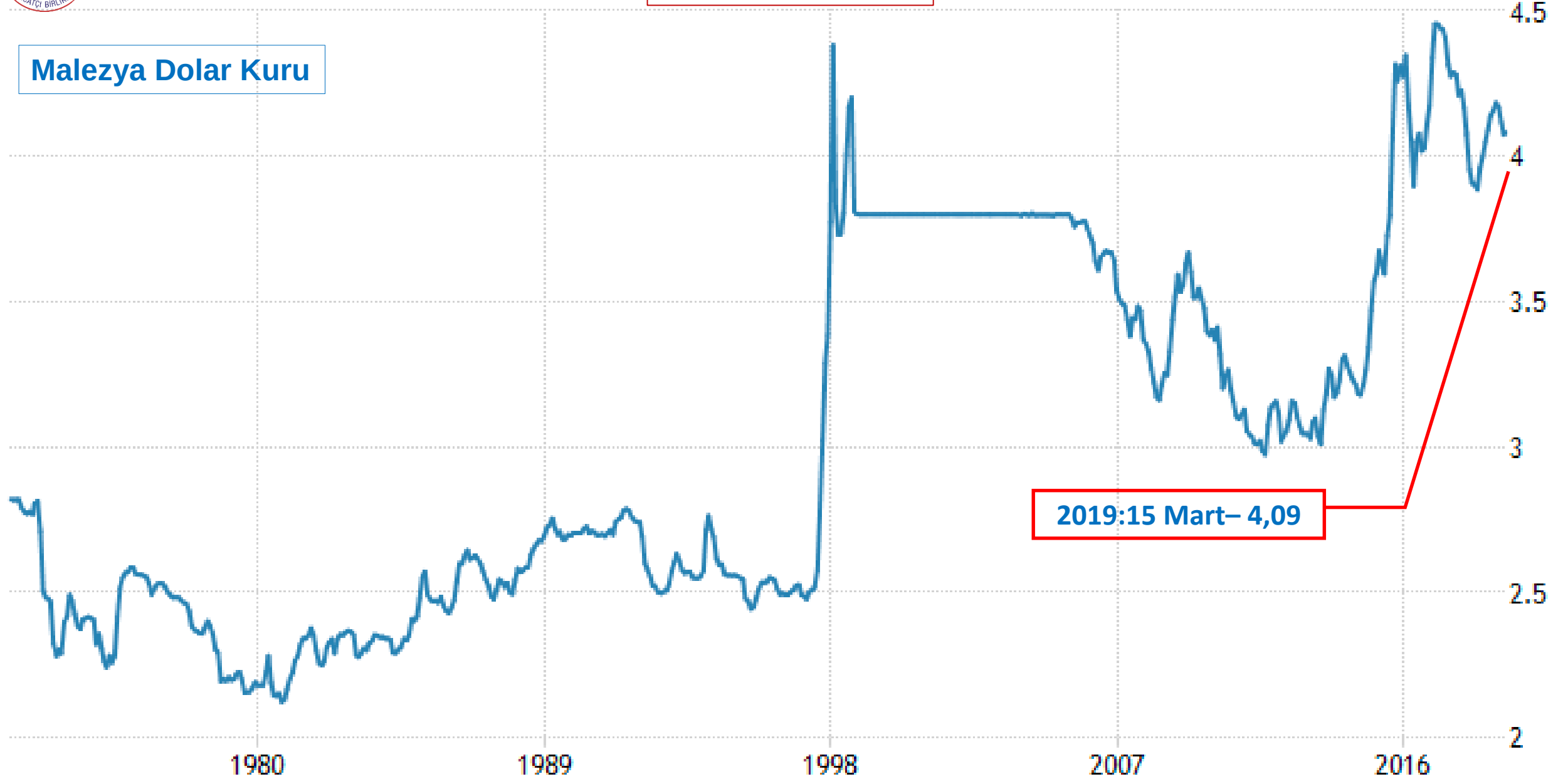
Malezya

Malezya Faiz Oranı



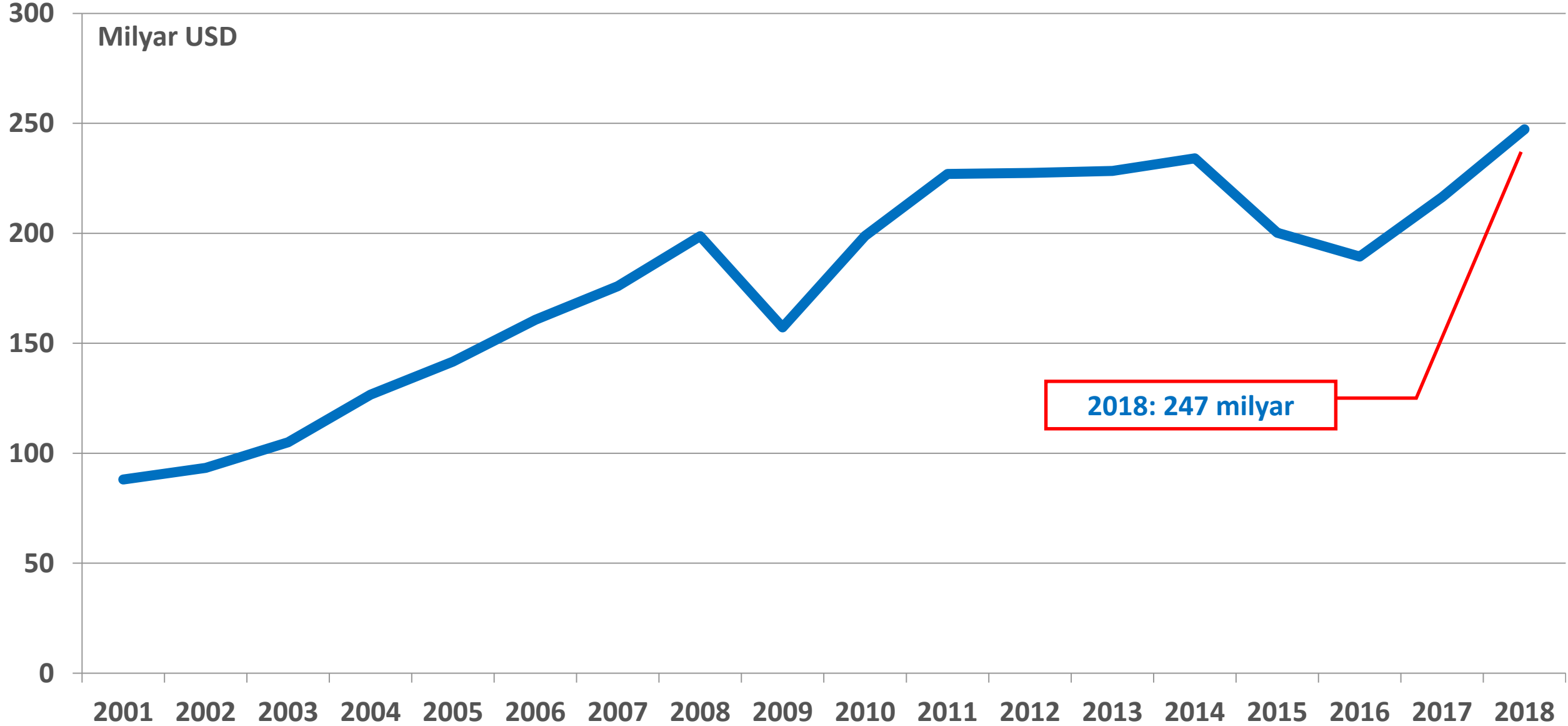
Malezya

Malezya Dolar Kuru



Malezya

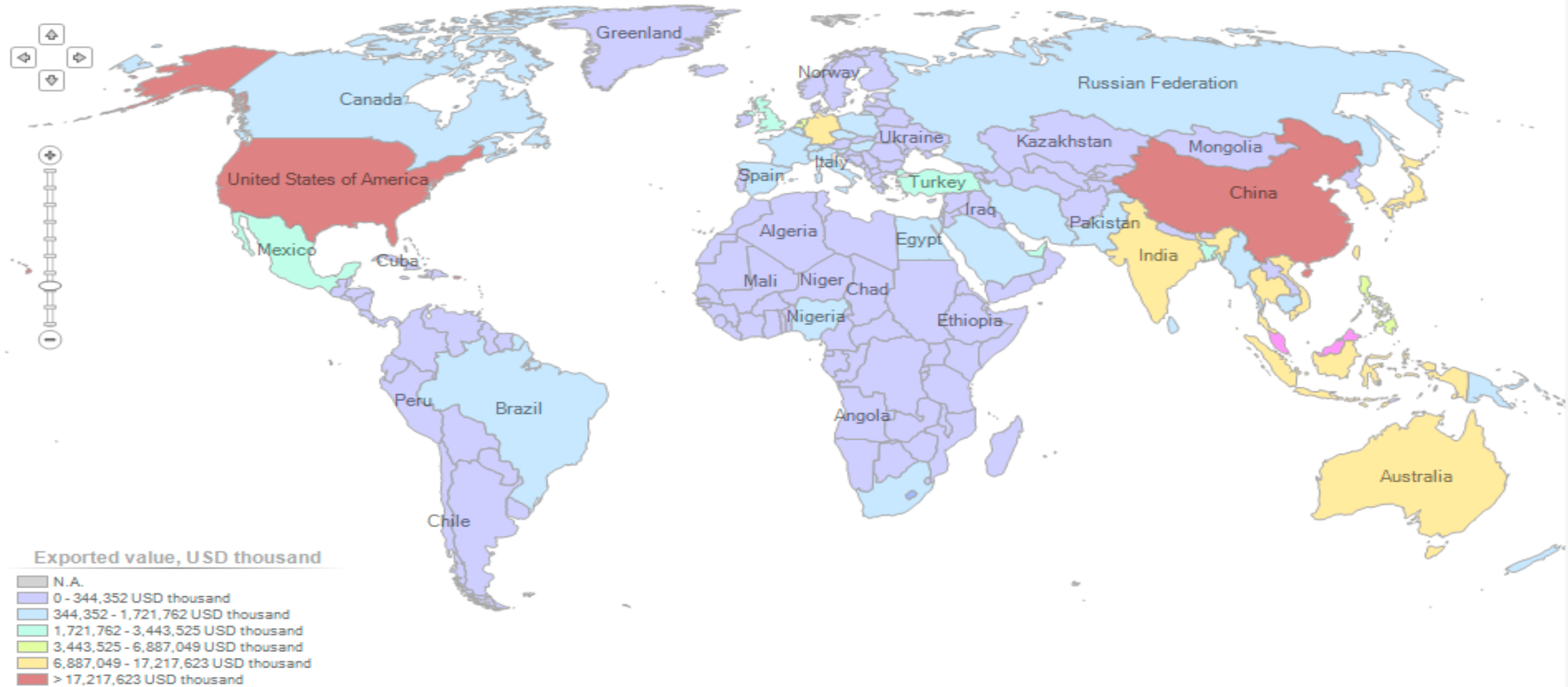
Malezya İhracat



Malezya

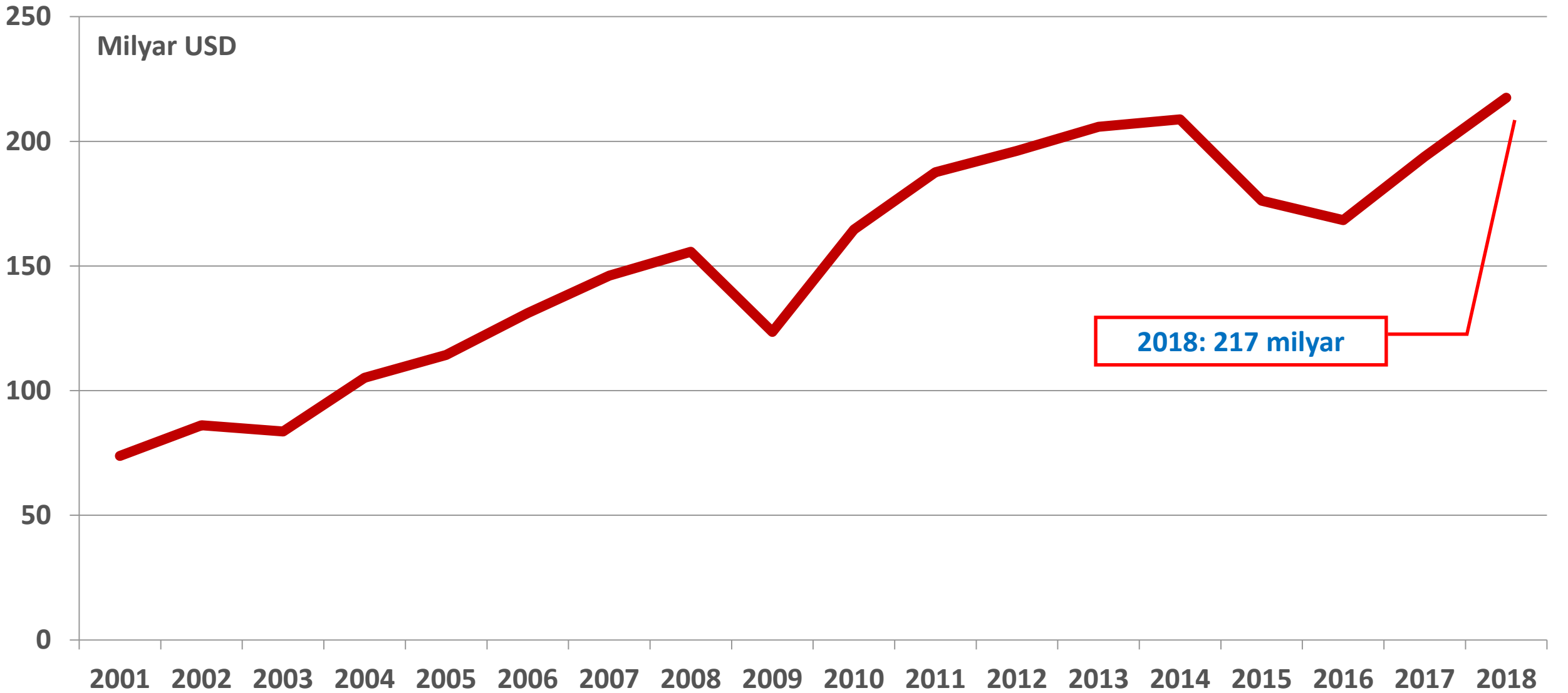
List of importing markets for a product exported by Malaysia in 2018

