

**TÜRKİYE MOBİLYA SANAYİSİNİN
AVRUPA BİRLİĞİ ÖLÇEĞİNDE REKABET GÜCÜ**

Mehmet Fatih AKSAYAR

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
MOBİLYA VE DEKORASYON EĞİTİMİ**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**MAYIS 2006
ANKARA**

Mehmet Fatih AKSAYAR tarafından hazırlanan TÜRKİYE MOBİLYA SANAYİSİNİN AVRUPA BİRLİĞİ ÖLÇEĞİNDE REKABET GÜCÜ adlı bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Dr. Hamza ÇINAR
Tez Yöneticisi

Bu alışma, jürimiz tarafından Mobilya ve Dekorasyon EĞitimi Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: : Doç. Dr. Erol BURDURLU

ye : Yrd. Doç. Rahmi ARAS

ye : Dr. Hamza ÇINAR

Tarih : 02/06/2006

Bu tez, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına uygundur.

TEZ BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada orijinal olmayan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

Mehmet Fatih AKSAYAR

**TÜRKİYE MOBİLYA SANAYİSİNİN
AVRUPA BİRLİĞİ ÖLÇEĞİNDE REKABET GÜCÜ
(Yüksek Lisans Tezi)**

Mehmet Fatih AKSAYAR

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

Mayıs 2006

ÖZET

Bu çalışma; Türkiye ile Avrupa Birliği mobilya sanayilerinin yapısal özelliklerini araştırmayı, ikili mobilya ticareti ilişkilerini yakın geçmişten 2005 yılına kadar olan süreçte, istatistiksel veriler ışığında irdelemeyi ve AB'ye giriş ve entegrasyon çabasında olan ülkemizin AB mobilya pazarında mevcut durum, konum ve yapısını belirleyerek rekabet gücünü artırmaya yönelik öneriler getirmeyi hedeflemektedir. Bu çalışmanın oluşturulmasında; araştırmanın amacı doğrultusunda, ana ve alt başlıklar belirlenmiş ve bu başlıkların içerikleri ortaya konulmuştur. İçerik doğrultusunda, konu ile ilgili yerli ve yabancı kuruluşlar tespit edilmiş, bu kuruluşların kütüphanelerinde ve internet adreslerinde kaynak taraması yapılmıştır. Konu ile ilgili, faydalı olacağı düşünülen; kitap, dergi, broşür, rapor vb. toplanmış ve incelemeye alınmıştır. Sonuç olarak bu tez; Türkiye mobilya sanayisinin, genelde küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşan yapısıyla AB ölçeğinde rekabet gücünün yetersiz olduğunu ortaya koymaktadır.

Pahalı hammadde temini ve enerji kullanımı, vergi sisteminin karmaşıklığı, yüksek vergiler, uygun çalışma ortamı bulunmayışı, mesleki eğitimin yetersizliği, tasarım ve marka bilincinin yaygınlaşmaması, çevre ile ilgili mevzuatların AB ile uyumlu olmaması gibi, rekabet gücünü azaltan unsurların ortadan kaldırılması halinde, sektörün sahip olduğu işletmelerin sayısı ve üretim potansiyeli ile, AB ölçeğinde rekabet edebileceği sonucuna varılmıştır.

Bilim Kodu : 711.3.023
Anahtar Kelimeler : Avrupa Birliği, Mobilya Sektörü, İhracat, İthalat, Rekabet
Sayfa Adedi : 86
Tez Yöneticisi : Dr. Hamza ÇINAR

**THE COMPETITIVE POWER OF TURKISH FURNITURE INDUSTRY
WITHIN THE SCALE OF EUROPEAN UNION**

(M.Sc. Thesis)

Mehmet Fatih AKSAYAR

**GAZI UNIVERSITY
INSTITUTE OF SCIENCE AND TECHNOLOGY**

May 2006

ABSTRACT

This dissertation aims at researching the structural peculiarities, through the statistical data obtained, the mutual trade relations of Turkish furniture industry from the near past till 2005 by defining the present situation of the industry in the furniture market, and makes offers to elevate the competitive power of our country which has been trying to enter and integrate into the EU. To constitute the dissertation, and in accordance with its aim, main and sub-titles have been defined, and the contents of these titles have been put forward. Taking the aim of the dissertation into consideration, foreign and native institutions have been defined, and research has been made in the libraries and internet addresses of these institutions. Related materials that could be useful such as books, journals, brochures and reports have been gathered and studied.

In conclusion, this dissertation reveals the weakness of the competitive power of Turkish furniture industry which consists of small and medium size companies within the EU scales. Expensive raw material supply and energy usage, the complexity of taxation system and high taxation, the lack of suitable working environment, the insufficiency of vocational education, design and trademark problems, and the discord of environmental norms with the norms of EU are among the reasons that reduce the competitive power of the industry. The dissertation comes to the conclusion that if the obstacles before the industry are removed, with the number of companies and with its potential, Turkish furniture industry will be able to compete with its European counterpart.

Science Code : 711.3.023
Key Words : European Union, Furniture Sector, Export, Import, Competition
Page Number : 86
Adviser : Dr. Hamza ÇINAR

TEŞEKKÜR

Çalışmalarım boyunca yardım ve katkılarıyla beni yönlendiren danışmanım Dr. Hamza ÇINAR'a, araştırmalarım sırasında yardımlarını esirgemeyen OAİB, İGEME, TÜİK, DPT ve DTM çalışanlarına, çevirilerimde yardımcı olan değerli dostlarım Yrd. Doç. Dr. Ertuğrul KOÇ, Dr. Şadan ÖZCAN, İkbâl İÇER'e, ve kardeşim Serbülent AKSAYAR'a, manevi desteklerinden dolayı biricik kızım ve sevgili eşime, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü yetkili ve görevlilerine teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
TEŞEKKÜR	viii
İÇİNDEKİLER	ix
ÇİZELGELERİN LİSTESİ	xi
ŞEKİLLERİN LİSTESİ	xiii
SİMGELER VE KISALTMALAR	xiv
1. GİRİŞ	1
2. GENEL BİLGİLER	5
2.1. Mobilyanın Tanımı	5
2.2. Mobilyaların Gümrük Tarifesi İstatistik Pozisyonlarına (GTİP) Göre Sınıflandırılması	6
2.3. Uluslararası Ticareti Düzenleyici Kurallar	9
2.4. Dünya Mobilya Sektörü	11
2.4.1. Genel bilgiler	11
2.4.2. Dünya mobilya ihracatı	13
2.4.3. Dünya mobilya ithalatı	17
3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	20
3.1. Verilerin Toplanması	20
3.2. Örnekleme	21
3.3. Güvenirlilik	21
3.4. Verilerin Değerlendirilmesi	22

Sayfa

4. KARŞILAŞTIRMALI BULGULAR VE TARTIŞMA	24
4.1. Türkiye ve AB Mobilya Sektörlerinin Karşılaştırılması	24
4.1.1. Hammadde	24
4.1.2. Mobilya sanayilerinde yapılanma	27
4.1.3. Üretim	34
4.1.4. Tüketim	38
4.1.5. İhracat	42
4.1.6. İthalat	52
4.1.7. AB ile Türkiye'nin mobilya ticareti	57
4.1.8. Vergiler	63
4.1.9. Enerji	65
4.1.10. Çevre	66
4.1.11. Türkiye mobilya sektörünün güçlü ve zayıf yönleri	67
4.1.12. AB mobilya sektörünün güçlü ve zayıf yönleri	69
4.1.13. Tasarım	70
4.1.14. Mesleki eğitim	74
4.1.15. Türkiye'de ihracata destek politikaları	75
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	78
KAYNAKLAR	82
ÖZGEÇMİŞ	86

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 2.1. 2005 yılı mobilya üretim hacmine göre ilk 20 ülke	12
Çizelge 2.2. Dünya mobilya (GTİP: 9401-9403) ihracatında önde gelen ülkeler ve ihracat değerleri (milyon ABD doları)	16
Çizelge 2.3. Dünya mobilya (GTİP: 9401-9403) ithalatında önde gelen ülkeler ve ithalat değerleri (milyon ABD doları)	18
Çizelge 4.1. Türkiye ve AB’de toplam orman alanı ve verimli ormanlar	25
Çizelge 4.2. AB mobilya sektöründe işletme başına çalışan sayısı	27
Çizelge 4.3. Türkiye’de kurumlara göre KOBİ tanımı	28
Çizelge 4.4. AB’de 1 Ocak 2005’ten itibaren geçerli KOBİ tanımı	29
Çizelge 4.5. Ahşap mobilya sektöründe firmaların şehirlere dağılımı (PS: personel sayısı)	30
Çizelge 4.6. Türkiye mobilya üretim sektöründe önemli kuruluşlar	33
Çizelge 4.7. Türkiye’de mobilya üretimi (milyon ABD doları)	34
Çizelge 4.8. Mobilya sanayisi ortalama kapasite kullanım oranları (%)	35
Çizelge 4.9. AB ülkelerinde 2002-2003 mobilya üretimi	37
Çizelge 4.10. Türkiye mobilya tüketimi (milyon ABD doları)	39
Çizelge 4.11. Ülkelere göre AB 25 pazarında 2002-2004 mobilya tüketimi	41
Çizelge 4.12. Yıllara göre Türkiye’nin mobilya ihracatı (1 000 ABD doları)	43
Çizelge 4.13. Mobilya ihracatı yapan firmaların illere göre dağılımı (1 000 ABD doları)	43
Çizelge 4.14. Ülkelere göre Türkiye’nin mobilya ihracatı (1 000 ABD doları)	44
Çizelge 4.15. Türkiye’nin ürünler bazında mobilya ihracatı (1 000 ABD doları)	47
Çizelge 4.16. AB ülkelerinin mobilya ihracatı	50

Çizelge	Sayfa
Çizelge 4.17. AB'nin seçilmiş ürün gruplarına göre mobilya ihracatı	51
Çizelge 4.18. Yıllara göre Türkiye'nin mobilya ithalatı (1 000 ABD doları).....	52
Çizelge 4.19. Ükelere göre Türkiye'nin mobilya ithalatı (1 000 ABD doları)	53
Çizelge 4.20. Türkiye'nin ürünler bazında mobilya ithalatı (1 000 ABD doları).....	54
Çizelge 4.21. AB ülkelerinin mobilya ithalatı.....	55
Çizelge 4.22. AB'nin seçilmiş ürün gruplarına göre mobilya ithalatı	57
Çizelge 4.23. Türkiye'nin AB ile mobilya ticareti (1 000 ABD doları)	58
Çizelge 4.24. Türkiye'nin AB-25'e 2004 ihracatı (%)	60
Çizelge 4.25. Türkiye'nin AB'den (AB 25) ithalatı (%)	62
Çizelge 4.26. AB ülkelerinde hammadde kullanımında sınırlamalar	67
Çizelge 4.27. Türkiye mobilya sanayisinin analizi	68
Çizelge 4.28. AB mobilya sanayisinin analizi	69
Çizelge 4.29. İhracata yardım faaliyetlerini uygulayan kurumlar	77