Product : TOTAL All products



Malezya

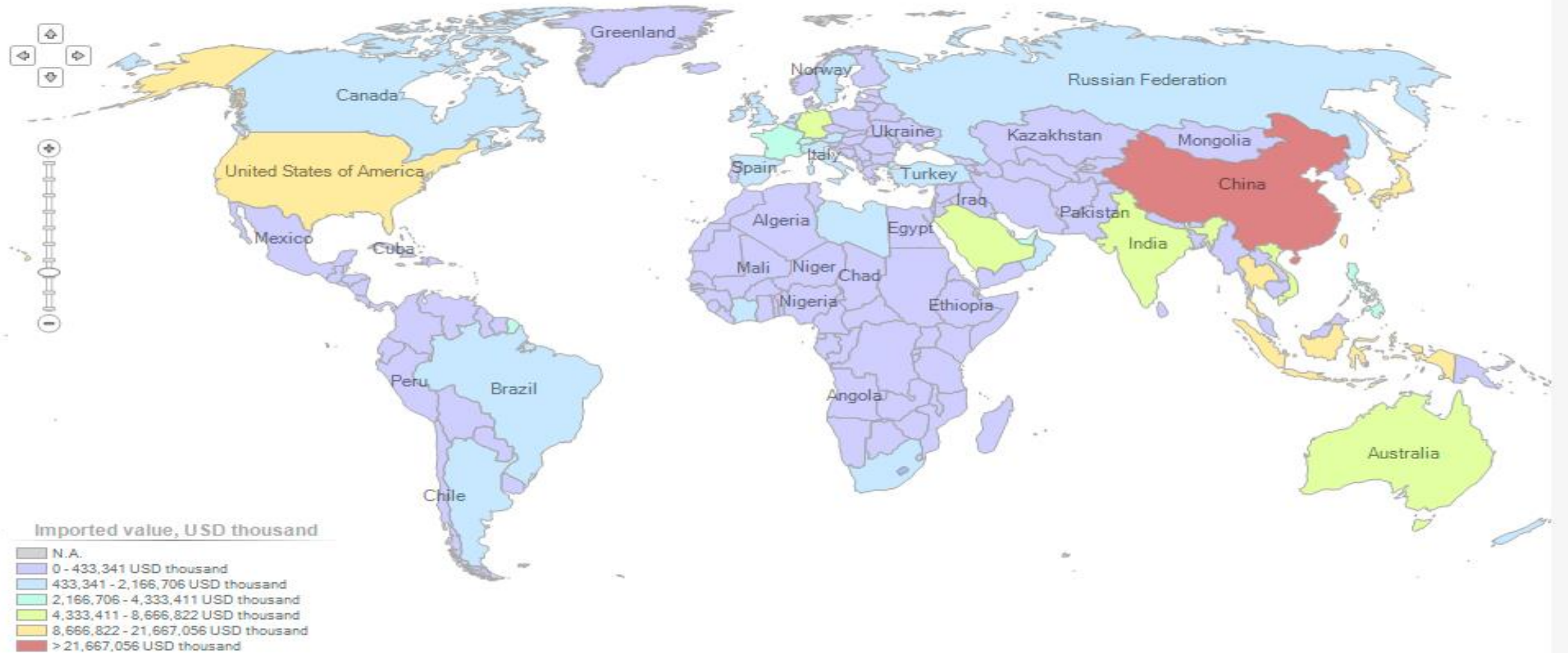
Malezya İthalat



Malezya

List of supplying markets for a product imported by Malaysia in 2018

Product : TOTAL All products



GTİP Kodu: 57

İhracatçı Ülkeler		2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
	Dünya	58.734	72.623	85.015	96.438	111.889	Karşıdan Görünüş				
1	Çin	27.414	45.117	50.617	58.723	67.495	121.920	121.811	101.738	98.826	107.811
2	Hindistan	2.119	2.433	7.807	8.724	10.790	13.960	6.053	6.355	5.359	5.216
3	Türkiye	7.472	5.170	6.065	7.264	8.996	20.784	18.270	13.211	9.315	11.765
4	Tayland	4.844	4.230	5.800	4.597	6.710	7.805	6.115	7.017	5.692	6.727
5	Endonezya	5.949	7.808	6.172	6.475	6.061	7.656	6.860	8.202	6.130	5.469
6	Mısır	1.705	1.810	1.675	1.605	2.323	2.276	1.552	1.548	692	922
7	Polonya	98	77	447	764	1.569	167	68	162	292	691
8	Japonya	2.354	548	1.235	1.840	1.300	1.385	332	971	13	1.345
9	İsviçre	323	381	332	473	765	643	607	633	660	825
10	Birleşik Krallık (İng)	431	334	466	316	624	269	175	166	400	267
	TOPLAM	52.709	67.908	80.616	90.781	106.633	176.865	161.843	140.003	127.379	141.038

Malezya'nın İthalatı: GTİP Kodu: 5702

İhracatçılar		Vergi	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
World		%	12.858	15.409	20.190	24.396	29.948	Karşıdan Görünüş				
1	Çin	0	3.216	6.188	9.223	11.277	13.555	3.553	43.935	31.132	27.276	27.351
2	Türkiye	11,44	3.485	2.731	4.790	6.469	8.083	18.393	16.769	12.582	8.833	11.441
3	Mısır	11,44	1.153	1.149	866	863	1.853	0	79	0	0	0
4	Endonezya	0	757	1.653	979	1.496	1.785	1.866	1.483	2.168	1.444	1.341
5	Thailand	0	1.174	1.072	1.211	601	1.323	320	74	259	158	494
6	Hindistan	8,54	815	915	1.332	1.687	1.257	3.582	1.031	244	787	1.927
7	İsviçre	11,44	171	326	325	465	744	628	592	621	654	817
8	ABD	11,44	34	122	200	342	345	13	174	89	112	92
9	Bangladeş	11,44	44	136	228	182	326	9	0	3		0
10	Belçika	11,44	203	272	221	268	290	1.302	1.163	903	783	532
TOPLAM			11.052	14.564	19.375	23.650	29.561	29.666	65.300	48.001	40.047	43.995

Malezya'nın İhracatı: GTİP Kodu: 5702

İhracatçı Ülkeler		2014	2015	2016	2017	2018
World		3.190	783	1.847	1.403	1.023
1	Avustralya	2.033	205	1.276	947	519
2	Brunei	112	46	88	86	121
3	Singapur	116	59	66	85	88
4	Bangladeş	200	193	60	0	74
5	Viet Nam	0	52	0	26	58
6	Sri Lanka	0	0	0	26	36
7	Thailand	0	3	4	16	29
8	Yeni Zelanda	84	5	41	14	23
9	Hong Kong	0	0	0	7	16
10	Myanmar	0	1	0	12	12

Malezya Hayat Tarzı

Nüfus

32,6 Milyon

Medyan yaş

29,5
En Büyük Şehirler

- 1 **Kuala Lumpur**
5,7% 1,811,600
- 2 **Johor Bahru**
3,5% 1,106,300
- 3 **Subang Jaya**
2,7% 844,400
- 4 **Klang**
2,4% 771,900
- 5 **Petaling Jaya**
2,3% 741,100

Ortalama Yaş ve Bütçe

K 77,9

E 73,3,

Hane halkı Sayısı

7,6 milyon

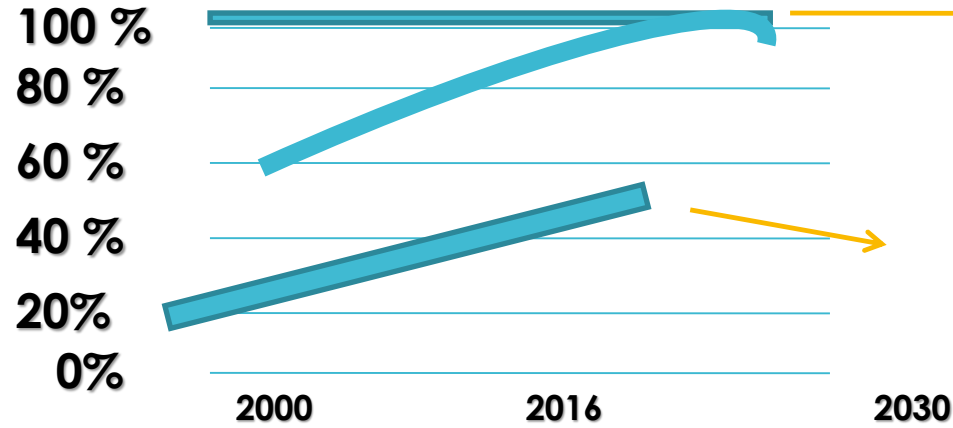
Harcanabilir gelir

Tasarruflar

Harcanabilir gelirden yüzde

7,3%

Ev Konforu



Çamaşır makinesi
Renkli TV
Halı
Buzdolabı

Mikrodalga
Bulaşık makinesi

SEKTÖRLERE GÖRE HALI TALEBİ (2018)

KONUTLAR

35.1%



İŞ YERLERİ

62.6%



DİĞER

2.3%



Fırsatlar

- İç mekan tasarım faaliyetlerinin sayısında artış
- Modüler halının işyerlerinde talep görmeye başlaması

Sınırlamalar

- Orman ürünlerinin yakınlık ve bağımlılık, Malezya'da parke döşeme kültürünü teşvik ediyor.

Trendler

- Halılara kısa sürede teklif vermek zorlaşıyor
- Tekstil ve halıların geri dönüşümü konusunda farkındalığın artırılması.

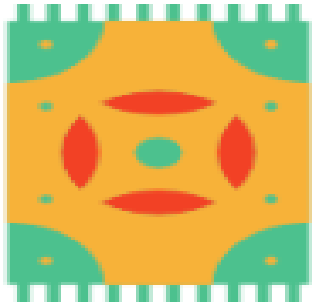
US\$ MILLION

196.8
Value
(2018)

CAGR

5.1%

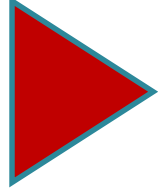
17.8



2018

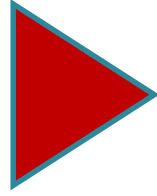
Volume in Mn Sq. Mt.

**GENEL PAZAR
YAKLAŞIMI**



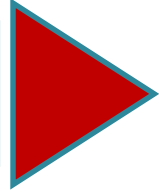
- Malezyyalıların ev sahipliği oranının ve ev dekorasyonuna olan talebin artması ile birlikte üst gelir grubu için halı ve kilim gibi dekorasyon tamamlayıcı ürünlere olan talep artmıştır.

HEDEF ÜRÜNLER



- Online satış ülkede gelişim göstermektedir. İnternette satış gelecekte firmalar için zorunluluk olacaktır.
- Tufted halı talebi, özellikle ticari bölgelerin gelişmesiyle giderek artmaktadır.

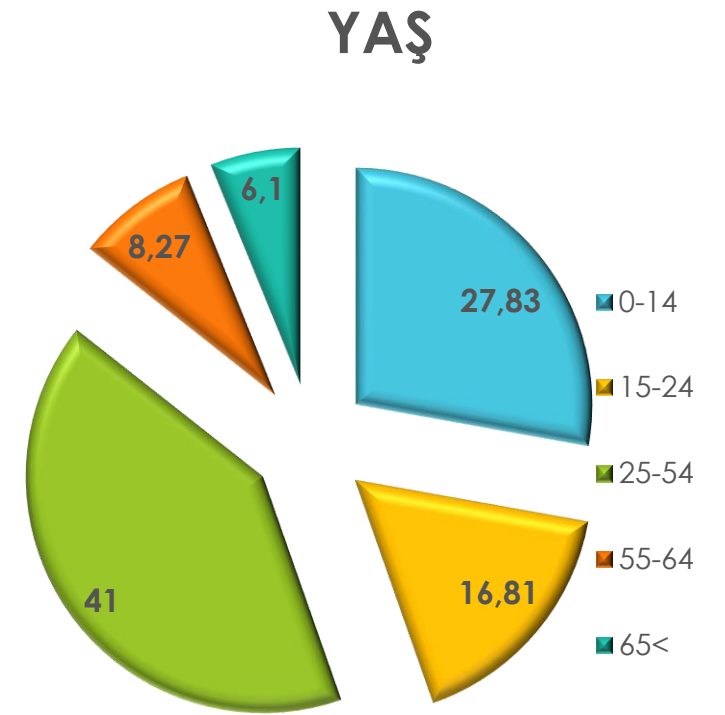
FARKLILAřMA STRATEJİLERİ



- Özellikle Çin firmalarının etkisinin kırılması için ortaklık en önemli amaç.
- Üst gelir grubundaki tüketicilerin ilgisini çekmek için firmalar özellikle halıların tasarımları ve etnik kökenleriyle ilgili farkındalık yaratmaları hedeflenmelidir.
- Satış kanallarının yetersizliği de pazar büyümesini engellemektedir.
- Kadınlar özellikle halı satın alımında karar verici ve halılar kesinlikle ev dekorasyonuna uyumlu seçiliyor.

25-29 yaş arası evlilik oranı en fazla

2017

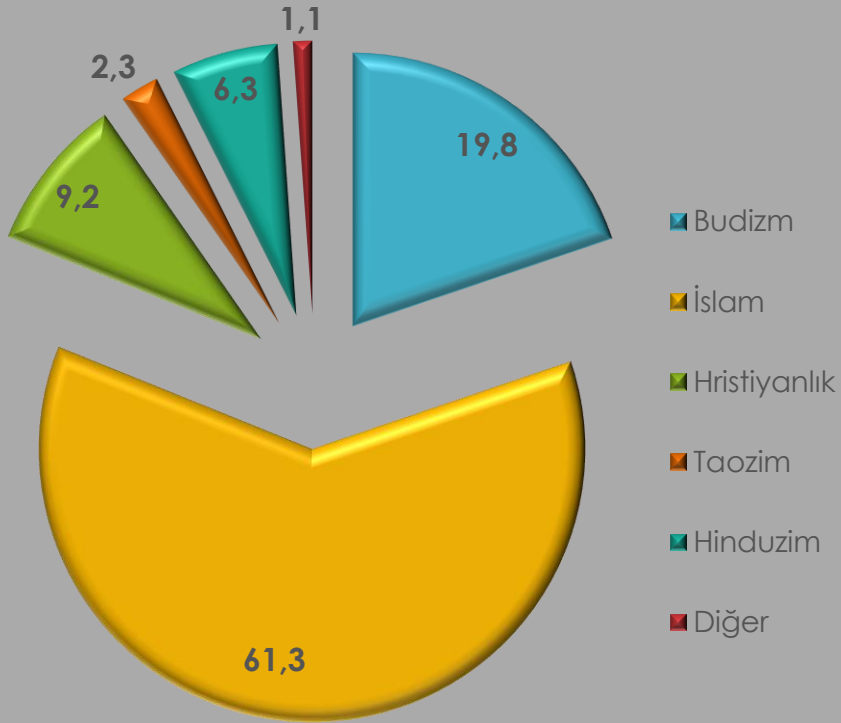


FIRSAT

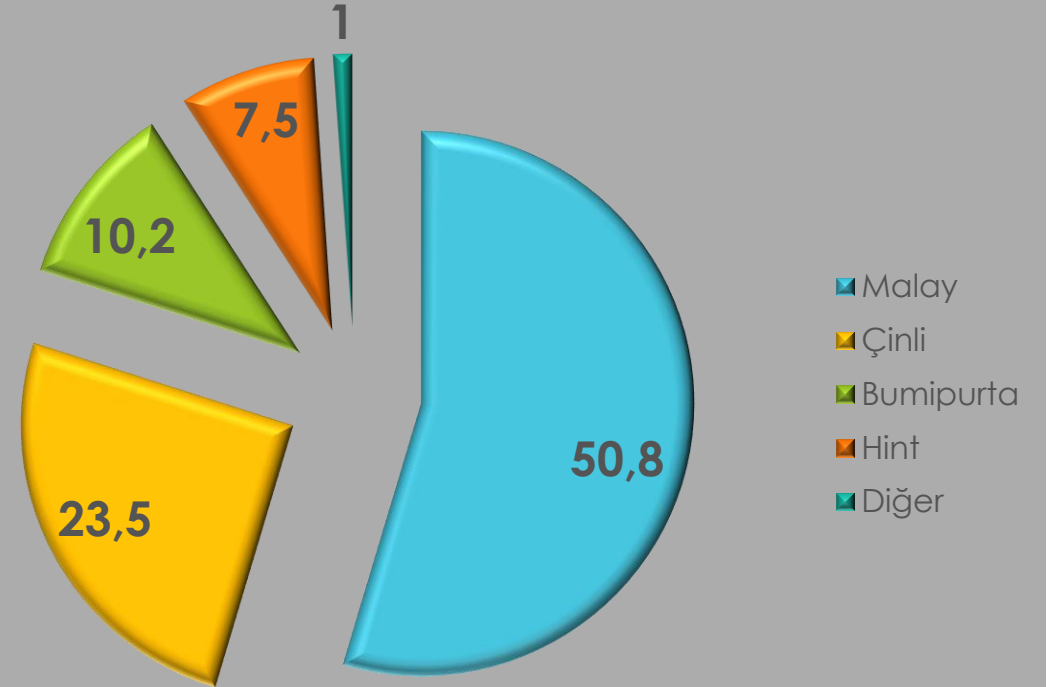
- Malezya'da evlilik yaşı 29-25, gençler aile zenginse bir süre aileleriyle yaşıyorlar. Evlilikte tüm eşyalar yeni alınıyor; özellikle halılar en önemli statü sembolü;
- Eşyalar birbirleriyle uyumlu renk ve tasarımda alınıyor. Mobilya trendleri takip edilerek, pazara uygun ürünler tahsis edilebilir.
- Gençler ikea ve Pinterest'te gördükleri halıları talep ediyor.
- İnternet 'e ulaşım **100%**.
- Gençler hafif halı talep ediyor.
- Alt ve orta kesim kırmızı, siyah, kahverengi klasik halı talep ediyor.

Maleyza Halı Pazarı- Demografi

Dini İnanış



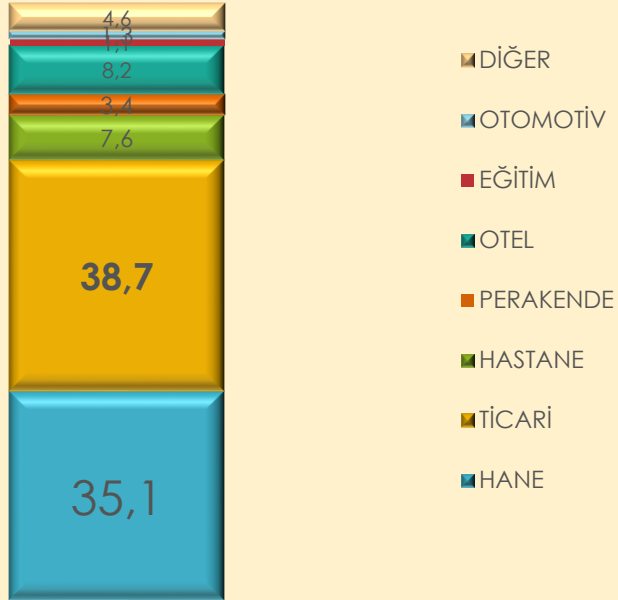
Nüfus



FIRSAT

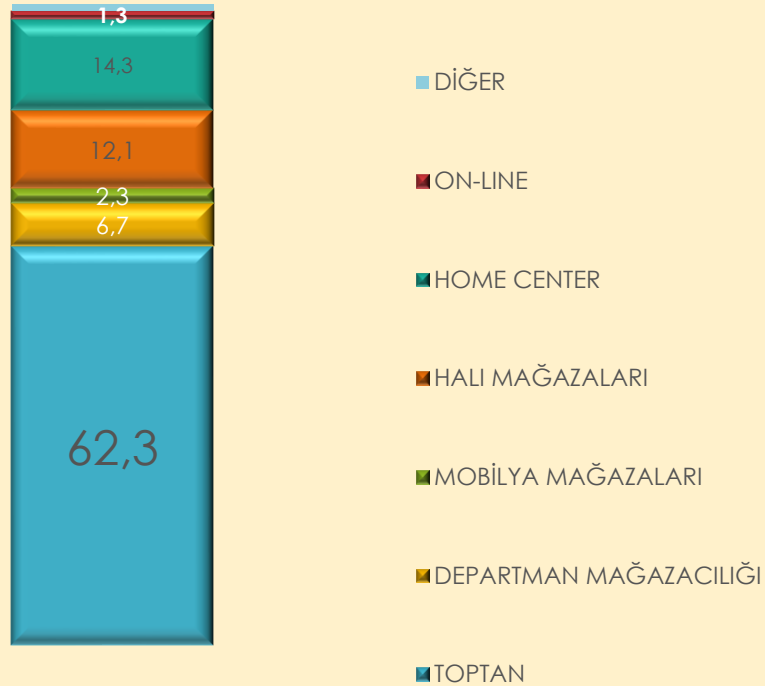
Fırsat: Malaylar dini inançları gereği özellikle gelir durumu arttığında evlerinin bir odasını namaz odası haline getiriyorlar ve orta ve üst gelir grubu her ramazan öncesi evlerinin halılarını değiştiriyor.

MALEZYA HALI PAZARI- SON TÜKETİCİYE GÖRE



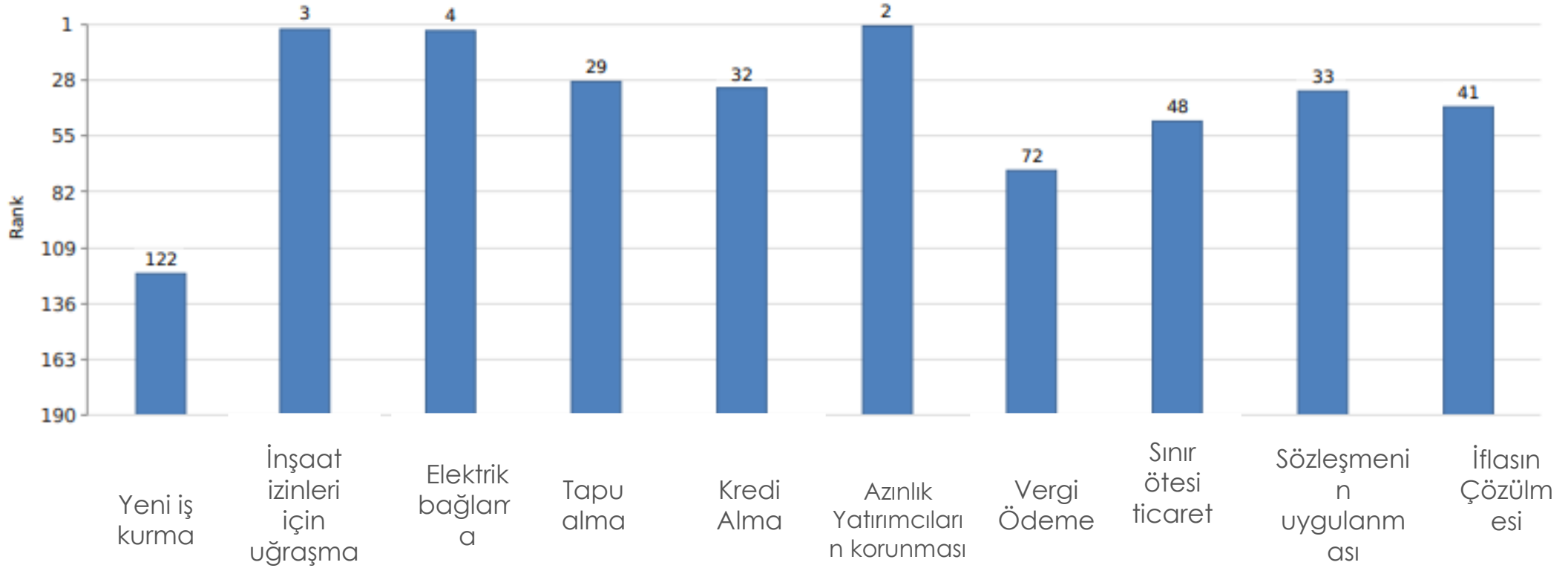
SON KULLANICI	YILLIK ORTALAMA BÜYÜME ORANI
HANE	5,3
TİCARİ	5,7
HASTANE	4,7
PERAKENDE	4,1
OTEL	4,7
EĞİTİM	3,9
OTOMOTİV	3,5