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. 2005 yılı dünya mobilya üretim hacmine göre ilk 20 ülke.....	13
Şekil 2.2. Bazı ülkelerin yıllara göre mobilya ihracatı (milyon ABD doları).....	17
Şekil 2.3. Bazı ülkelerin yıllara göre mobilya ithalatı (milyon ABD doları).....	19
Şekil 4.1. Türkiye ve AB’de toplam orman alanının ülke alanına oranı	25
Şekil 4.2. Türkiye ve AB’de verimli orman alanlarının ülke alanına ve toplam orman alanına oranı	26
Şekil 4.3. Türkiye mobilyasanayisinin tam kapasite çalışamama nedenleri (%).....	36
Şekil 4.4. Türkiye mobilya tüketimi (milyon ABD doları).....	38
Şekil 4.5. Seçilmiş AB ülkeleri ve Türkiye’de 1990-2003 arası yıllık ortalama nüfus artış hızı (%).....	39
Şekil 4.6. Türkiye’nin ülkelere göre mobilya ihracatı	45
Şekil 4.7. AB ülkelerinin 2003 yılı mobilya ihracatı (milyon avro).....	49
Şekil 4.8. AB’nin ürün gruplarına göre mobilya ihracatı (milyon avro)	51
Şekil 4.9. Türkiye’nin yıllara göre mobilya ithalatı	53
Şekil 4.10. AB ülkelerinin 2003 yılı mobilya ihracatı (milyon avro).....	56
Şekil 4.11. Türkiye’nin AB-25’e en çok ihraç ettiği ürün grupları (1000 ABD doları).....	59
Şekil 4.12. Türkiye’nin 2004 yılında ürün gruplarına göre mobilya ithalat oranları (%)	61
Şekil 4.13. Bazı OECD ülkelerinde istihdam vergilerinin yükü	64

SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış bazı simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Simgeler	Açıklama
\$	Amerikan Doları-ABD Para Birimi
€	Avro-AB Para Birimi
Kısaltmalar	Açıklama
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AET	Avrupa Ekonomik Topluluğu
AR-GE	Araştırma ve Geliştirme Faaliyetleri
AS	Armonize Sistem
BDT	Bağımsız Devletler Topluluğu
CAD/CAM	Bilgisayar destekli tasarım ve imalat sistemleri
CBI	İngiltere Sanayi Konfederasyonu
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
EFTA	Avrupa Serbest Ticaret Birliği
GATT	Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
GSP	Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi
GTİP	Gümrük Tarifesi İstatistik Pozisyonları
ISIC-REV.	Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması
ISO	Uluslararası Standart Organizasyonu
İGEME	İhracatı Geliştirme Merkezi
İKV	İktisadi Kalkınma Vakfı

Kısaltmalar**Açıklama****KOBİ**

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

KSS

Küçük Sanayi Sitesi

NAFTA

Bir ekonomik örgüt

OAİB

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri

OECD

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü

PS

Personel Sayısı

SDTŞ

Sektörel Dış Ticaret Şirketi

TOBB

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TSE

Türk Standartları Enstitüsü

TTGV

Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı

TÜBİTAK

Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu

TÜİK

Türkiye İstatistik Kurumu

UEA

Avrupa Mobilya Üreticileri Federasyonu

UNIDO

Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü

UNSD

Birleşmiş Milletler İstatistik Bölümü

1. GİRİŞ

Dünya ticaretinde önemli bir konuma sahip olan mobilya sektörü, 2005 yılında yaklaşık 220 milyar dolar düzeyinde üretim hacmine ulaşmıştır [1]. Bunun yaklaşık yarısını 25 üyeli Avrupa Birliği'nin (AB) mobilya üretimi oluşturmaktadır [2]. Eurostat verilerine göre, dünyada mobilya üretim hacmi sadece son üç yıl içinde 30 milyar dolar (%16) artış göstermiştir [3].

Giderek güçlenen küreselleşme süreci ve ulusal pazarların dışa açılması dolayısıyla uluslararası mobilya ticareti sürekli artış göstermektedir. Birleşmiş Milletler İstatistik Bölümü (UNSD) verilerine göre uluslararası mobilya ticareti 2003 yılında 2002'ye göre %18, 2004 yılında %12 artış göstermiştir [3]. 2005 yılında ise %13 artarak 76 milyar dolara ulaşmıştır [4].

Avrupa Mobilya Üreticileri Federasyonu'na (UEA) göre, mobilya dış ticaretinde son 6 yılda göze çarpan başlıca gelişim mobilya pazarının dışa açılma oranındaki artış olup, mobilya dış ticaretinin 2050 yılında 1 trilyon doları geçeceği tahmin edilmektedir [1].

Uluslararası mobilya ticareti hareketlerine bakıldığında ticari ilişkilerin gün geçtikçe küreselleştiği, yoğunlaştığı, iç piyasaya yönelik üretimin giderek azaldığı ve ağırlıklı olarak ihracata yönelik üretim yapıldığı görülmektedir. Dolayısıyla mobilya pazarı giderek daha fazla uluslararası nitelik kazanmaktadır.

Türkiye mobilya sanayisinde ise, son yıllarda artan kentleşme, nüfus artışı, yükselen hayat standardı ile mobilyaya olan talep gün geçtikçe artmakta ve bu da mobilya sanayisinin yapısını değiştirmektedir. Düşük teknoloji ve sermaye ile emek yoğun faaliyet gösterdiği düşünülen mobilya sanayisi, ihracat rakamlarıyla ve yapısıyla hızlı bir dönüşüm geçirerek geçmiş yıllara oranla çok daha bilgi ve sermaye yoğun bir sektör olma yolunda ilerlemektedir. Sektörün büyük bir bölümü KOBİ'lerden oluşan yapısıyla genel olarak iç pazara yönelik olsa da son yıllarda ihracata önem verilmektedir.

Ancak, 2000’li yıllara kadar olan periyotta, iç ve dış piyasalarda yaşanan olumsuz gelişmeler ve üretimdeki yapısal sorunlar, Türkiye mobilya imalat sanayisindeki kapasite kullanımını da olumsuz etkilemiştir. Türkiye mobilya imalat sanayisinin kapasite kullanım oranlarının artırılması, istihdam olanaklarının yaratılabilmesi için yeni iş olanaklarının sağlanması; iç pazarda daralma yaratan koşullar da dikkate alındığında, sektörün sorunlarına çözüm bulunması, ihracatın geliştirilmesi ve rekabet edebilirliği ile mümkün olabilir.

Dünyada 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz, Türkiye’de her sektörden pek çok firmanın iflasına yada büyük zararlara uğramasına sebep olmuştur. Krizde ayakta kalabilen, hatta daha da güçlenerek çıkan firmalara bakıldığında, en büyük ortak yönlerinin ihracata yönelmek olduğu görülmektedir.

İnegöl Mobilyacılar Odasına göre, 2000 yılı sonrasında İnegöllü mobilya üreticileri yurtdışı pazarlarına yönelmişler, özellikle de 2001 krizi sonrasında ihracatın önemini kavramıştır. İnegöllü mobilya üreticileri 2000 yılında 1 milyon dolar ihracat yaparken, 2004 yılında ihracat miktarını 32 milyon dolara çıkardılar. Bugün 100’ü aşkın ülkeye ihracat yapan İnegöllü mobilya üreticilerinin 2005 yılındaki ihracat hedefleri ise 40 milyon doları geçmektir. Oda yöneticileri; 2004 yılındaki bu ihracatın büyük bölümünün AB üyesi ülkelere yapıldığını, bu başarıdaki en büyük etkenin ise AB kriterlerine uygun mobilya üretmek olduğunu söylemektedir [5].

AB’nin bugün olduğu gibi gelecekte de Türkiye’nin dış ticareti açısından çok önemli bir konuma sahip olacağı düşünülmektedir.

Avrupa Birliği; Belçika, Almanya, Fransa, Hollanda, Lüksemburg ve İtalya tarafından 1957’de Roma Antlaşmasının imzalanmasıyla Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) adı altında kurulmuş bir ekonomik işbirliği topluluğudur. Bu topluluğun temelini II. Dünya Savaşı’ndan sonra 1951’de kurulan Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) oluşturmaktadır [6].

AET olarak başlayan topluluk, kurucu altı ülke arasında önce gümrük birliğini kurmuş ve üçüncü ülkelere gelen mallara aynı vergi oranlarının uygulanmasını öngörmüştür. Ancak daha sonra zamanla işbirliğinin kapsamı; ortak tarım, ulaştırma, rekabet, çevre, bölgesel kalkınma gibi, diğer birçok alanda ortak politikalar oluşturulması, ekonomik politikaların yakınlaştırılması, ekonomik ve parasal birlik kurulması, ortak bir dış politika ve güvenlik politikası oluşturulması olarak genişletilmiştir [6].

Avrupa Ekonomik Topluluğu ilk kez 1973 yılında İngiltere, Danimarka ve İrlanda'nın katılımıyla büyümüş, bundan sonraki katılımlar ise 1981'de Yunanistan, 1986'da İspanya ve Portekiz'in üyeliğe katılımı şeklinde olmuş, üye sayısı 12'ye çıkmıştır. 1995 tarihinde ise Avusturya, Finlandiya ve İsveç'in katılımıyla üye sayısı 15'i bulmuştur [6].

Avrupa Birliği'nin son ve en geniş kapsamlı genişlemesi Mayıs 2004'te gerçekleşmiş ve üye sayısı 25'i bulmuştur. Bugün Avrupa Birliği 25 üye ülkeden oluşan, 4 milyon km²'lik alana yayılmış, 450 milyonluk nüfusuyla dünyanın en kalabalık üçüncü bölgesi olarak mobilya üretim ve tüketim alanlarında büyük bir pazar konumundadır [7].

25 Üyeli AB'nin 2004 yılı mobilya tüketimi 74 199 milyon avro olmuştur. Bu tüketim içinde ithalatın payı ise AB'ye yeni katılan 10 üye devletin 1 497 milyon avroluk ithalatı ile birlikte toplam 25 684 milyon avro ile %34'tür [3].

Geismann'ın, 'Küreselleşme Sürecinde Dünya Mobilya Sanayisi' irdelemelerinde, Avrupa Birliği'nin 2004 yılının Mayıs ayında on yeni üye devletin katılmasından sonra dünyanın en büyük ekonomik bölgesi haline geldiği belirtilmektedir. Geismann'a göre; Birlik, 10,2 trilyon avroluk gayrisafi yurtiçi hasılası ile gerek nüfus gerekse ekonomik güç açısından şimdiye kadar ilk sırada yer alan Amerika Birleşik Devletleri'ni geride bırakmış durumdadır [8].

AB dünyanın en büyük mobilya üreticisi ve ihracatçısı olmakla birlikte, Uzun'a göre, Avrupa'da genel anlamda gerileyen üretim, mobilya sektörüne de yansımaktadır. Örneğin, Avrupa'da, Almanya, İngiltere ve Fransa başta olmak üzere bir çok ülke yüksek maliyetlerden dolayı mobilya ve bileşenlerinin üretimini azaltmakta ve farklı ülkelere üretim amaçlı yönelmektedir [9].