Malezya Halı Pazarı- Satış Kanalına Göre



SON KULLANICI	YILLIK ORTALAMA BÜYÜME ORANI
TOPTAN	5,8
DEPARTMAN	3,4
MOBİLYA	4,0
HALI	3,8
HOME CENTER	4,3
ONLINE	4,5

MALEZYA FIRSATLAR



GM
KLANG
BLOCK C



BLOCK A































Endonezya

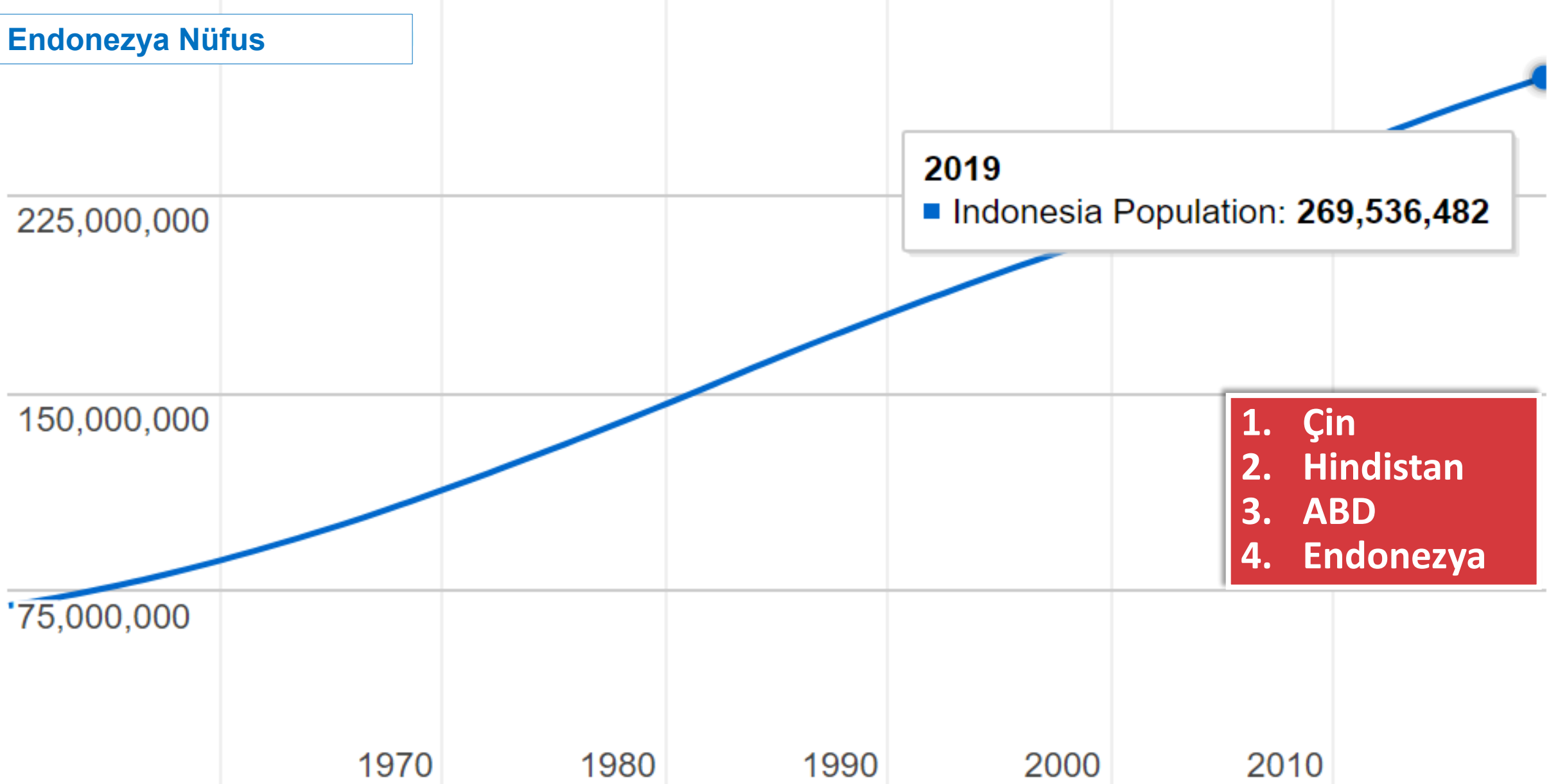


Endonezya



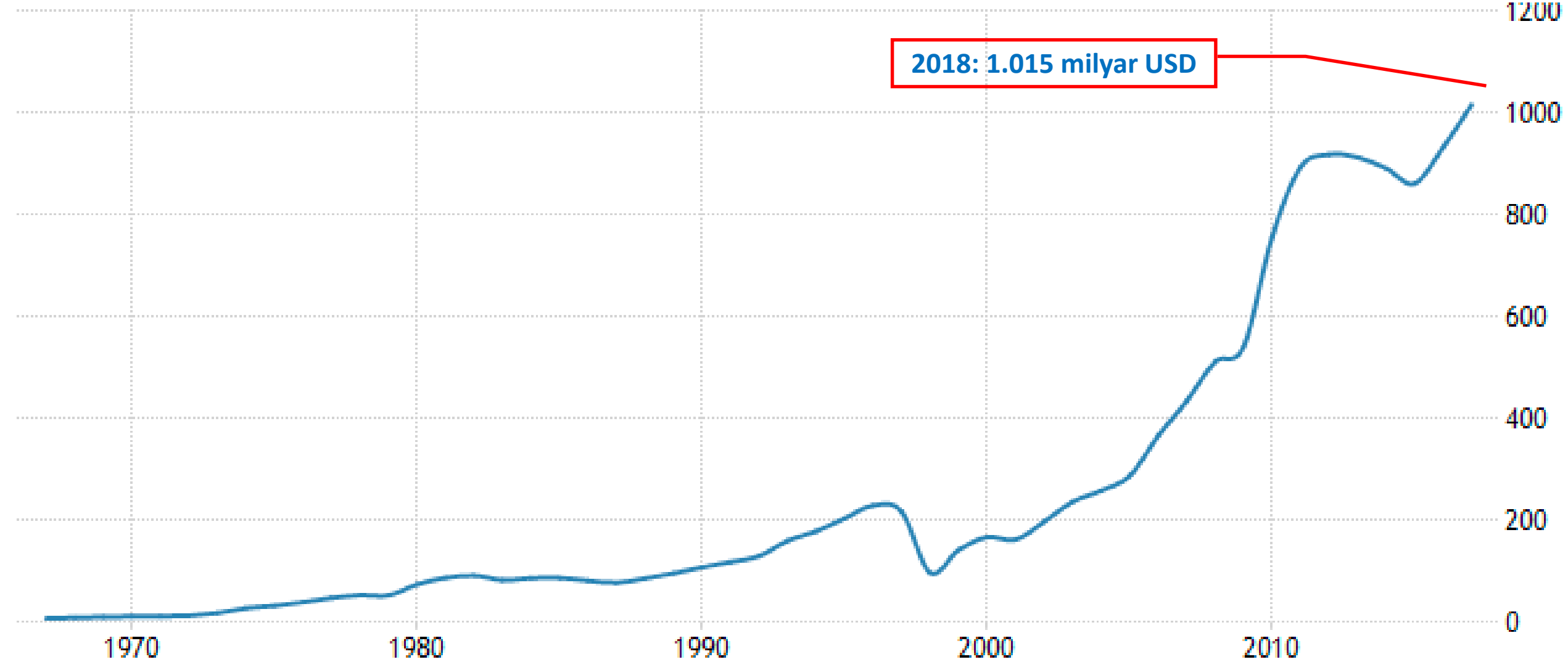
Endonezya

Endonezya Nüfus



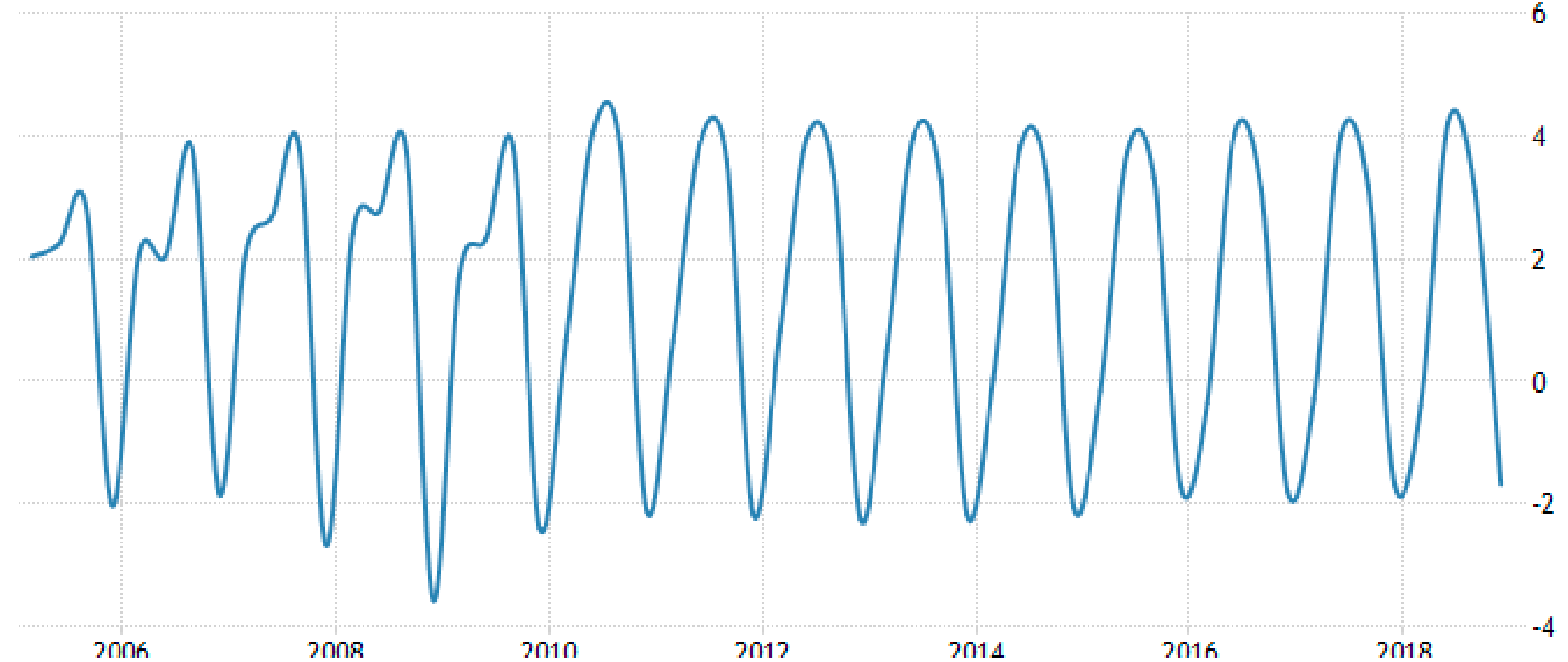
Endonezya

Endonezya Milli Gelir



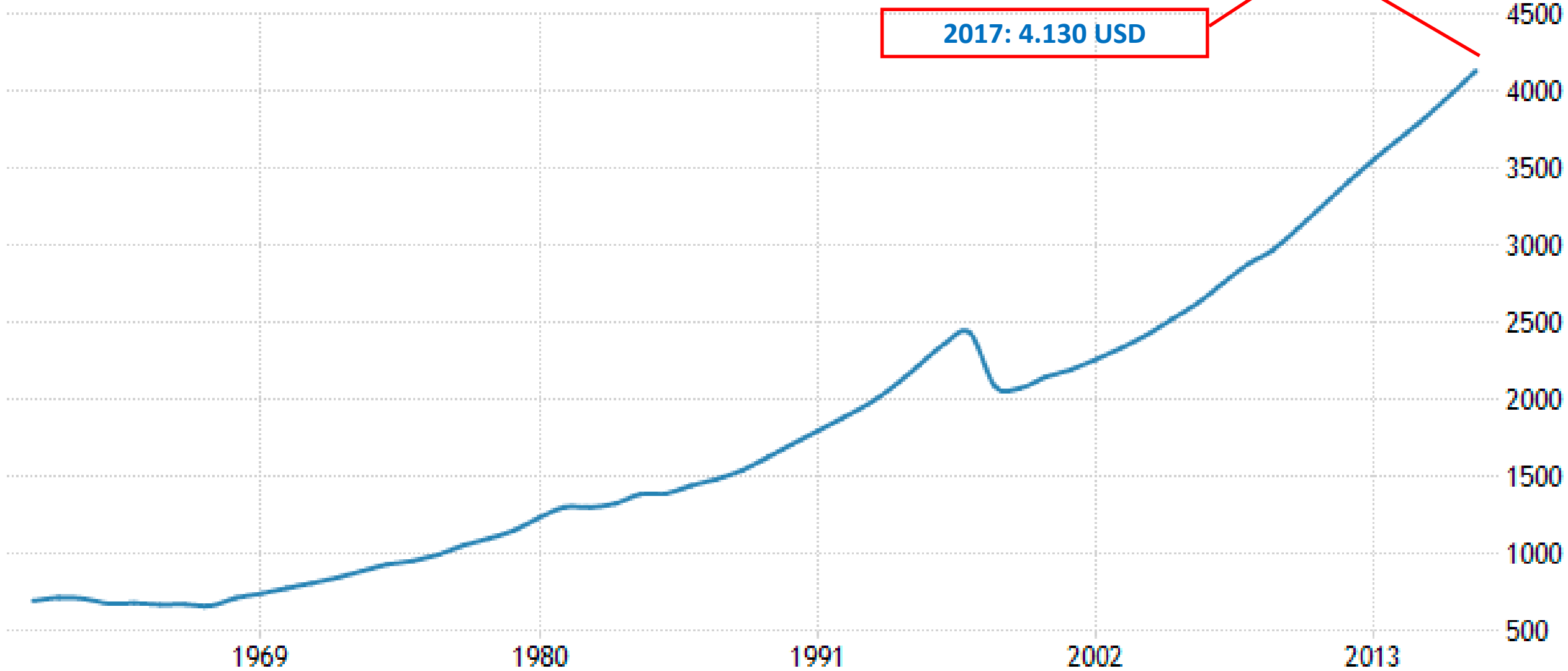
Endonezya

Endonezya Milli Gelir Büyüme Oranı



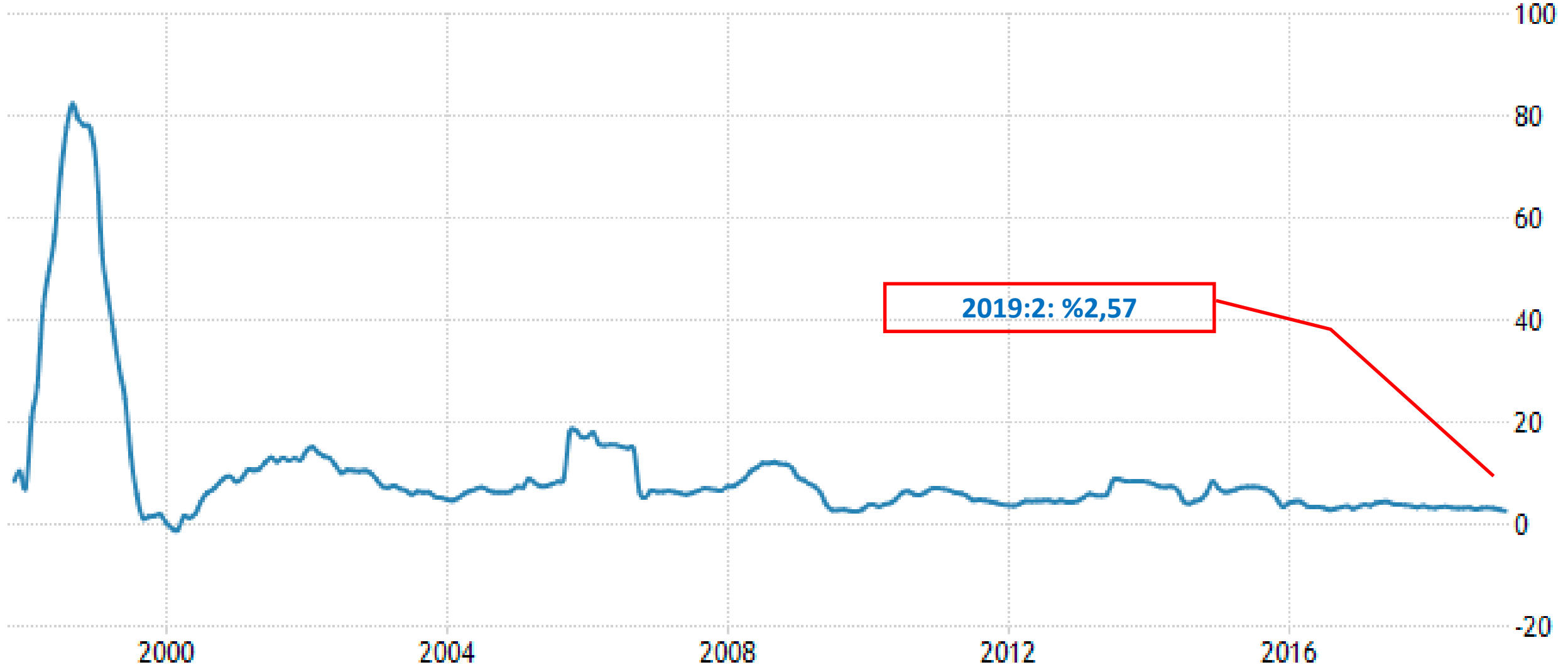
Endonezya

Endonezya Kişi Başı Milli Gelir



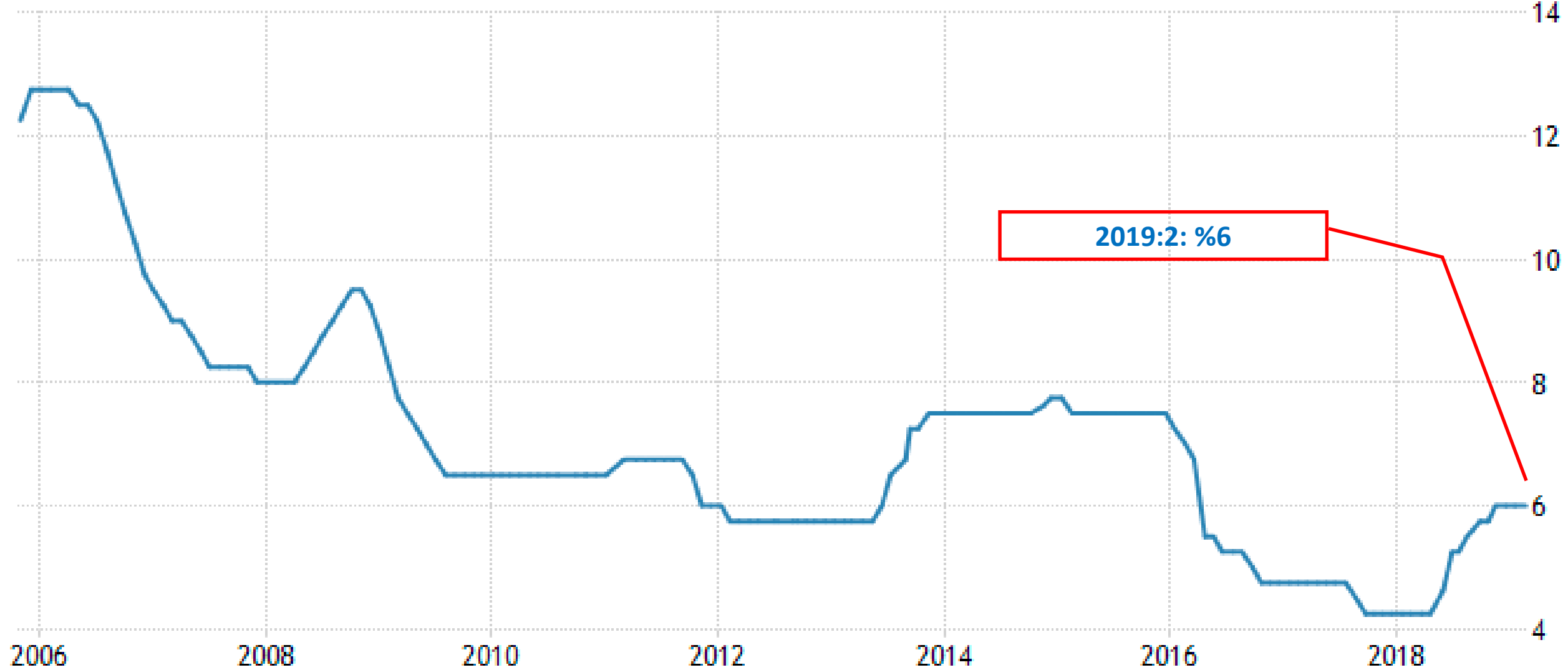
Endonezya

Endonezya Enflasyon Oranı



Endonezya

Endonezya Faiz Oranı



Endonezya

Endonezya Dolar Kuru

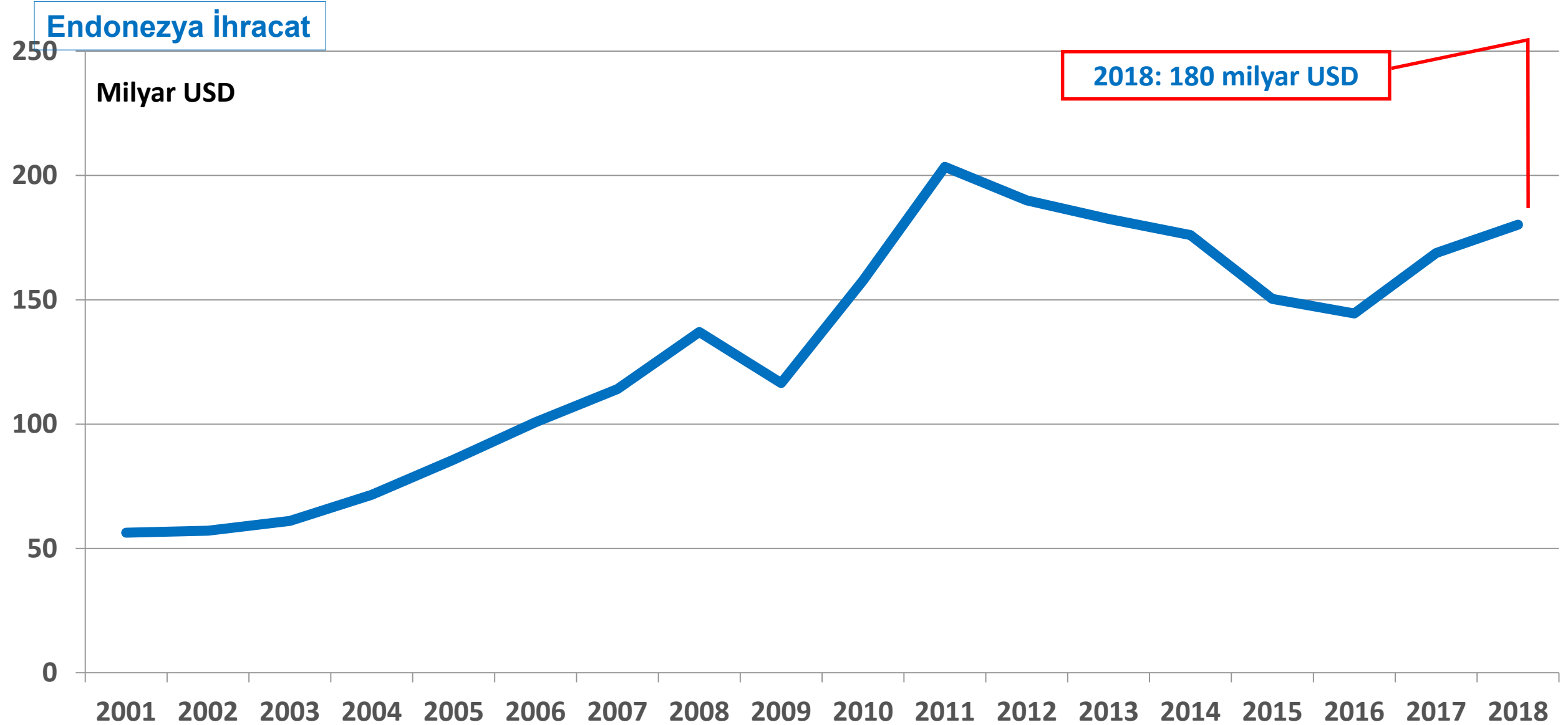


Endonezya

Endonezya İhracat

Milyar USD

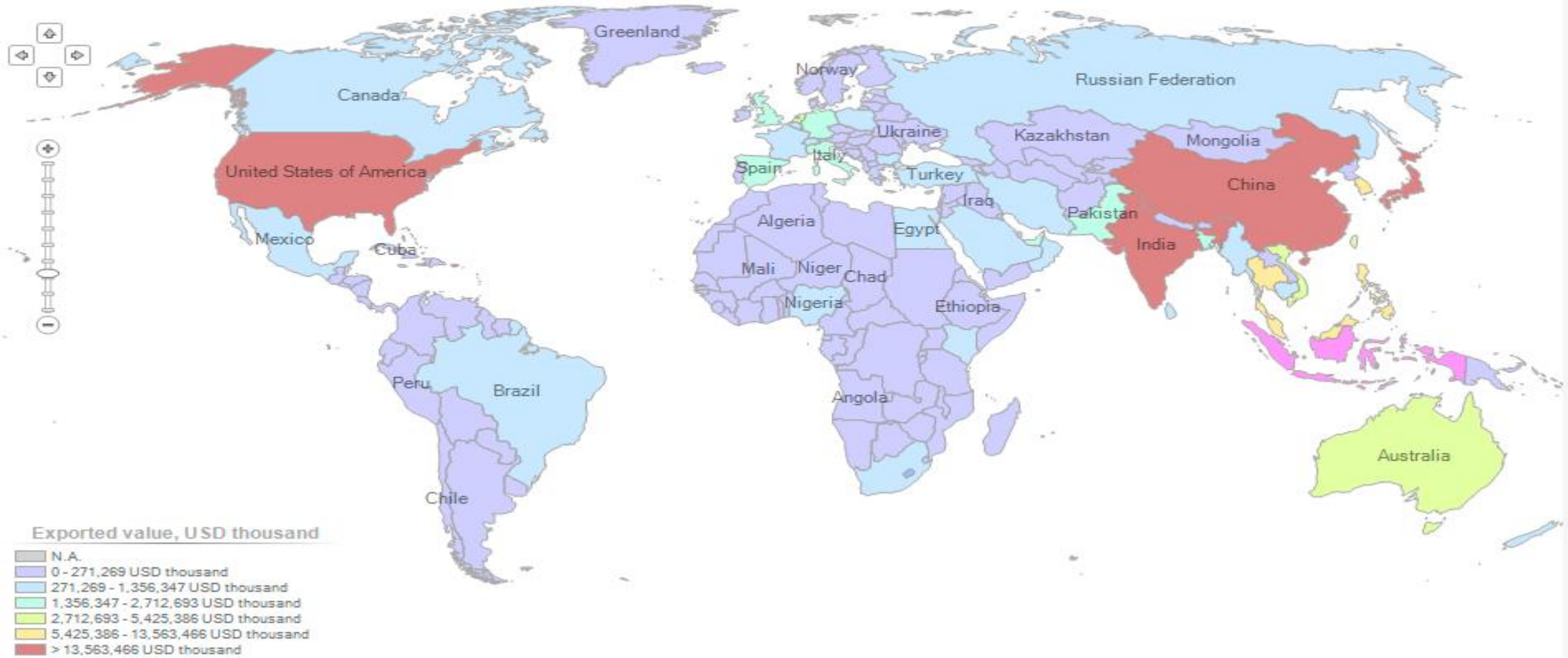
2018: 180 milyar USD



Endonezya

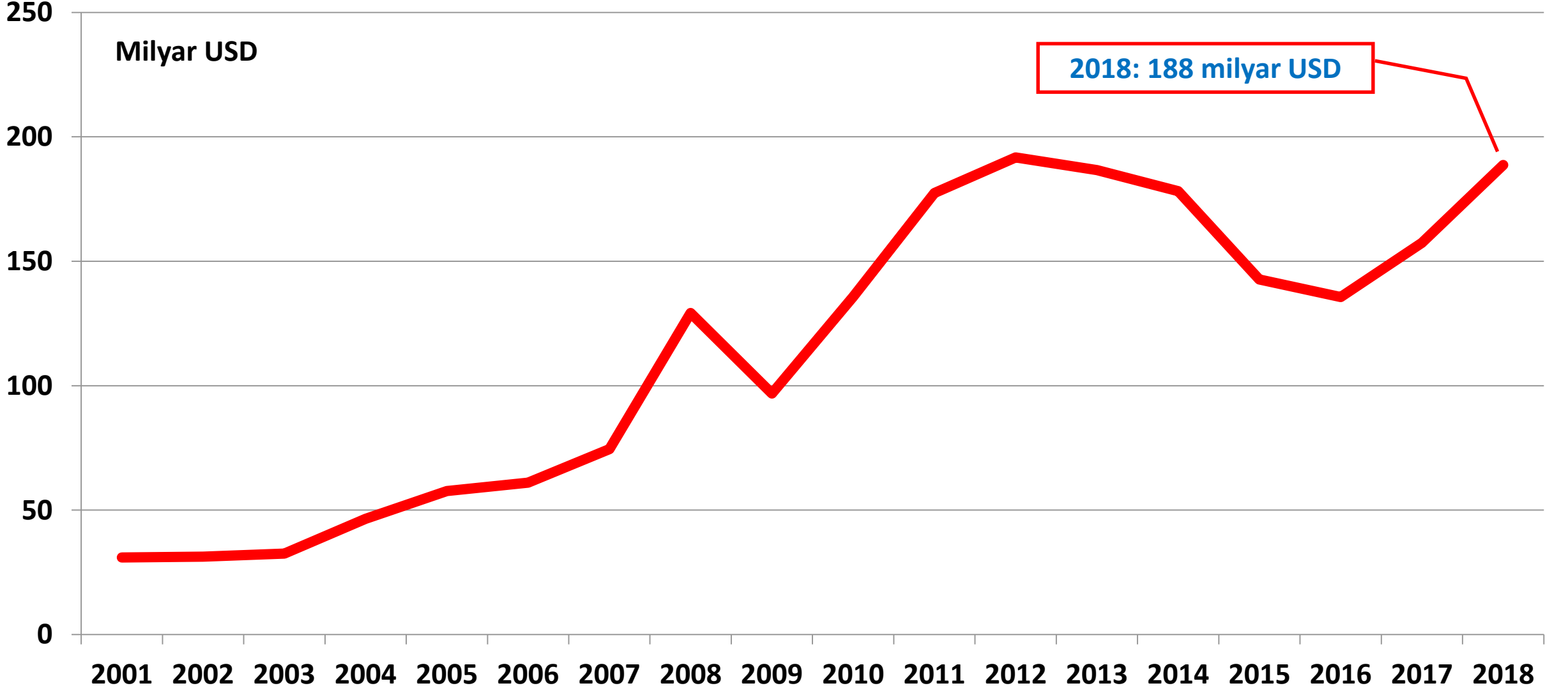
List of importing markets for a product exported by Indonesia in 2018