Örneğin, bu ülkelerin, imalatlarını Bulgaristan, Romanya, Polonya, Çekoslovakya gibi Avrupa ülkeleriyle birlikte, Uzak Doğu ülkelerinden özellikle, Çin ve Malezya gibi ülkelere kaydardıkları görülmektedir. Fakat Yılmaz'a göre, bu ülkelerin imalat yaptırdıkları ülkelerde yaşadıkları; hammadde, kalite ve üretim sorunları ile coğrafi konum gibi nedenlerden dolayı, farklı seçenekleri düşünmektedirler [10].

Türkiye'nin AB'ye mobilya ihracatı ve rekabet gücünü artırabilmek için, hem kendi mobilya sektörünü hem de AB mobilya sektörünü iyi analiz etmesi gerekmektedir. Dünyanın en büyük mobilya üreticisine mobilya satmak ve kendi iç pazarında ona ciddi bir rakip olmak Türkiye için önem arz etmektedir. Sektörün kendi içinde durum analizinin yapılması geçmiş performansının değerlendirilmesinin yanı sıra, sektörün güçlü ve zayıf yönlerinin ortaya konulması, küreselleşen dünyada rekabet gücünü etkileyen faktörler arasında anlam ifade etmektedir.

Yukarıda çizilen perspektif doğrultusunda, bu tez çalışması; Türkiye ile AB mobilya sanayilerinin yapısal özelliklerini araştırmayı, ikili mobilya ticareti ilişkilerini yakın geçmişten 2005 yılına kadar olan süreçte, istatistiksel veriler ışığında irdelemeyi ve AB'ye giriş ve entegrasyon çabasında olan ülkemizin AB mobilya pazarında mevcut durum, konum ve yapısını belirleyerek rekabet gücünü artırmaya yönelik öneriler getirmeyi hedeflemektedir.

Temel amaç, sektörün mevcut performansı ve sorunlarını da dikkate alarak potansiyellerini belirlemektir. Belirlenecek güçlü yönler sektörün gelecekte yöneleceği hedeflere ışık tutacak, zayıf yönler ise sektörün alacağı tedbirlere baz teşkil edecektir.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Mobilyanın Tanımı

Mobilya dünyanın farklı coğrafya kültürlerinde oturma, depolama ve sergileme gibi temel fonksiyonları yerine getirmesiyle ve yüksek tasarım girdisiyle uluslararası ticaretin gereklerine doğal olarak uyum sağlayan küresel bir ürün olarak tanımlanmaktadır [11].

Literatürde, mobilya; “Oturulan, yemek yenilen, çalışılan, yatılan yerlerin döşenmesine yarayan taşınabilir eşyalara verilen genel ad, möble” olarak tanımlanmaktadır [12].

Farklı bir yaklaşımla; mobilya, içinde bulunduğu mekanın işlevsel ve estetik değerini etkileyen, teknik ile sanatı birleştiren bir donatı elemanı olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, gerek konut mekanlarda gerekse işyeri mekanlarında, insan yaşamının geçtiği bütün mekanları daha kullanışlı, daha konforlu hale getiren, kişi ve toplumun sağlıklı gelişimini sağlayan bir faktör olarak da önem arz ettiği söylenebilir [13]. Mekan içerisindeki yoğunluk ve organizasyonu, yaşamı olumlu yada olumsuz etkilemesi, fonksiyonel ve ergonomik boyutlarıyla iş verimliliği ve insan sağlığına etkileri ile mobilya insan hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Diğer taraftan, insanların düşünceleri, duyguları ve yaşam görüşlerini mekanlara yansıtan kişisel bir ürün olması sebebiyle insan hayatına sosyolojik ve felsefi anlamlarda yüklemektedir [14]. Bunlara ilave olarak, mobilya tanımlarına eklenebilecek diğer bir tanımlama da; mobilya ve ekonomi etkileşimlerinden çıkarılacak mobilya tanımıdır. Ürün Yaşam Döngüsünde doğal kaynakların kullanımı, projelerin oluşumu, üretim süreçleri, pazarlama, satış, müşteri memnuniyeti gibi faktörlerin etkileşimleri sonucunda ortaya çıkan ürün olan mobilyanın, ulusal ve uluslararası boyutlarda ekonomik bir değeri ve gücü vardır [15]. Mobilyalar görevleri, kullanım alanları, yapıları, amacı, tarzları, malzemesi ve üst yüzey işlemlerine göre:

- Kullanıldığı yere göre: iç mekan veya dış mekan mobilyaları,
 - Bireysel veya toplu kullanıma göre: kişisel mobilyalar, kentsel mobilyalar, endüstriyel mobilyalar,
 - Mobilya üniteleri yan yana, üst üste uyumlu ve bağımlı olarak geçişi sağlayarak biçimleniyorsa: modüler mobilya,
 - Biçimlendiği coğrafi bölge tarzına göre: İngiliz, İtalyan, İskandinav mobilya,
 - Laminasyon tekniğine göre yapılmışsa: laminamobilya,
 - Birçok amaca hizmet verecek şekilde yapılmışsa: fonksiyonel mobilya,
 - Endüstri dönemi öncesi ve sonrası tarza göre üretilmişse: klasik ya da modern mobilya,
 - Montaj durumuna göre: demonte ya da monteli mobilya,
 - Kullanım durumuna göre: sabit veya hareketli mobilya,
 - Mekanlara göre biçimlendirilmişse: mutfak, salon, yatak odası, mobilyaları, ofis mobilyaları,
 - Stil veya tarzına göre: klasik, modern mobilya,
 - Kullanılan malzeme türlerine: göre ahşap, panel, hasır mobilya vb.
- olmak üzere sınıflandırılabilirler [16].

2.2. Mobilyaların Gümrük Tarifesi İstatistik Pozisyonlarına (GTİP) Göre Sınıflandırılması

GTİP, Türk Gümrük Tarife Cetveli'nde kullanılan 12 rakamlı kodun ismidir. Bu kodun ilk 6 rakamı Dünya Gümrük Örgütü'ne üye tüm ülkelere kullanılan Armonize Sistem (*Harmonized System*-HS) Nomanklatürü kodunu, 7-8 inci rakamlar Avrupa Birliği ülkeleri tarafından kullanılan Kombine Nomanklatür (*Combined Nomenclature*-CN) kodunu, 9-10 uncu rakamlar farklı vergi uygulamalarımız nedeniyle açılan pozisyonları gösteren kodlarını, 11-12 inci rakamlar ise istatistik kodlarını göstermek için kullanılmaktadır [17].

Örnek:

GTİP:	540761	90	90	11
	AS Nom. Kodu	CN Kodu	Milli alt açılım kodu	İstatistik kodu

Türkiye’de 01.01.1989 tarihinden itibaren yürürlüğe giren “Armonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemi Uluslar arası Sözleşmesi”nde yer alan Armonize Sistem Nomanklatürü’ne göre mobilyaların Gümrük Giriş Tarife Cetveline göre sınıflandırılması aşağıda özetlenmiştir [16].

Ev Mobilyaları

9401 Oturmaya Mahsus Mobilyalar

Döşenmiş oturmaya mahsus mobilyalar

940161 Ahşap iskeletli, döşenmiş oturmaya mahsus mobilyalar

940171 Metal iskeletli döşenmiş oturmaya mahsus mobilyalar

Döşenmemiş oturmaya mahsus mobilyalar

940140 Yatak haline gelebilen oturmaya mahsus mobilyalar (kamp ve bahçede kullanılanlar hariç)

940169 Ahşap iskeletli, döşenmemiş oturmaya mahsus mobilyalar

940179 Metal iskeletli döşenmemiş oturmaya mahsus mobilyalar

940180 Diğer oturmaya mahsus mobilyalar

Rotten/Hasır Mobilyalar

940150 Kamış, sorgun ağacı bambu vb. den oturmaya mahsus mobilyalar

940380 Diğer maddelerden mobilyalar (rotten kamışı, sepetçi söğüdü, bambu benzeri maddeler dahil)

Mutfak Mobilyaları

940340	Mutfaklarda kullanılan türde ahşap mobilyalar
94034010	Ahşap hazır mutfak üniteleri
94034090	Mutfaklarda kullanılan türden diğer ahşap mobilyalar

Yemek ve Oturma Odası Mobilyaları

94036010	Yemek odaları ve oturma odaları için ahşap mobilyalar
----------	---

Yatak Odası Mobilyaları

940350	Yatak odalarında kullanılan türde ahşap mobilyalar
94032091	Metalden diğer amaçlı karyolalar

Diğer Mobilyalar

94032099	Diğer amaçlı yemek dolapları
94036090	Diğer ahşap mobilyalar
94037090	Diğer amaçlı plastik maddelerden mobilyalar

Aksam ve Parçalar

94019030	Diğer oturmaya mahsus ahşap mobilyaların aksam, parçaları
94019080	Diğer mobilyaların aksam, parçaları
94039030	Ahşaptan diğer mobilyaların aksam, parçaları
94039010	Metalden diğer mobilyaların aksam, parçaları
94039090	Diğer maddelerden diğer mobilyaların aksam, parçaları

Ofis Mobilyaları

940130	Yüksekliği ayarlanabilen döner koltuk-sandalyeler
94013010	Arkalıklı, içi dolu, tekerlekli/kayabilir, koltuk ve sandalyeler

94013090	Diğer çeşit koltuk ve sandalyeler
940310	Yazıhanelerde kullanılan türde metal mobilyalar
94031010	Metalden resim masaları (90.17 pozisyonundakiler hariç)
94031051	Metalden yazı masaları; yükseklik < 80 cm.
94031059	Metalden diğer büro mobilyaları; yükseklik < 80 cm.
94031091	Metalden kapılı, kanatlı/sürgülü dolaplar >80 cm.
94031093	Metalden çekmeceli dolaplar, dosya/fiş dolapları > 80 cm.
94031099	Metalden diğer büro mobilyaları; yükseklik> 80 cm.
940330	Yazıhanelerde kullanılan türde ağaç mobilyalar
94033011	Büro için ahşap yazı masaları (yükseklik < 80 cm)
94033019	Büro için ahşap diğer büro mobilyaları (yükseklik < 80 cm)
94033091	Büro için ahşap kapılı, kanatlı/sürgülü, çekmece, dolap, dosya, fiş dolap, yükseklik>80cm.
94033099	Bürolar için diğer ahşap mobilyalar; yükseklik> 80 cm.

Armonize Sistem Nomanklatürü (Harmonized System Nomenclature): Gümrük tarifelerinin uygulanmasında kullanılan bir eşya tasnif sistemidir. Bu sistemin hazırlanmasında Brüksel Nomanklatürü ile Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırması (SITC) esas alınmıştır. Armonize sistem ülkeler arasındaki farklı uygulamaları ortadan kaldırarak, uluslararası istatistiklerin toplanmasını, karşılaştırılmasını, sınıflandırılmasını kolaylaştıracak, ticari belgelerde standartlık sağlayacak, kodlama ve sınıflandırma masraflarını azaltacak bir sistem olarak kabul edilmektedir.

2.3. Uluslararası Ticareti Düzenleyici Kurallar

Uluslararası ticarete geniş kapsamlı liberizasyon hareketinin bir sonucu olarak, ortaya çıkan çok taraflı ticaret sistemi ve bölgesel entegrasyonlar ihracata yönelik desteklere ilişkin uluslararası kuralları da beraberinde getirmiştir. Bu çerçevede, *Uruguay Round* Müzakere Turları sonucunda Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşmasında (GATT) kurumsallaşmaya gidilerek oluşturulan ve bugün itibarıyla

üye sayısı 145'e ulaşan DTÖ'nün uluslararası ticarete yönelik kuralları ise, içinde bulunduğumuz yüzyılın ticaret gündemini belirlemektedir [18].

DTÖ, uluslararası ticarete engellerin, kısıtlamaların ve yasaklamaların kaldırılmasını, dünya ticaretinin kural ve disiplinlere dayalı, saydam ve tahmin edilebilir bir sisteme oturtulmasını, kaynakların daha verimli kullanılmasını, ticaretin serbestleştirilmesi ve artırılmasını amaçlamaktadır. Uluslararası ticaretin serbestleştirilmesinin önündeki en önemli engelin sübvansiyonlar olup, uluslararası ticarete devlet müdahalelerinin azaltılması amacıyla DTÖ Kuruluş Anlaşmasına ek anlaşmalardan biri olan Sübvansiyon ve Telafi Edici Tedbirler Anlaşması (*Agreement On Subsidies and Countervailing Measures*) uygulamaya konulmuştur. Söz konusu Anlaşma'da devlet yardımı, ihracatçı ülke hükümeti tarafından sağlanan her türlü mali katkı sonucunda bir fayda ortaya çıkması şeklinde tanımlanmakta ve devlet yardımları; 'yasaklanmış', 'tedbir alınabilen' ve 'tedbir alınmasını gerektirmeyenler' olmak üzere üç kategoriye ayrılmaktadır. Sübvansiyonu veren mercinin yetki alanı içindeki bir firmaya, sanayi dalına veya bir firma/sanayi grubuna sağladığı sübvansiyonlar ile belirlenmiş bir coğrafi bölgede bulunan belirli işletmelerle sınırlı olan sübvansiyonlar spesifik sübvansiyon olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, ihracat performansı şartına bağlı olanlar ile ithal yerine yerli girdi kullanım şartına bağlı olan sübvansiyonların da spesifik sübvansiyon olduğu kabul edilmekte; spesifik sübvansiyonlar ise yasaklanmaktadır. Söz konusu yasaklara ilişkin olarak gelişmekte olan ülkelere tanınan geçiş sürelerinin 2002 yılı sonunda bitmesi nedeniyle, 2003 yılı ile birlikte uluslararası ticarete serbestleşme açısından yeni bir dönem başlamıştır [18].

Anlaşma çerçevesinde resmi destekli ihracat kredi kuruluşlarının sağladığı kredi, sigorta/garanti destekleri sübvansiyon kapsamında kabul edilmekte ve çeşitli kurallara tabi kılınmaktadır. Bu çerçevede; resmi destekli ihracat kredi kuruluşları tarafından sağlanan kredilerin faiz oranlarının piyasa faiz oranları ile paralel bir seyir izlemesi, kaynak maliyetine uygun fiyatlandırılması ve programın devlete ek yük getirmemesi durumunda uygulanan kredi programları uluslararası kurallara uyumlu olarak nitelendirilmektedir. Benzer şekilde, ihracat kredi sigortası veya

garantisi programları, bu programların uzun dönemli işletme maliyetlerini ve ödenen tazminatları karşılayacak düzeyde prim oranları üzerinden sağlaması durumunda herhangi bir sınırlamaya tabi tutulmamaktadır. Diğer yandan, Anlaşma'da OECD Uzlaşması'na taraf olan veya Uzlaşma'nın faiz oranlarını fiilen uygulayan ülkelerin ihracat kredisi uygulamalarının yasaklanmış bir ihracat sübvansiyonu sayılmayacağı belirtilmektedir [18].

Yeni dünya sisteminde giderek daha fazla önem kazanan ve nihai hedefi siyasi birlikteliğin sağlanması olan Avrupa Birliği, devlet yardımlarını topluluk içi rekabeti bozucu bir unsur olarak görmekte ve kendi üyeleri arasındaki ticaret engellerini kaldırmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede, Avrupa Birliği daha güçlü bir uluslararası ticaret sisteminin oluşturulması amacıyla, DTÖ'nün ticaret alanındaki kurallarının işlerlik kazandırılmasına büyük önem vermektedir. Aynı zamanda, Avrupa Birliği Anlaşması'nın hükümetlerin firmalara sağladığı devlet yardımları konusundaki düzenlemeleri, DTÖ'nün Sübvansiyonlar ve Telaî Edici Tedbirler Anlaşması ile büyük ölçüde aynıdır [18].

2.4. Dünya Mobilya Sektörü

2.4.1. Genel bilgiler

2005 yılı, dünya mobilya pazarındaki en büyük üreticiler Çin, ABD, Almanya ve İtalya'dır. En büyük ihracatçı Çin'i; İtalya, Almanya ve Kanada izlemektedir. En büyük ithalatçı ABD'dir. En büyük üretici, ihracatçı ve ithalatçı ülkeler Çin, AB ve ABD de olsa, mobilya sektörünün niteliği ve doyurduğu tüketici talebinin yapısı nedeniyle gelişmekte olan ülkelerin gelecekte en büyük pazar haline gelmesi beklenmektedir [19].

Dünya mobilya üretim hacmi 2004 yılında yaklaşık 200 milyar dolar iken 2005 yılında 220 milyar dolar düzeyine ulaşmıştır. Bunun yaklaşık yarısını 25 üyeli Avrupa'nın mobilya üretimi oluşturmaktadır [1]. Eurostat verilerine göre, dünyada mobilya üretim hacmi sadece son üç yıl içinde %16 dolayında veya diğer bir ifadeyle 30 milyar dolar artış gösterdi [3].

Giderek güçlenen küreselleşme süreci ve ulusal pazarların dışa açılması dolayısıyla sınır aşırı mobilya ticareti sürekli artış göstermektedir. Uluslararası mobilya ticareti 2005 yılında %13 artış göstererek 76 milyar dolara ulaşmıştır [4].

Sonuç olarak, uluslararası ticari ilişkilerin gün geçtikçe yoğunlaştığını, küresel olarak bakıldığında, iç piyasaya yönelik üretimin giderek azaldığını ve ağırlıklı olarak ihracata yönelik üretim yapıldığını göstermektedir. Dolayısıyla mobilya pazarı giderek daha fazla uluslararası nitelik kazanmaktadır.

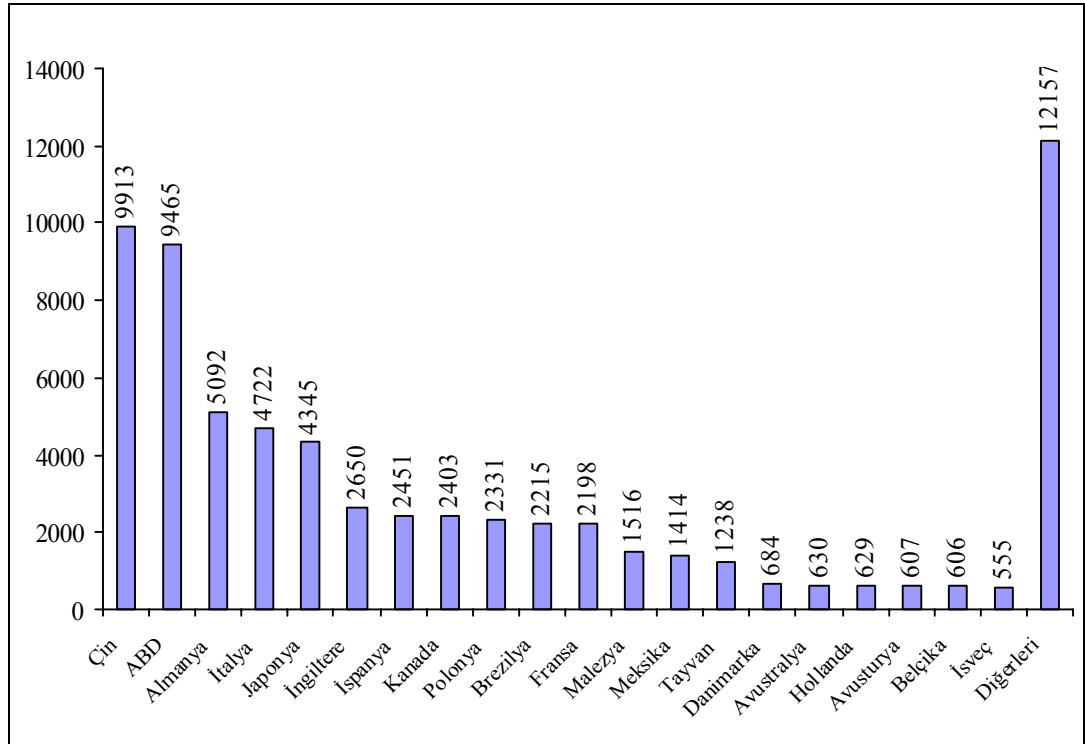
Çizelge 2.1’de üretim hacmine göre dünyanın en önemli mobilya üretici ülkeleri üretim miktarlarına göre verilmiştir.

Çizelge 2.1. 2005 yılı mobilya üretim hacmine göre ilk 20 ülke [1]

Ülke Adı	Milyon Ton
Çin	9 913
ABD	9 465
Almanya	5 092
İtalya	4 722
Japonya	4 345
İngiltere	2 650
İspanya	2 451
Kanada	2 403
Polonya	2 331
Brezilya	2 215
Fransa	2 198
Malezya	1 516
Meksika	1 414
Tayvan	1 238
Danimarka	684
Avustralya	630
Hollanda	629
Avusturya	607
Belçika	606
Diğerleri	12 712

Çin, bütün alanlarda olduğu gibi mobilya üretiminde de son yıllardaki hızlı yükselişini sürdürmektedir. 2005 yılında 9 913 tonluk mobilya üretimiyle, İtalya ve ABD gibi sektörün en büyük üreticilerini geride bırakmıştır.

2005 yılı dünya mobilya üretim hacmine göre ilk 20 ülke Şekil 2.1’de verilmiştir.



Şekil 2.1. 2005 yılı dünya mobilya üretim hacmine göre ilk 20 ülke [1]

Şekil 2.1’e göre, üretim oranları metal ve plastik mobilya üretimini de kapsamaktadır. Sadece ahşaptan yapılmış mobilya ile bunların aksam ve parçalarını baz alındığında bu oranlar değişmektedir.

2.4.2. Dünya mobilya ihracatı

2005’te 220 milyar doları bulan dünya mobilya üretiminin yaklaşık 144 milyar dolarlık bölümü üretici ülkelerde satılırken, uluslararası ticarete konu olan miktar 76 milyar dolar civarındadır. Son yıllarda mobilya dış ticaretinin oranındaki artış dikkat

çekmektedir. 2000 yılında 51 milyar dolar olan dünya mobilya ihracatı 2005 yılında %49 artışla 76 milyar dolara yükselmiştir. Bu artışın, 2006 ve daha sonraki yıllarda da devam edeceği düşünülmektedir [20].