Product : TOTAL All products



Endonezya

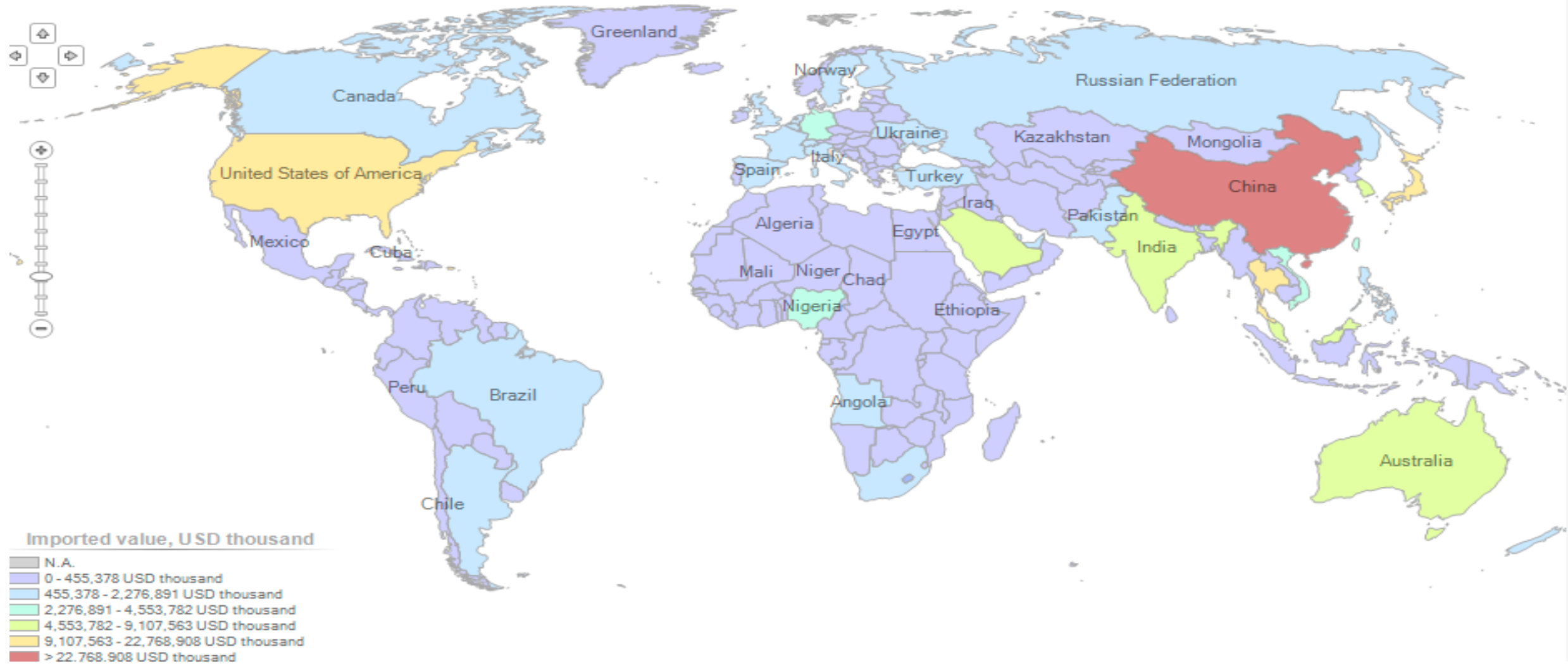
Endonezya İthalat



Endonezya

List of supplying markets for a product imported by Indonesia in 2018

Product : TOTAL All products



Endonezya

İhracatçı Ülkeler		Vergi	2014	2015	2016	2017	2018	2018
	Dünya	%	33.447	30.284	40.899	50.508	75.743	KARŞIDAN GÖRÜNÜM
1	Çin	0	16.316	15.230	19.494	23.786	43.943	54.177
2	Türkiye	23,48	2.661	2.298	3.936	7.165	9.971	15.160
3	Japonya	0	4.125	2.602	6.322	7.431	8.494	7.384
4	Tayland	0	2.353	2.882	3.951	4.463	4.969	4.953
5	G. Kore	0	4.217	2.994	2.899	2.693	2.441	2.360
6	Belçika	23,48	386	251	542	634	970	1143
7	Hindistan	5,41	463	371	483	581	951	592
8	Mısır	23,48	444	525	359	487	628	247
9	İran	23,48	44	5	109	198	464	1332
10	Malezya	0	913	591	533	405	451	527
	Toplam		31.922	27.749	38.628	47.843	73.282	87.875

Endonezya

Code	2014	2015	2016	2017	2018
'5703	21.093	18.801	25.328	29.615	34.686
'5702	5.285	5.665	9.893	14.823	28.858
'5705	2.244	1.873	1.576	1.737	8.191
'5704	4.700	3.556	3.505	3.429	3.214
'5701	125	389	597	904	793

Endonezya

İhracat Yapan Ülkeler - 5702	2014	2015	2016	2017	2018
Dünya	5.285	5.665	9.893	14.823	28.858
Çin	1.414	2.439	4.668	6.174	15.987
Türkiye	2.563	2.213	3.671	6.605	9.573
Belçika	337	229	464	486	749
Hindistan	182	166	238	404	631
Mısır	281	391	277	345	609
İran	12	2	92	193	457
Tayland	0	1	11	84	191
Suudi Arabistan	164	43	215	221	176
Almanya	10	0	0	0	91
Singapur	10	1	0	100	73

Endonezya Hayat Tarzı

Nüfus

269,5 Milyon

Ortalama Yaşam Süresi

K 71,4 E 67,2

Hane halkı Sayısı

66,1milyon

Harcanabilir gelir

2,153 \$

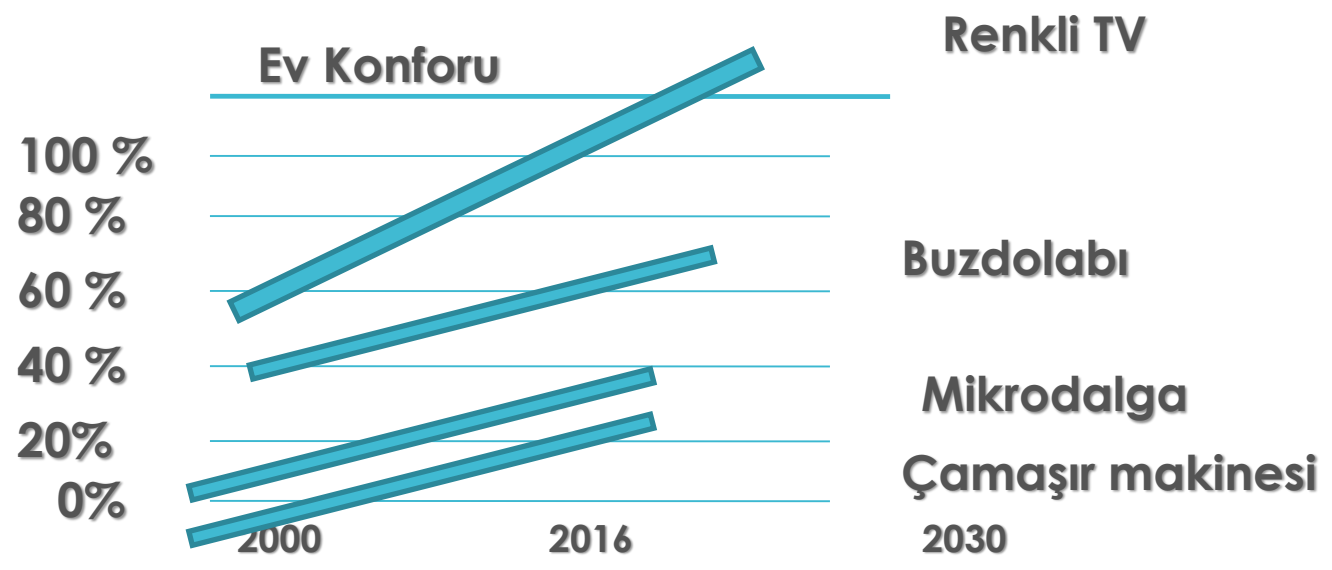
Tasarruflar

Harcanabilir gelirden yüzde

6,3%

En Büyük Şehirler

1	Jakarta	40.2%	10.506.100
2	Surabaya	1.1%	2.872.800
3	Bandung	1.0%	2.686.400
4	Bekasi	0.9%	2.293.200
5	Medan	0.8%	2.229.200



MÜŞTERİ TIPLERİ



Güvenli Milliyetçi (44%)

- Alışverişten kaçınır,
- Güçlü ya da lüks markalardan alışveriş yapmaktan kaçınırlar
- Harcamak yerine tasarruf etmeyi tercih eder



Dürtüsel Harcayan (32%)

- Pazarlık arayışı,
- Dürtüsel alışveriş yaparlar
- Anı yaşamayı tercih eder



Yılmaz Çabalayanlar (13%)

- İmaj temelli,
- Yeni ürünleri denemekten hoşlanır
- Teknoloji meraklısı



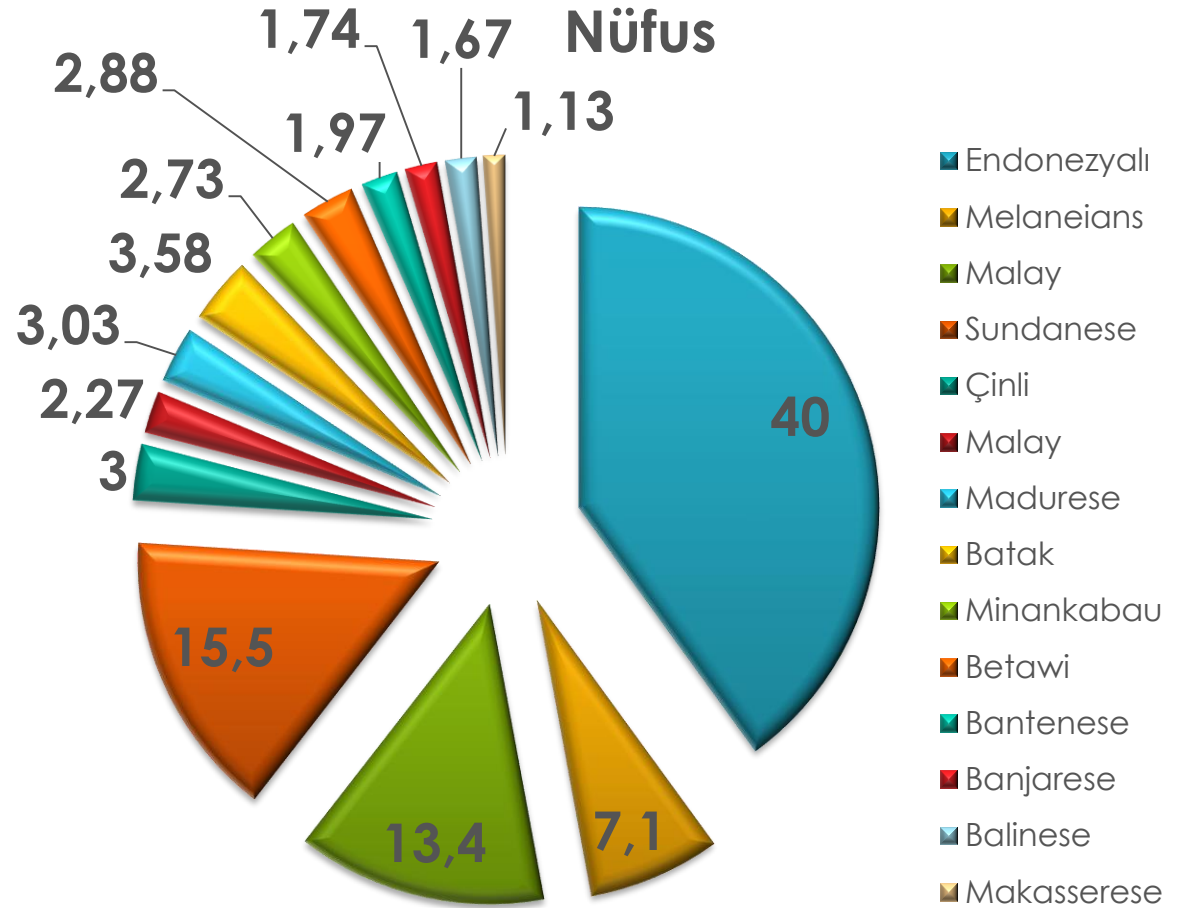
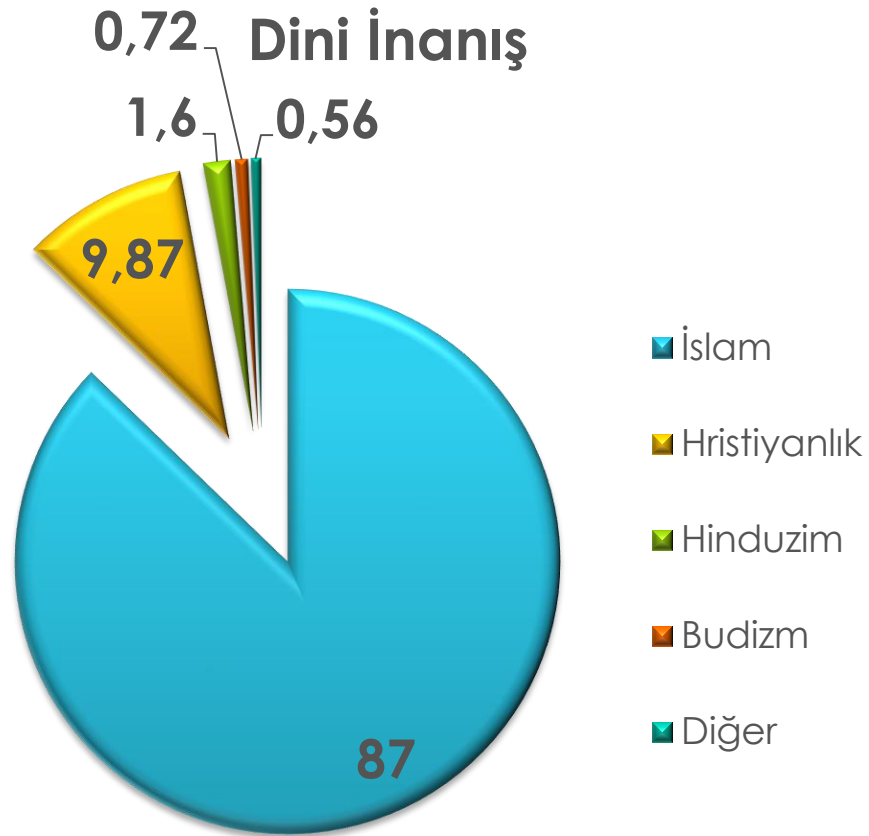
Maceracılar (11%)