2002'de dünya mobilya üretiminin yaklaşık yarısını gerçekleştiren AB mobilya sektörü 66,7 milyar avro değerinde üretim hacmine sahiptir. %26'lık payı ile İtalya en büyük üretici konumuyla, dünya mobilya tasarım lideri ve AB'deki %24'lük payı ile de en büyük ihracatçısı olmuştur. Üretimde diğer önemli ülkeler; %25'lik payı ile Almanya, %12 ile Fransa, %11 ile İngiltere, %8 ile İspanya, %3 ile Danimarka, %3 ile Avusturya ve %2 ile Hollanda şeklinde sıralanmıştır. AB mobilya sanayisi son derece uzmanlaşmış olup, pek çok alt sektörden oluşmuştur. Mobilya aksam ve parçaları ile döşenmiş/kaplanmış mobilyalar ise en büyük iki üretim grubudur. AB ülkeleri aynı zamanda ahşap mobilya transit ticaretinde de önemli bir konuma sahiptir [16].

AB ülkelerinden İtalya, 2003'de 9,5 milyar dolarlık ihracatıyla, dünya mobilya ihracatının %14'lük kısmını tek başına gerçekleştirmiştir. İtalya'da büyük çoğunluğu küçük ve orta ölçekli olan 37 000 mobilya imalatçısı bulunmakta ve sektör 200 binden fazla kişiye istihdam imkanı sağlamaktadır. İtalyan ürünlerinin dünyada tercih edilmesinin nedeni tarz, tasarım, teknoloji, uygun fiyat ve etkin servis olarak sıralanmaktadır [16].

Çin, 2003 yılında tüm diğer alanlarda olduğu gibi mobilya ihracatında da son yıllardaki çıkışı ile İtalya'dan sonra ikinci sırayı almıştır. Çin'in 2003'deki ihracatı 7,3 milyar dolar olup dünya mobilya ihracatının %11'lik dilimini oluşturmaktadır. 2003 yılı mobilya ihracatında söz sahibi diğer ülkeler ve payları sırasıyla şöyledir: Almanya %9, Kanada %7, Polonya %5, Meksika %5 ve ABD %5 [16].

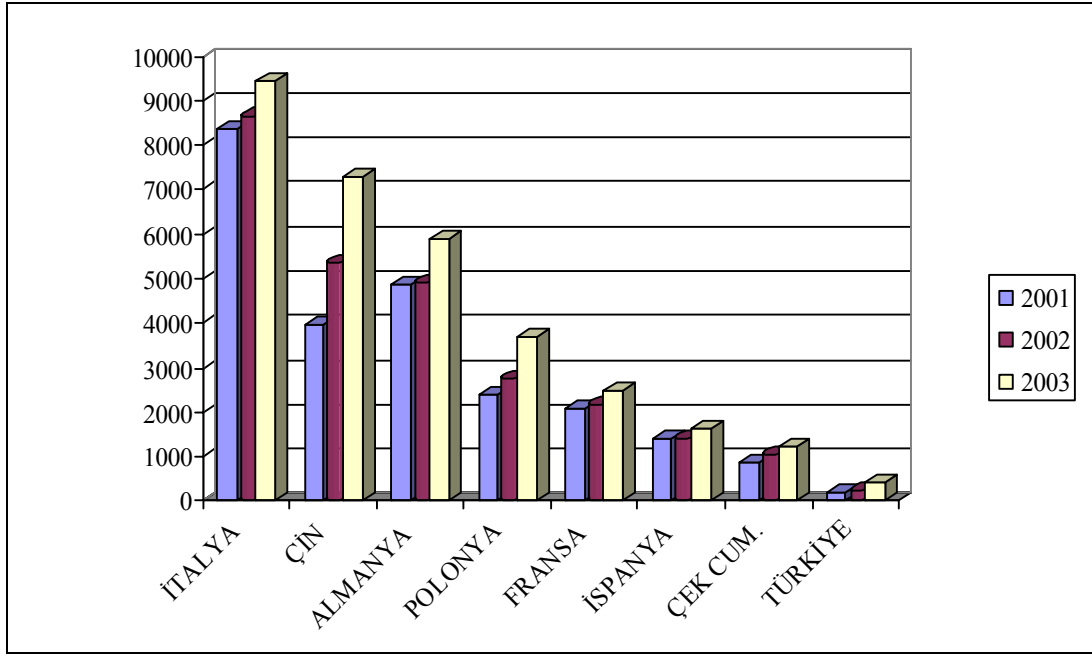
2004 yılı verilerine bakıldığında ise Çin'in dünya mobilya ihracatında 17 milyar dolar ve %16'lık oranla ilk sırayı aldığı görülmektedir. 2004 yılında dünya mobilya ihracatında en büyük pay Çin'in olmuştur. Ancak, AB ülkeleri de hala büyük ölçüde

söz sahibidir. Birçok AB ülkesinde mobilya imalatı temel bir sanayidir ve dünyada rekabetçi bir konuma sahiptir [16].

Türkiye, dünya mobilya ticaretinde küçük bir paya sahiptir. 2003'te dünya mobilya ihracatındaki payı %0,60, 2004'de ise %0,80 gibi düşük seviyelerde gerçekleşmiştir [19]. 2005 yılında Türkiye'nin mobilya ihracatını dünya genelinde %0,9'a çıkardığı görülmektedir [1]. Sektörün dünya ihracatındaki payı her geçen gün artmakla beraber dünya geneline göre henüz istenilen düzeyde değildir. Gümrük Birliği anlaşması ile bütün gümrük vergilerinin sıfırlandığı AB pazarına bakıldığında ise Türkiye'nin mobilya ihracatını (Çizelge 2.2) 2002-2003 arasında 260 milyon dolardan, 405 milyon dolara (%56) artırdığı görülmektedir [3].

Çizelge 2.2. Dünya mobilya (GTİP: 9401-9403) ihracatında önde gelen ülkeler ve ihracat değerleri (milyon ABD doları) [16]

Ülke Adı	2001	2002	2003	Ülke Payları 2003 %	Değişim 2002-2003 %
İtalya	8 347	8 656	9 445	14	+9
Çin	3 958	5 359	7 296	11	+36
Almanya	4 851	4 914	5 904	9	+20
Kanada	4 622	4 658	4 829	7	+4
Polonya	2 388	2 742	3 680	5	+34
Meksika	3 167	3 254	3 597	5	+11
ABD	4 088	3 649	3 445	5	-6
Fransa	2 101	2 178	2 480	4	+14
Danimarka	1 721	1 837	2 154	3	+17
Belçika	1 459	1 495	1 655	2	+11
İspanya	1 424	1 416	1 648	2	+16
Malezya	1 352	1 458	1 587	2	+9
Endonezya	1 417	1 506	1 561	2	+4
Avusturya	1 102	1 170	1 462	2	+25
İngiltere	1 330	1 226	1 360	2	+11
İsveç	1 094	1 152	1 349	2	+17
Çek Cum.	885	1 050	1 233	2	+17
Tayvan	1 258	1 144	1 140	2	-0
Tayland	831	0	1 001	1	
Diğerleri	7 840	8 842	10 223	15	+16
Türkiye	181	260	405	0,60	+56
Toplam	55 236	57 706	67 049	100	+16



Şekil 2.2. Bazı ülkelerin yıllara göre mobilya ihracatı (milyon ABD doları) [16]

Şekil 2.2. de görüldüğü gibi Türkiye'nin mobilya ihracatı, kendisinden daha küçük ülkelere bile oldukça azdır. 2003 yılında 43 milyon nüfuslu İspanya'nın mobilya ihracatı Türkiye'nin 4 katı, 10 milyon nüfuslu Çek Cumhuriyeti'nin mobilya ihracatı ise 3 katı olarak gerçekleşmiştir. Nüfus üretim gücünün direk belirleyicisi değildir fakat Türkiye'nin mobilya üretiminin ve ihracatının da var olan potansiyelinin çok altında olduğu görülmektedir.

2.4.3. Dünya mobilya ithalatı

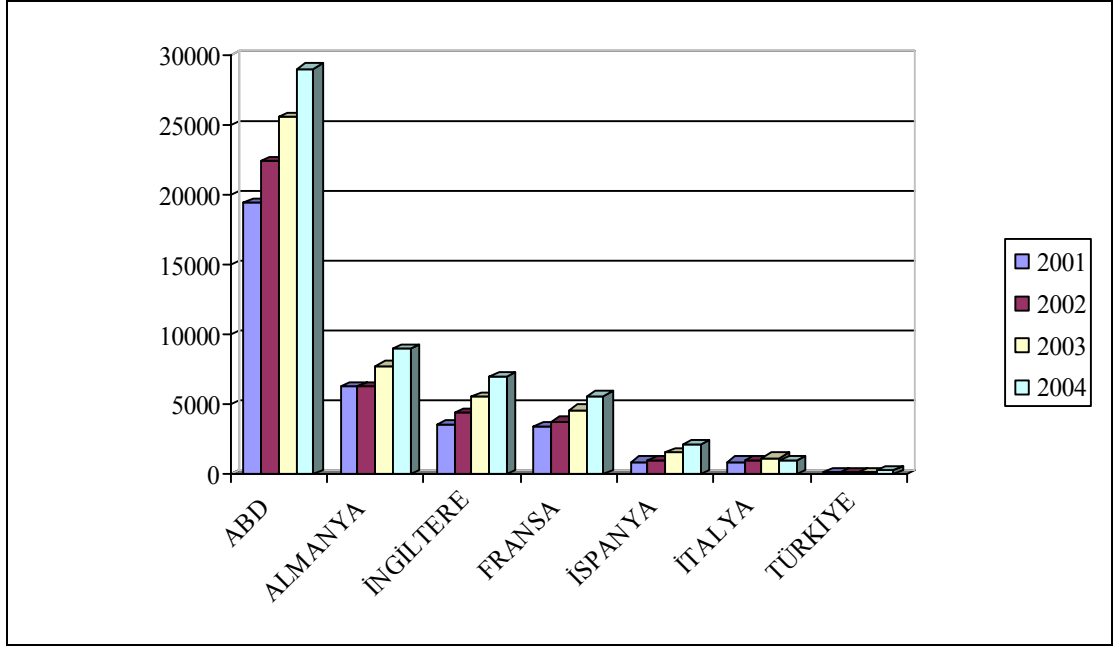
Dünya mobilya ithalatı yıllar itibarıyla artış göstermiş olup, 2001'de 58,8 milyar dolardan 2003'de 74,7 milyar dolara yükselmiştir. İthalatta en büyük pay, ihracatta olduğu gibi AB'ye aittir [16].

Dünya'nın en büyük mobilya ithalatçısı konumundaki ülke ise ABD'dir 1992 yılı hariç 1993'ten itibaren en büyük ithalatçı konumunu sürdürmüştür ABD 2004'te, 29 milyar dolar ile tek başına (Çizelge 2.3), dünya mobilya ithalatının %33'lük kısmını gerçekleştirmiştir [16].

ABD'den sonra en büyük ithalatçı ülke Almanya'dır. 2004'de 9,03 milyar dolarlık ithalatı ile toplam dünya mobilya ithalatının %11'lik kısmını gerçekleştirmiştir [16]. Almanya 2004 yılında AB'nin toplam mobilya ithalatının da %27'sini gerçekleştirmiştir [3]. Diğer önemli ithalatçı ülkeler ise İngiltere, Fransa, Japonya ve Kanada'dır.

Çizelge 2.3. Dünya mobilya (GTİP: 9401-9403) ithalatında önde gelen ülkeler ve ithalat değerleri (milyon ABD doları) [16]

Ülke Adı	2001	2002	2003	2004	Ülke Payları 2004 %	2003-2004 Değişim %
ABD	19 393	22 420	25 552	29 095	33	+14
Almanya	6 236	6 227	7 783	9 031	11	+16
İngiltere	3 560	4 409	5 529	6 975	9	+26
Fransa	3 462	3 762	4 622	5 616	8	+21
Japonya	3 104	3 077	3 407	3 748	4	+10
Kanada	2 817	2 915	3 166	3 903	4	+23
Belçika	1 836	1 852	2 199	2 518	3	+14
Hollanda	1 677	1 696	1 935	2 209	3	+14
İsviçre	1 446	1 518	1 768	1 362	2	-29
İspanya	929	1 028	1 551	2 115	3	+36
Avusturya	1 393	1 307	1 541	1 051	2	-46
İsveç	843	989	1 240	1 236	2	-0
İtalya	920	985	1 207	938	1	-28
Meksika	1 153	1 085	1 083	1 098	2	+1
Hong Kong	1 159	1 187	1 047	1 176	2	+12
Diğerleri	8 913	9 598	11 076	10 848	11	-2
Türkiye	112	123	164	254,3	0,26	+34
Toplam	58 843	64 055	74 706	82 919	100	+10



Şekil 2.3. Bazı ülkelerin yıllara göre mobilya ithalatı (milyon ABD doları) [16]

Dünyanın en büyük mobilya pazarları içinde AB ülkeleri önemli bir yer tutmaktadır. Çizelge 2.3’de görüldüğü gibi en çok mobilya ithalatı yapan 10 ülke arasında 7 AB ülkesi bulunmaktadır.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Verilerin Toplanması

Araştırmanın amacı doğrultusunda, ana ve alt başlıklar oluşturulmuş ve bu başlıkların içerikleri belirlenmiştir.

Belirlenen içeriğe göre, konu ile ilgili yerli ve yabancı kuruluşlar tespit edilmiş, bu kuruluşların kütüphanelerinde ve internet adreslerinde kaynak taraması yapılmıştır. Konu ile ilgili, faydalı olacağı düşünülen; kitap, dergi, broşür, rapor vb. toplanmış ve incelemeye alınmıştır. Kaynak taraması sırasında Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM), İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME) ziyaret edilen belli başlı kurumlardır. Bu kurumlarda ayrıca yetkililerle de görüşülmüştür.

Türkiye mobilya sanayisinin genel yapısı, Türkiye’de ve AB’de tasarım, Türkiye’nin dış ticareti, dünya ve AB mobilya sektörleri gibi konularda yapılan akademik araştırmalar ve tezler incelenmiştir. Bununla birlikte, resmi, gayri resmi yazılı, ve sözel basından da bilgi toplanmıştır.

Araştırma için gerekli olduğu düşünülen bilgilere yazılı kaynaklar aracılığıyla ulaşamadığı durumlarda çeşitli kurumların konuyla ilgili birimlerinin yardımlarına başvurulmuş ve kaynak ihtiyacının bu şekilde giderilmesi yoluna gidilmiştir.

Güncel ve henüz yayımlanmamış bilgilere ulaşabilmek için, yazılı kaynaklardan temin edilemeyen bilgilere internet yoluyla ulaşılmaya çalışılmıştır.

Kaynaklardan konularla direkt ilgisi olmayanlar çıkarılmış, daha önceden belirlenmemiş fakat araştırmaya katkısı olacağı düşünülen verilere göre içerik zaman zaman yeniden belirlenmiştir.

3.2. Örnekleme

Araştırma sırasında, ilk önce Türkiye mobilya sanayisi ve uluslararası ticaret verilerine ulaşabilmek için Türkiye İstatistik Kurumu ziyaret edilmiştir.

İkinci olarak AB mobilya sanayi ve ithalat, ihracat verilerini temin etmek amacıyla Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın AB masası ile İthalat, İhracat kısımlarında yetkililerle görüşülmüştür.

Devlet Planlama Teşkilatı yetkilileriyle yapılan görüşmelerde ve kütüphanelerinde yapılan incelemelerde konu ile ilgili yeterli bilgi kaynağının olmadığı tespit edilmiştir.

İhracatı Geliştirme Merkezi'ne (İGEME) gidilmiş ve ilk önce kütüphanesinde ön araştırma yapılmıştır. Özellikle kütüphane görevlilerinin içten yardımlarıyla çalışma sırasında faydasının fazlasıyla görüldüğü kaynaklara ulaşılmıştır. İGEME'de benzer konular hakkında Uzmanlık Tezi hazırlamış olan sayın Barış Yeniçeri ile görüşülmüş ve çalışmanın şekillenmesine yardımcı olan fikirleri alınmıştır.

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB) yetkilileriyle görüşme yapılmış, mobilya sektörü ile ilgili raporlar hazırlayan OAİB'nin Ar-Ge şubesi çalışanlarından sayın Sevil Sakarya'nın bilgi ve data birikimlerinden faydalanılmıştır.

Kaynak taraması sırasında gidilen ve görüşülen bütün kurumlarda yetkililer en güncel bilgilerin internet sitelerinde mevcut olduğunu belirtmişler ve zaman zaman eksikliği hissedilen bazı bilgilere bu kurumların internet adreslerinden ulaşılmıştır.

3.3. Güvenirlilik

Bilgilere ulaşmak için öncelikle, bu bilgilerin ilk kaynağı olabilecek kurumlar ve kaynaklar taranmıştır. Kaynağından temin edilemeyen spesifik bilgilerde ise benzer konularda araştırma yapan, makale, rapor, tez veya kitap yazan kişilerin bu

eserlerinden ulaşılmaya çalışılmıştır. Konu ile ilgili internet taraması yapılmış, bu tarama sonunda ulaşılan ilgili sitelerden de yararlanılmıştır.

3.4. Verilerin Değerlendirilmesi

Veriler toplandıktan sonra tekrar incelenmiş, birbirinden bağımsız ve farklı gibi görünen veriler, bir anlam bütünlüğü içinde yer alacak şekilde düzenlenerek sıraya sokulmuştur. Bu bağlamda Spider Metodu verilerin değerlendirilmesinde kullanılmıştır. Spider Metodu [21], konunun çok boyutlu olarak irdelenmesini sentez ve analizlerin yapılmasına izin vermesi nedeniyle seçilmiştir. Bu verilerin daha açıklayıcı ve daha anlaşılabilir olması açısından, bazı durumlarda tablo haline getirilmiş ve/veya grafikleri çizilmiş, bu tablo ve grafikler yorumlanarak birbirleriyle ilişkilendirilmiştir [21].

Bu çalışmada, verilerin nitel analizi, araştırmanın hedeflerini belirlemek için eldeki verilerin incelenmesi ve sınıflandırılmasından oluşmaktadır. Nitel veriler analiz aşamasındaki problemleri gösterirken toplanan veriler değişken ve çok sayıdadır. Bu bağlamda, Rawlings'e göre, nitel verileri analiz eden yöntemler genel olarak araştırmanın bir parçası şeklinde gelişme eğilimindedir. Rawlings, nitel verilerin analizinde tek bir doğru yöntemin olmadığını ileri sürmektedir. O'na göre araştırmacılar; verilerinde ne olduğuna dikkat ederek, dış sınıflandırmaların etkisini engelleyerek ve yöntemlerinin kabul edilebilirliğini sağlayarak araştırmalarının seyri içerisinde kendi yöntemlerini geliştirirler. Sonuç olarak araştırmanın amacı, incelenen konunun en doğru çerçevesini oluşturmaktır ve nitel araştırmadaki bu çerçeve, herhangi bir metot kullanılarak elde edilen sonuçtan çok, çalışma sırasında karşılaşılan verilerin bir sonucudur [21].

İnceleme sırasında farklı kaynakların aynı konudaki verileri karşılaştırılmış, aralarında tutarsızlık olup olmadığına bakılmış, tutarsızlık olduğu durumlarda kaynakların resmi olanlarına itibar edilmiş veya her ikisi de elenmiştir.

Kaynaklarda mümkün oldukça en güncel bilgiler aranmış ve bulunmuştur. Tez yazımı sırasında kaynak taraması devam etmiş ve daha güncel bilgilere ulaşıldıkça eskileriyle değiştirilmiştir.

Kaynaklarda geçen miktar ve para birimleri olduğu gibi alınmıştır. Para birimlerinin değiştirilmemesindeki en büyük etken paritelerdeki değişkenliklerdir.

Veriler işlenip ortaya çıkan sonuçlara göre sektörün sorunları belirlenmeye çalışılmış ve Türkiye mobilya sanayisinin, AB mobilya pazarında; gerek AB mobilya sanayisi gerekse dünyanın diğer büyük mobilya üretici ve ihracatçılarıyla rekabet edebilmesi için, üretimi ve ihracatı artırmaya yönelik çözüm önerileri sunulmuştur.

4. KARŞILAŞTIRMALI BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Türkiye ve AB Mobilya Sektörlerinin Karşılaştırılması

4.1.1. Hammadde

Mobilyalar, her ne kadar çok değişik türde malzemelerden üretilse de, mobilya sanayisi, orman ürünlerinin ana malzemesi odun ve kompozit malzeme; yonga levha, liflevha, kaplama, kontrplak gibi yarı mamul ürünlere bağımlıdır. Bu nedenle mobilya sanayisinin gelişimi için, ormanlar sektör için önemlidir. Her imalat sektörü için olduğu kadar mobilya sanayisi için de hammaddelerin temin kolaylığı, iç kaynakları ve fiyatları oldukça önemlidir. Bu bağlamda ülkelerin orman alanlarının bolluğu, o ülkenin mobilya imalat sanayisi için büyük bir avantaj sağlamaktadır.