- Yeni ürünler denemekten hoşlanır
- Geleceğe odaklı
- yurtdışında yaşamaya odaklı

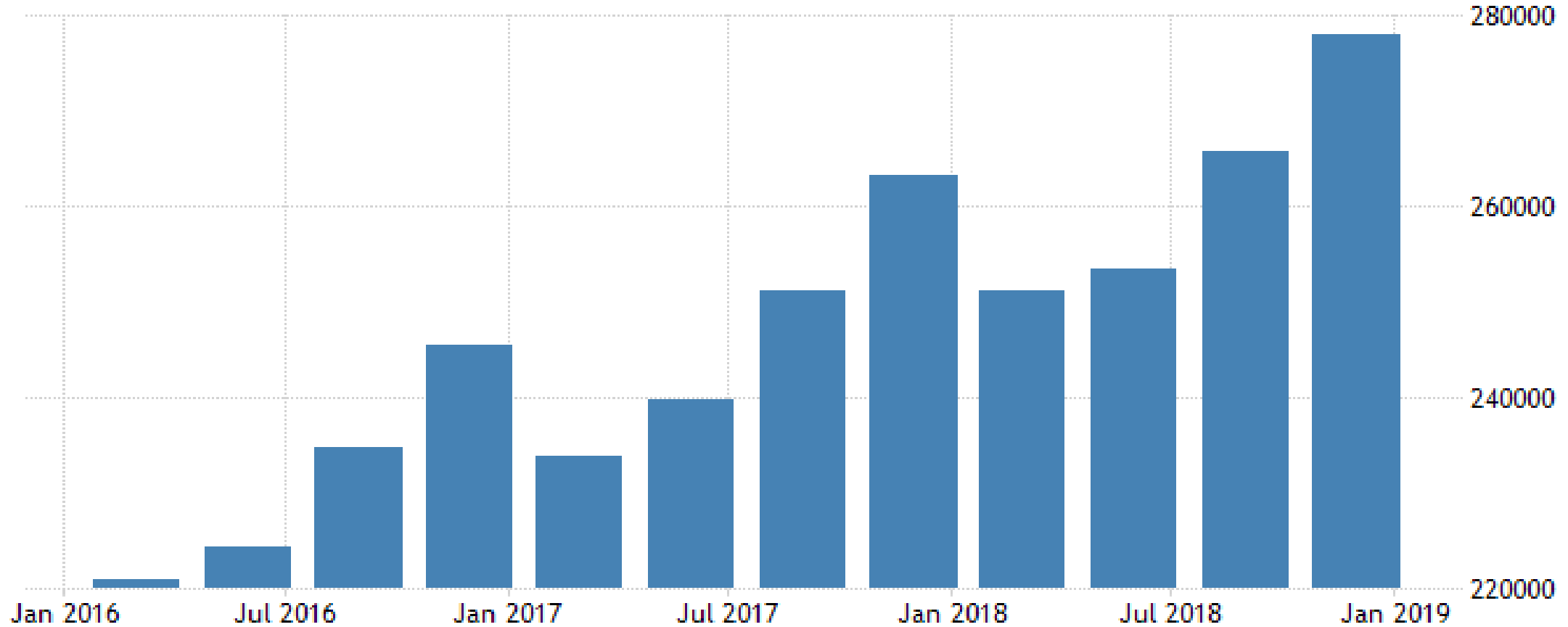
TÜKETİCİ ÖZELLİKLERİ

- Hala geleneksel satış noktaları hane halkı için önemli,
- Nüfusun 20 milyon'u zengin ve tüketime dayalı davranış geliştiriyor,
- Düşük gelir ve orta grubu fiyat ve değer odaklı hareket ediyorlar,
- Yerel markalar önemli,

Endonezya Halı Pazarı- Demografi

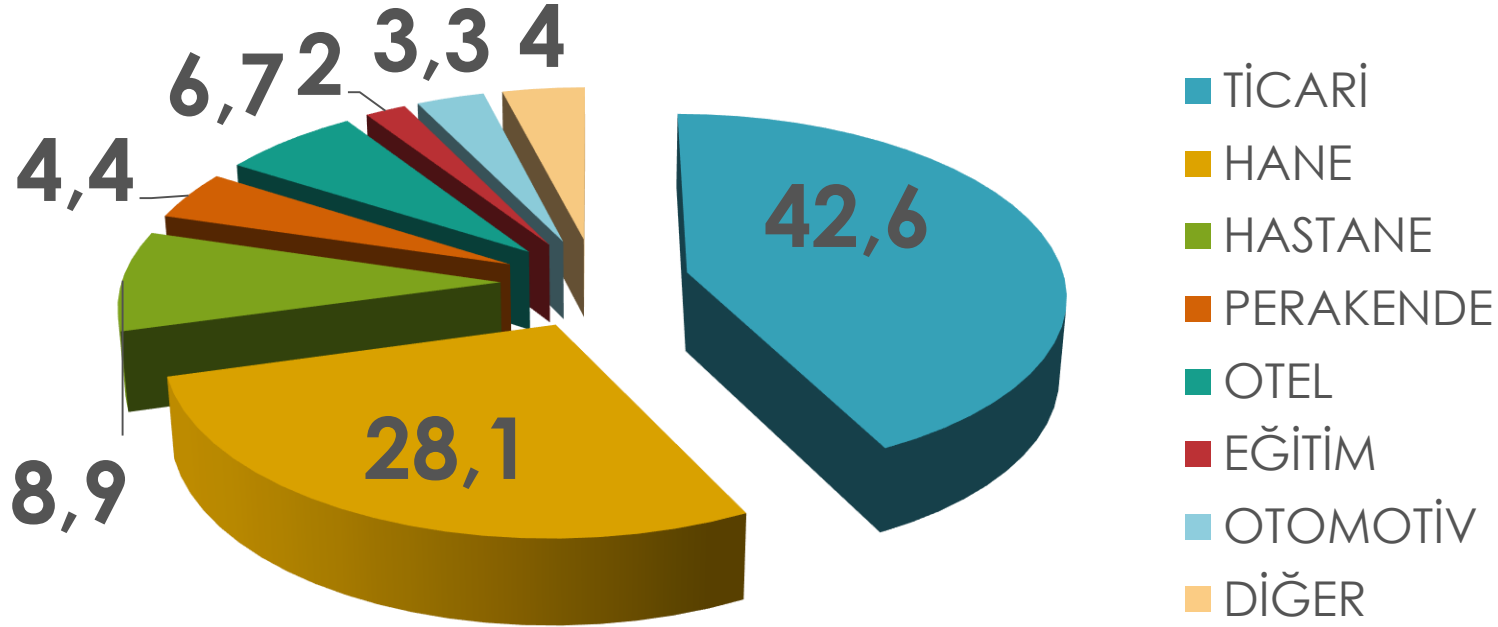


İNŞAAT SEKTÖRÜ YILLARA GÖRE GELİŞİM



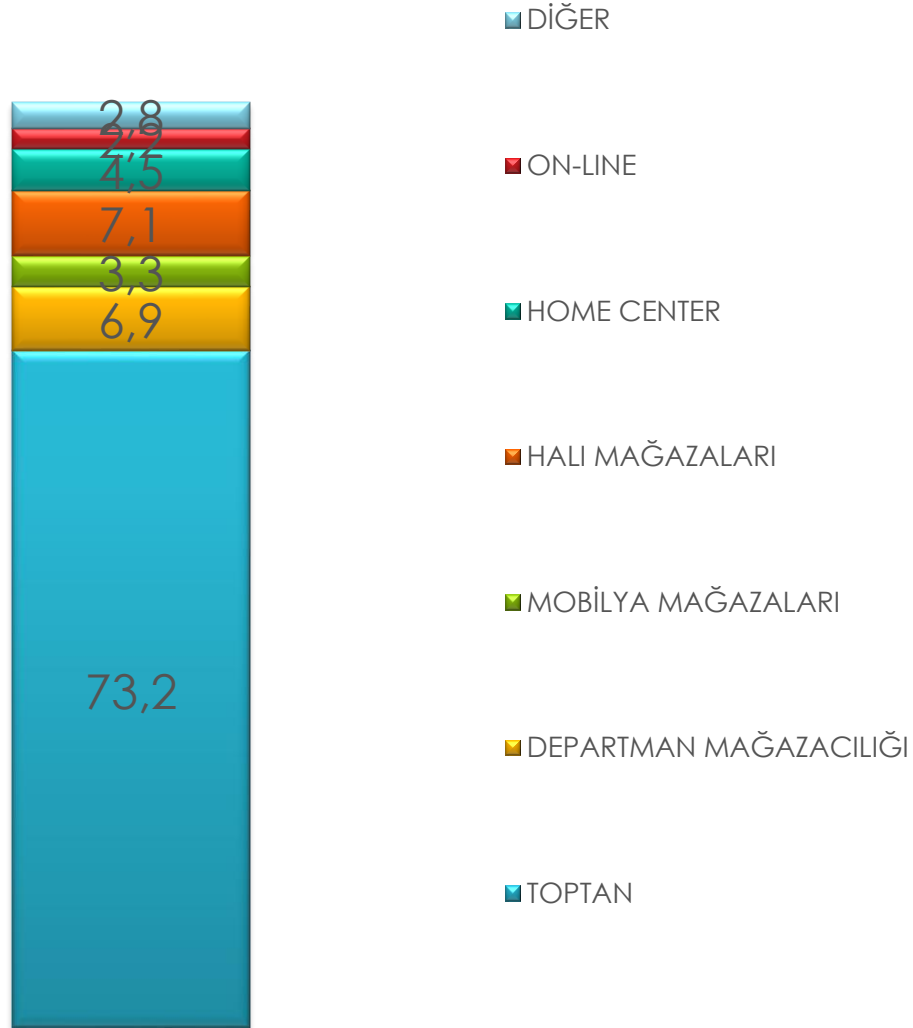
ENDONEZYA HALI PAZARI- SON TÜKETİCİYE GÖRE

Satışlar



SON KULLANICI	YILLIK ORTALAMA BÜYÜME ORANI
HANE	6
TİCARİ	6,4
HASTANE	5
PERAKENDE	4,8
OTEL	5,4
EĞİTİM	4,6
OTOMOTİV	4,2

Endonezya Halı Pazarı- Satış Kanalına Göre

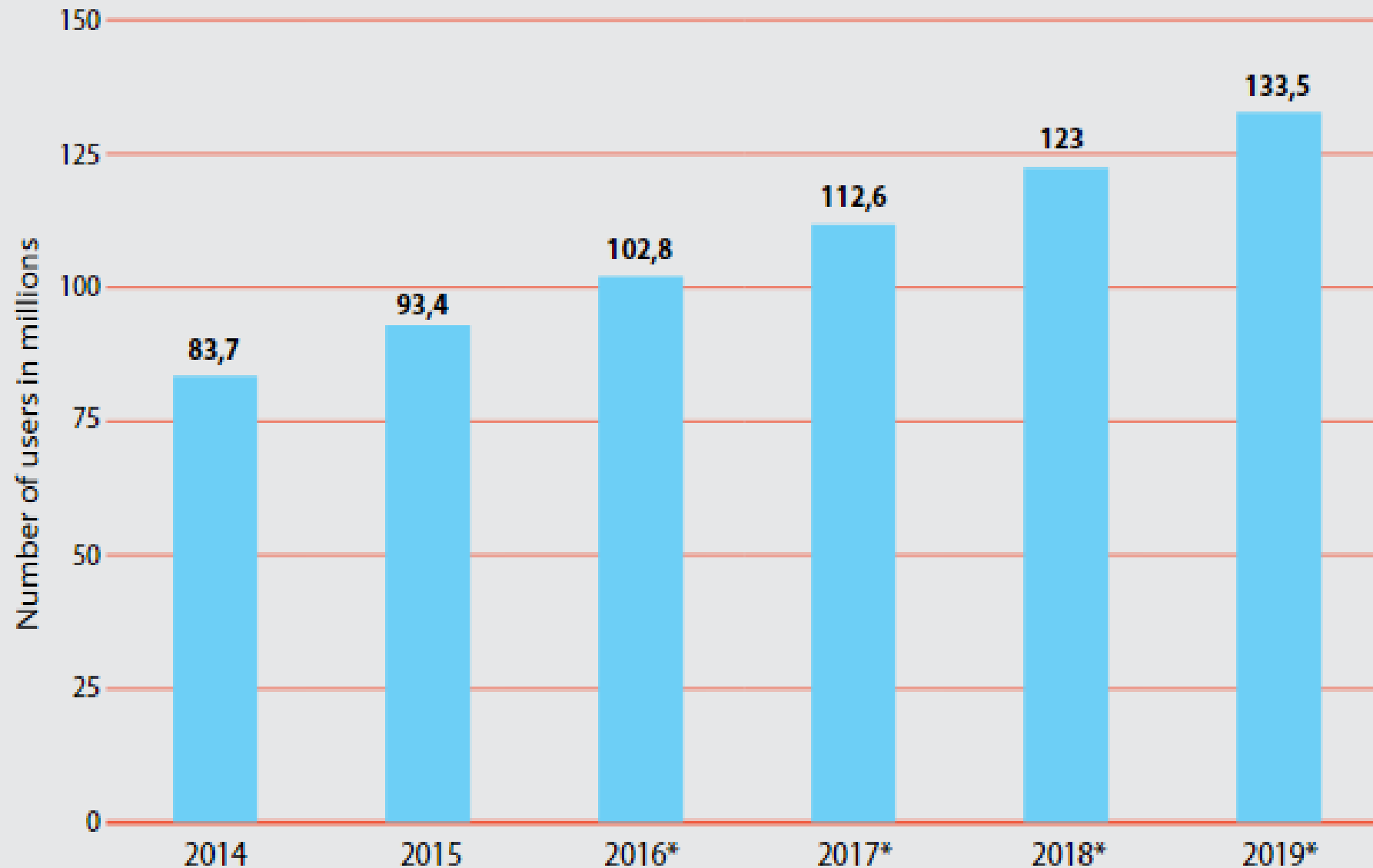


SON KULLANICI	YILLIK ORTALAMA BÜYÜME ORANI
TOPTAN	6,4
DEPARTMAN	4,0
MOBİLYA	4,6
HALI	4,4
HOME CENTER	4,9
ONLINE	5,1

E-TİCARET ALIŞKANLIKLARI



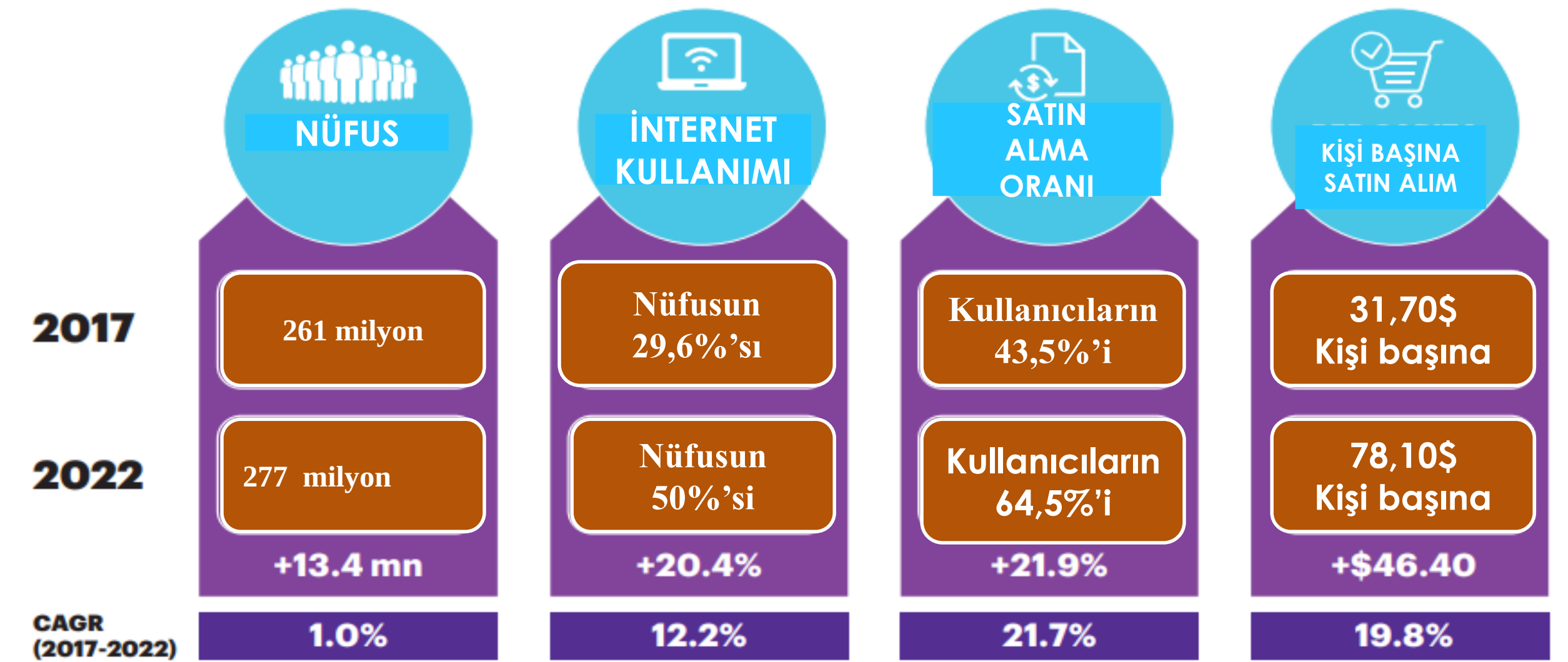
ENDONEZYA INTERNET KULLANICI SAYISI



FIRSAT

Endonezya'nın Avustralya ve Yeni Zelanda'ya olan yakınlığı, yünlü halılara erişiminde ek bir avantaj sağlıyor. Düşük nakliye maliyetleri ve kolay bulunabilirlik Endonezya'nın ülkedeki yün halıları daha düşük maliyetlerle pazarlamasını ve dağıtmasını sağlar. Consumers Tüketicilerin muhafazakar ekonomi yaklaşımı nedeniyle kolaylık vaat eden ve uzun ömürlü halı ve kilimlerin de popüler hale gelmesi bekleniyor.

Dijital ticaret pazarında 2022 yılına kadar 56 milyon yeni genç dijital alıcının pazara katılması bekleniyor.

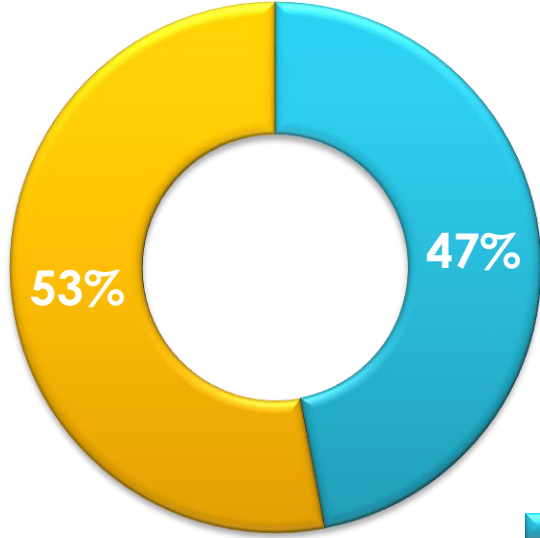


HANEHALKI TÜKETİMİ

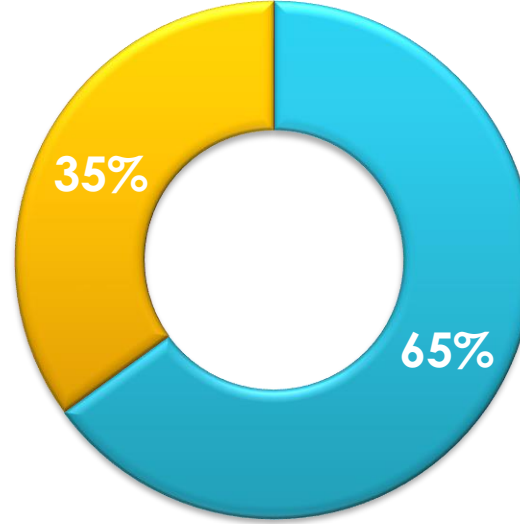
Mağazadan satın alma
daha ucuzdur

İndirim olmasa bile hala mağazadan
satın alırım

Eğer evetse
neden?



■ Evet ■ Hayır



Ürüne hemen
Sahip olmak istiyorum

50.35%

Ürünü görmek/
Denemek, dokunmak
istiyorum

30.5%

Beklemek
İstemiyorum

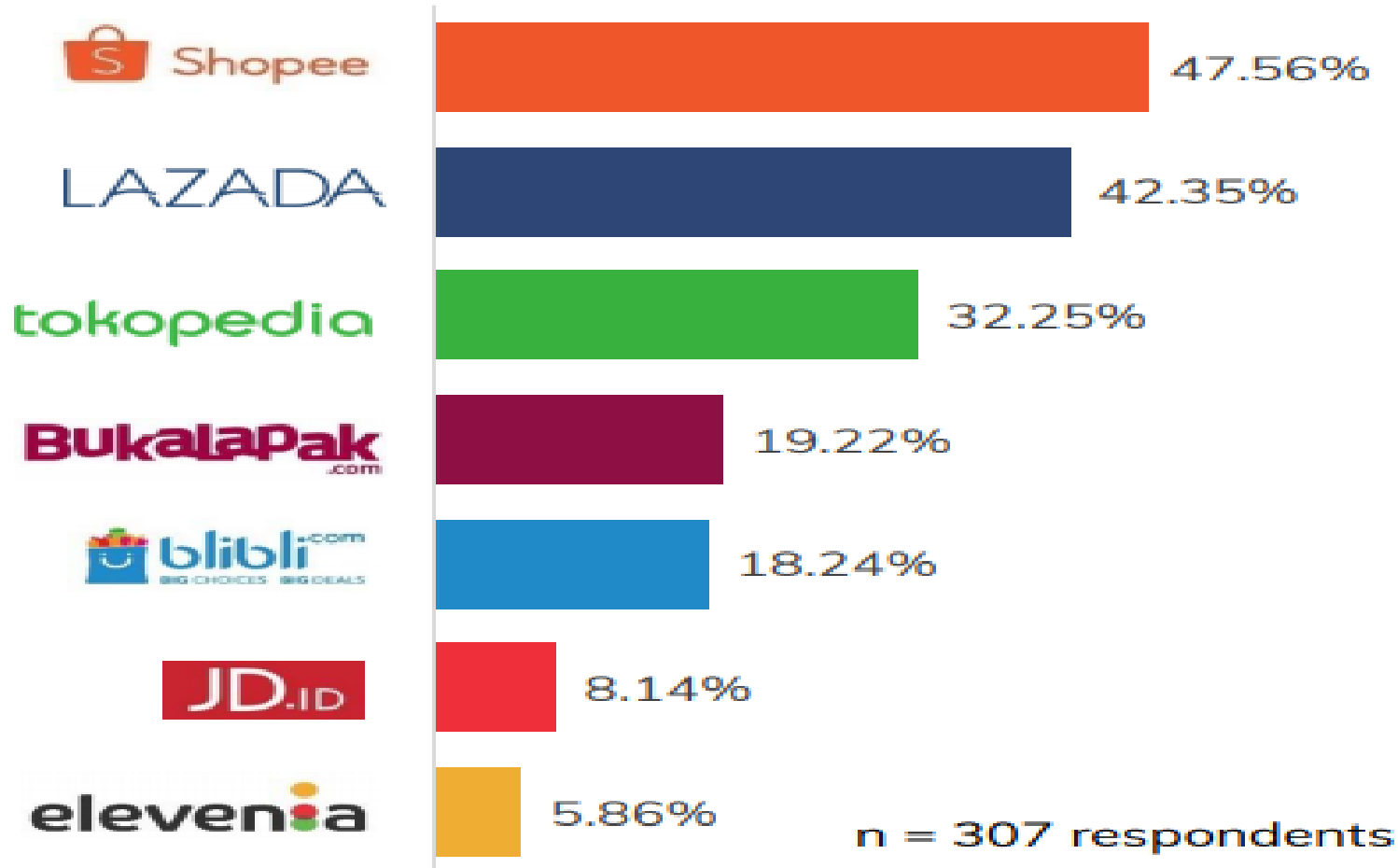
19.15%

■ Evet

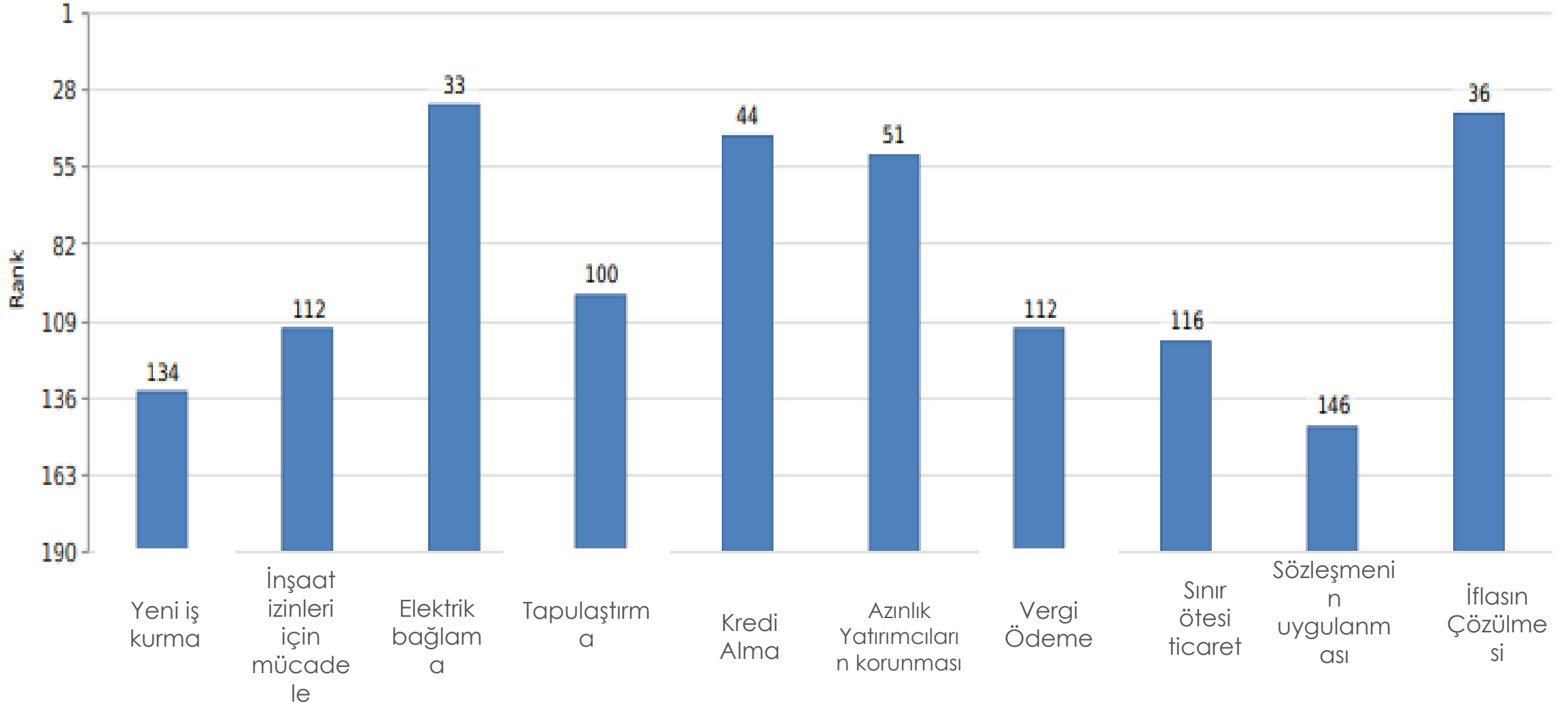
■ Hayır

Tüketicilerin online alışveriş ile ilgili bilgisi az olmasına rağmen online satış yapan firmalar için hala umut var. Endonezya halkı markalara karşı sadık değil ve

isimleri fiyatı karşı çok hassas



İŞ YAPMA KONUSUNDA SIRALAMA - ENDONEZYA







JOSUA : 08111.76.3333 (Tel & WA)
081314.70.2112 (Tel & WA)













Teşekkür Ederiz.

serdaraydogan@gaib.org.tr

16 Mart 2019