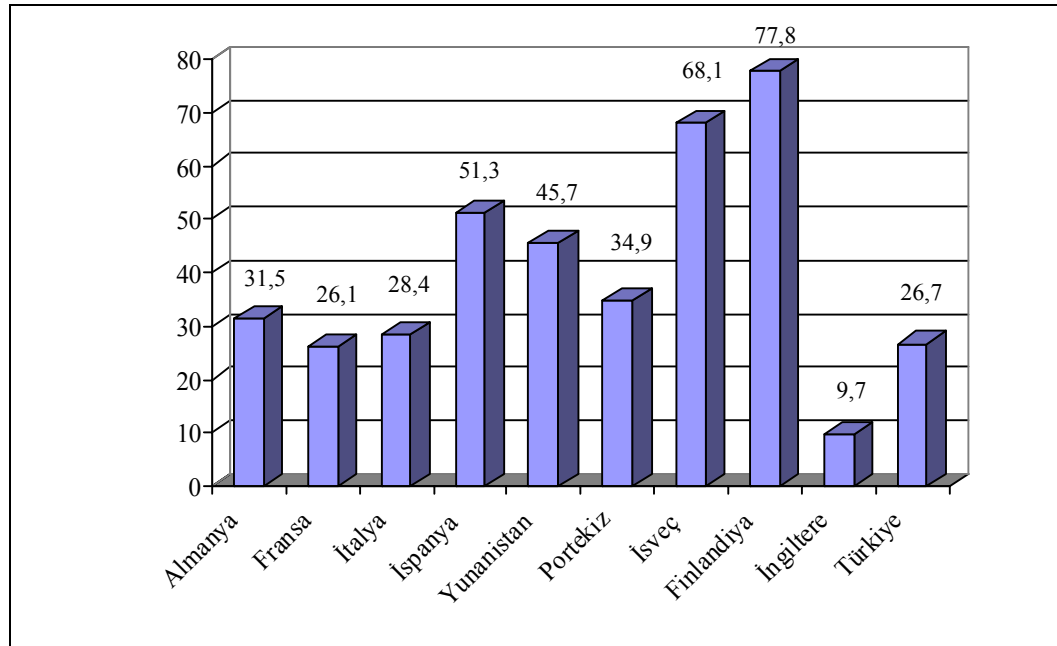
Ülke alanının 77 900 000 hektar olduğu Türkiye’de toplam orman alanı 20 763 000 hektardır (Çizelge 4.1). Başka bir anlatımla toplam orman alanının ülke alanına oranı %26,7’dir. Verimli orman alanının ülke alanına oranı ise 10 028 000 hektar ile %12,9 olduğu görülmektedir [22].

Toplam alanının 550 400 000 hektar olduğu AB-25’te ise toplam orman alanı 194 953 000 hektardır. Bu ise toplam AB alanının %35,4’üne karşılık gelmektedir. AB’deki verimli orman alanı ise 149 305 000 hektardır. Bu da toplam AB alanının %27,1’idir [22].

Verimli orman alanlarının toplam orman alanlarına oranı ise Türkiye’de %48 iken AB’de %76,6’dır [22]. Sanayinin asıl ilgilendiği kısım da verimli orman olarak tanımlanan orman alanlarıdır. Verimli orman alanlarının azlığı, Türkiye’de ormancılık konusunda yeterli çalışmaların yapılmadığının en ciddi göstergesidir.

Çizelge 4.1. Türkiye ve AB’de toplam orman alanı ve verimli ormanlar [22]

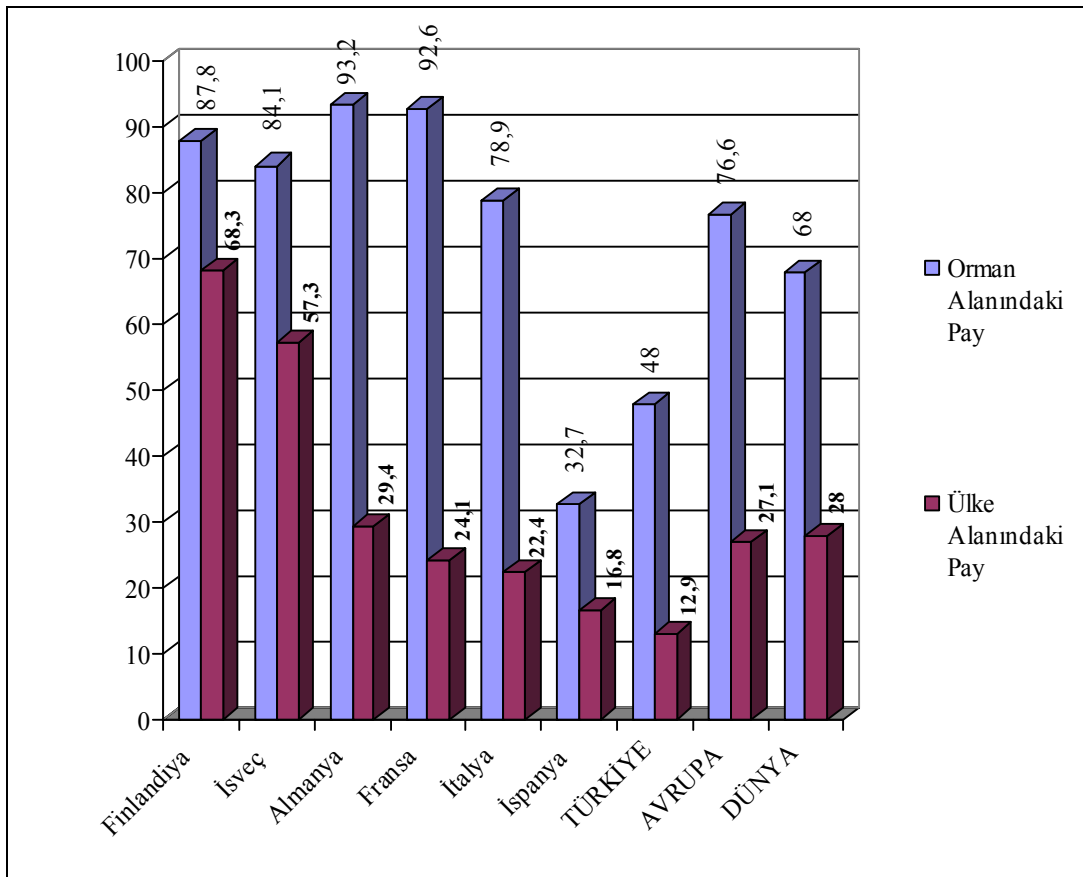
Ülke/ Bölge	Toplam Ülke Alanı	Toplam Orman Alanı	Verimli Orman Alanı	T. Orman/ Ülke Alanı Oranı	Verimli Ormanlar		
					Ülke Alanına Oranı	Toplam Orman Alanına Oranı	Kişi Başına
	Bin Hektar	Bin Hektar	Bin Hektar	%	%	%	Hektar
Almanya	35 702	11 255	10 490	31,5	29,4	93,2	0,13
Fransa	54 300	14 155	13 110	26,1	24,1	92,6	0,23
İtalya	30 100	8 550	6 750	28,4	22,4	78,9	0,12
İspanya	49 900	25 622	8 388	51,3	16,8	32,7	0,22
Yunanistan	13 199	6 032	2 512	45,7	19,0	41,6	0,25
Portekiz	8 892	3 102	2 755	34,9	31,0	88,8	0,26
İsveç	41 100	28 000	23 558	68,1	57,3	84,1	2,77
Finlandiya	33 800	26 300	23 100	77,8	68,3	87,8	4,53
İngiltere	24 408	2 380	2 207	9,7	9,0	92,7	0,04
AVRUPA	550 400	194 953	149 305	35,4	27,1	76,6	0,26
DÜNYA	12 936 000	5 300 000	3 604 000	40,9	28,0	68,0	0,64
Türkiye	77 900	20 763	10 028	26,7	12,9	48,0	0,15



Şekil 4.1. Türkiye ve AB’de toplam orman alanının ülke alanına oranı [22]

Çizelge 4.1 incelendiğinde, Türkiye'nin bütün AB ülkeleri arasında sadece İngiltere ve Fransa'dan daha fazla oranda ormanlık alana sahip olduğu görülmektedir. Ancak Fransa'da verimli orman alanlarının toplam orman alanlarına oranı %92,6, İngiltere'de ise 92,7'dir.

Şekil 4.2'de AB ve Türkiye'deki verimli ormanların toplam orman alanlarına ve ülke alanlarına oranlarını yüzde cinsinden verilmiştir.



Şekil 4.2. Türkiye ve AB'de verimli orman alanlarının ülke alanına ve toplam orman alanına oranı [22]

Şekil 4.2'ye göre, Türkiye verimli orman alanları açısından AB ortalamasının oldukça altındadır. AB' de verimli ormanların toplam orman alanlarına oranı ortalama %76,6 gibi Türkiye'nin %48 olan oranının 1,6 katıdır.

4.1.2. Mobilya sanayilerinde yapılanma

Toplam imalat sanayisi içinde %3'lük bir paya sahip olan mobilya imalatı, Türkiye'nin önemli imalat dallarından birisidir [1]. Türkiye'de mobilya imalat sanayisinin büyük bir bölümü KOBİ'lerden oluşmaktadır. Sektördeki %65'e vardığı düşünülen kayıt dışılık nedeniyle sektörün tam bir envanteri çıkarılamamaktadır [19]. Sektörde; garanti belgesi, fatura gibi denetimler yeterince yapılamamakta ve atıl yatırım, kapasite kullanımı, ölçeksel imalat miktarları tam olarak belirlenememektedir [1, 19].

AB mobilya imalat sanayisi de Türkiye'deki gibi büyük ölçüde KOBİ'lerden oluşmaktadır. TÜİK 2003 yılı İş Yeri Sayımı verilerine göre Türkiye mobilya imalat sanayisinde işletme başına düşen işçi sayısı 3,2 iken bu oran AB-25 ortalamasında 8,4'tür [3]. Çizelge 4.2'de AB ülkelerinde işletme ve çalışan sayıları verilmiştir.

Çizelge 4.2. AB mobilya sektörlerinde işletme başına çalışan sayısı [3]

Ülke Adı	İşletme Sayısı	Çalışan Sayısı	İşletme Başına Çalışan Sayısı (%)
Almanya	5 000	105 420	21
İtalya	29 780	178 320	5,9
Fransa	7 500	64 740	8,6
İspanya	12 750	102 960	8
İngiltere	6 300	90 000	14
Hollanda	3 100	19 500	6,3
İsveç	2 770	16 380	5,9
Toplam Seçilmiş AB Ülkeleri	67 200	577 320	8,6
Toplam AB-15	80 184	668 580	8,3
10 Yeni AB Ülkesi	20 844	179 205	8,6
Toplam AB-25	101 028	847 785	8,4
Türkiye	29 346	92 567	3,2

Türkiye’de, KOBİ tanımı kurumlara göre değişiklik göstermektedir. KOSGEB 1-50 arası çalışanı olan işletmeleri küçük, 51-150 arası çalışanı olan işletmeleri de orta büyüklükte işletme kabul etmekteyken Hazine Müsteşarlığı 10 ve daha az çalışanı olan işletmeleri mikro işletmeler olarak tanımlamaktadır. Halk Bankası en fazla 250 çalışanı olan, Eximbank ve Dış Ticaret Müsteşarlığı en fazla 200 çalışanı olan işletmeleri KOBİ olarak kabul etmekte ve KOBİ’ler arasında mikro, küçük ve orta büyüklükte işletme olarak ayırım yapmamaktadırlar [23]. Türkiye’de KOBİ tanımlamalarında, kurumların baz aldıkları kıstaslar Çizelge 4.3’te görülmektedir.

Çizelge 4.3. Türkiye’de kurumlara göre KOBİ tanımı [23]

İlgili Kurum	En Fazla Çalışan Sayısı			En Az Sabit Yatırım	Diğer Kriterler
	Mikro	Küçük	Orta		
KOSGEB	-	50	150		İmalat Sanayi
Hazine Müsteşarlığı	10	50	150	950 bin YTL	Büyük İşletmelere Ait Sermaye Miktarı %25’i Geçmeyecek
Halk Bankası	250			600 bin YTL	Üretim ve Onarım Faaliyetlerinde bulunanlar
Eximbank	200			2 milyon \$	İmalat Sanayi
Dış Ticaret Müsteşarlığı	200			2 milyon \$	İmalat Sanayi

AB’de ise 1 Ocak 2005 yılından geçerli olmak üzere tek bir KOBİ tanımlaması ve sınıflandırması vardır (Çizelge 4.4). Bu tanımlamaya göre; 250 kişiden daha az eleman istihdam eden işletmeler KOBİ sayılmaktadır. İstihdam sayısı 250’den az olanlar orta, 50’den az olanlar küçük ve 10’dan az olanlarsa mikro işletmedir. AB’de KOBİ tanımında işletmelerin yıllık ciroları Türkiye’dekinden farklılık göstermektedir. AB’de bir işletmenin mikro ölçekli kabul edilebilmesi için, çalışan sayısının yanı sıra, işletmelerin yıllık cirosunun da 2 milyon avronun altında olması gerekmektedir. Küçük ölçekli İşletmelerde 10 milyon, orta ölçekli İşletmelerde de 50 milyon avroluk en fazla ciro şartı aranmaktadır [23].

Çizelge 4.4. AB’de 1 Ocak 2005’ten itibaren geçerli KOBİ tanımı [23]

AB’de KOBİ Tanımı (2005'ten itibaren geçerli)			
İşletme Ölçeği	En Fazla Çalışan Sayısı	En fazla Ciro veya Bilanço Toplamı	Bağımsızlık
Orta	250	50milyon € / 43 milyon €	Başka firma hissesi %25'i geçmeyecek
Küçük	50	10milyon € / 10milyon €	
Mikro	10	2milyon € / 2 milyon €	

Çizelge 4.4’e göre AB, KOBİ’lerde başka firmaların hisselerinin %25’i geçmeme şartını aramaktadır.

Türkiye mobilya sanayisinde işletmeler çoğunlukla aile şirketleridir. İşletmelerde, profesyonel yönetici ve uzman çalıştırma oranı son derece düşüktür. İşletmelerin gerek muhasebe gerekse girdi, çıktı ve satış kayıtları sağlıklı tutulamadığından mevcut durumları tam anlamıyla anlaşılamamakta, ileriye yönelik planlar yapılamamaktadır [1].

Türkiye’de mobilya sanayisi, pazarın yoğunlaştığı ve/veya orman ürünlerinin yoğun olduğu belirli bölgelerde toplanmıştır. Önemli mobilya üretim bölgeleri toplam üretimdeki paylarına göre; İstanbul, Ankara, Bursa (İnegöl), Kayseri, İzmir ve Adana olarak sıralanmaktadır [16]. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) kapasite raporları verilerine göre, firmaların istihdam ettikleri eleman sayısı baz alındığında Türkiye genelindeki başlıca mobilya firmalarının illere göre dağılımı Çizelge 4.5’te görülmektedir:

Çizelge 4.5. Ahşap mobilya sektöründe firmaların şehirlere dağılımı [16]
(PS: personelsayısı)

Şehirler	100<=PS<=249	250<=PS
İstanbul	6	
Ankara	7	1
Bursa	3	2
Kayseri	9	5
İzmir	3	1
Adana	1	
Eskişehir		1
Kocaeli	1	
Sakarya	1	
Antalya	1	
Yozgat	1	
Çanakkale	1	
Bolu		2
Tekirdağ	2	
Kırklareli	1	
Mardin	1	
Toplam	38	12

Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2003 yılı İş Yeri Sayımı verilerine göre ISIC-REV.3 No:3611-3614 numaralı alanlarda tanımlanan mobilya grubu ürünlerde hem işyeri hem de istihdam düzeyi itibari ile İstanbul önde gelmektedir. İstihdam düzeyi sıralamasında İstanbul'u sırası ile Ankara, Bursa, Kayseri ve İzmir takip etmektedir; İstanbul'da mobilya sektörü muhtelif yerlere dağılmış olmakla beraber en önemli iki merkez İkitelli Organize Sanayi bölgesindeki 778 mağaza ile Masko ve 350 mağazası ile küçük sanayi sitesi Modoko'dur. İstanbul mobilya sektörü işletme başına ortalama 3,7 kişilik istihdam düzeyi ile 3,2 kişi/işletme olan Türkiye ortalamasının, üzerinde bir istihdam yapısına sahiptir [16].

Ankara, mobilya üretiminde her zaman için önemli bir merkez olmuştur. TÜİK verilerine göre istihdam düzeyi ve işletme sayısı itibari ile İstanbul'un ardından gelmektedir. Ankara'da mobilya sektörü Siteler semtiyle anılmaktadır. Siteler 1960'lı

yıllarda Marangozlar Odasının önderliğinde kurulmuş olup, bugün 5.000 dönüm arazi üzerinde faaliyet gösteren büyük bir organize sanayi bölgesidir. Bölge küçük ve orta ölçekli mobilya üretimi yapan birçok işletmeyi barındırmaktadır. Sitelerdeki kayıtlı firma sayısının 10 000'i aştığı sanılmaktadır. Ancak bu işletmeler emek yoğun işletmeler olup, büyük ölçekli üretim yapan firma sayısı azdır. TÜİK istatistiklerine göre işletme başına düşen 2,7 kişilik istihdamı ile Ankara, sektörde Türkiye ortalamasının altında eleman çalıştırmaktadır [1, 16].

Büyük ormanlık alanlara sahip olan ve bunun sonucu olarak orman sanayisinin hızlı bir gelişme gösterdiği Bursa-İnegöl Bölgesi de gelişme dinamiği yüksek bir bölgedir. Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunmasının getirdiği ticari hareketliliği ve hammadde kaynaklarına yakın olmasının avantajını iyi değerlendiren İnegöl önemli bir mobilya merkezidir. Bursa-İnegöl mobilya sektörü istihdam düzeyi itibarı ile Ankara'dan sonra gelmektedir. Ancak sektörde yapılan ihracatın bölgelere dağılımında Kayseri ve İstanbul'un ardından üçüncü sıradadır. Bölgenin ihracatta yakaladığı bu başarı, Bursa-İnegöl'ün mobilyada önemli bir uluslararası merkez olma yolunda olduğunu göstermektedir [16, 19].

Kayseri'de mobilya sektörünün yükselişi kanepeler, koltuk ve yataklarla başlamıştır. Teknolojik gelişmeler ve yeni yatırımlarla bugün mobilyanın her dalında üretim yapan firmaları ile Kayseri, Türkiye'nin önemli bir mobilya merkezi haline gelmiştir. TOBB verileri ve DTM'nin ihracat değerlerine göre şehir sektörün en büyüklerini içerisinde barındırmaktadır [16].

Kayseri Marangozlar Mobilyacılar ve Döşemeciler Odası verilerine göre ise sektörde faaliyet gösteren firma sayısı 3 500'ü bulmaktadır. TÜİK verilerine göre, firma başına düşen 11,5 kişilik istihdam düzeyi ile, bölgede Türkiye ortalamasının çok üzerinde bir orana eleman istihdam edilmektedir. Firma başına düşen eleman sayısının yüksekliği de göstermektedir ki şehir büyük ölçekli, fabrikasyon tarzda üretim yapan, mega firmaların yoğunlaştığı bir bölgedir. Türkiye'nin ev ve ofis mobilyası ihracatının %33,2'sini tek başına yapan Kayseri Türkiye'nin en önemli mobilya üretim ve ihracat merkezi durumundadır [16].

İzmir bölgesi TÜİK verilerinde istihdam düzeyine göre Kayserinin ardından 5. sırada gelmektedir. Karabağlar ve Kısıkköy mobilya şehri sektörün yoğunlaştığı mekanlar olup, şehir sahip olunan liman, ulaşım kolaylığı, ile de ihracatta önemli atılımlar içerisindedir. Firma başına düşen çalışan sayısı açısından 2,66 kişi ile Türkiye ortalamasının altında istihdam düzeyine sahip olan bölgede daha çok küçük firmalar bulunmaktadır.

TÜİK 2003 Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı sonuçlarına göre sektörde faaliyet gösteren resmi kayıtlı işletme sayısı 29 346 olup istihdam edilen kişi sayısı ise 92 567'dir. Sektörde sigortasız çalışan eleman sayısı hesaba katıldığında gerçek istihdamın bunun çok üzerinde olduğu söylenebilir. Ürünlerin perakende satışının da yapıldığı işletme sayısı 32 382 olup bu alanda istihdam edilen kişi sayısı 67 319'dur. İmalat ve perakende satışta çalışanların sayısı birlikte değerlendirdiğinde doğrudan istihdam edilen eleman 159 886'dır. Ancak 2006 yılı MOSDER verilerine göre sadece 14 firmanın istihdam sayısı 16 214'dür. Buna göre, Türkiye genelinde mevcut istihdamın çok daha yukarılarda olması beklenir [1].

Türkiye mobilya üretim sanayisindeki (300 ve üzeri işçi çalıştıran kuruluşlar dikkate alınarak) önemli kuruluşların istihdam sayıları, yerleşim yerleri ve kuruluş yılları Çizelge 4.6’da verilmiştir [1].

Çizelge 4.6. Türkiye mobilya üretim sektöründe önemli kuruluşlar [1]

Sıra No:	Kuruluş Adı	Yer	Yabancı Sermaye Payı(%)	İşçi Sayısı	Kuruluş Tarihi
	Özel Sektör Kuruluşları				
1	İstikbal	Kayseri	-	4 000	1992
2	Bellona	Kayseri	-	4 000	1995
3	Yataş	Kayseri	50	1 350	1987
4	Tepe Mobilya	Ankara	-	1 224	1993
5	Kilim	Kayseri	-	1 200	1977
6	İpek Mobilya	Kayseri	-	753	1991
7	Doğtaş Mobilya	Çanakkale	-	600	1987
8	Kelebek	Düzce	-	550	1935
9	Alfemo	İzmir		550	1989
10	İdaş	İstanbul	-	500	1960
11	Konfor	İzmir	-	475	2003
12	Çilek	Bursa	-	474	1995
13	Koleksiyon	Tekirdağ	-	318	1971
14	Seray	Ankara	-	300	1950
Toplam				16 294	

Avrupa mobilya sanayisinde, 2004’de yapılan değerlendirmelerde 101 028 işletme mevcut olup, yaklaşık işgücü potansiyeli 847 785 kişidir. Türkiye, 32 382 işletmesi ve 67 319 kişilik istihdamı ile 25 AB ülkesinin, işletme sayısında %30, istihdamda %7,94’üne karşılık gelmektedir. Ancak, AB’de 20 kişiden az işçi çalıştıran 100 000 işletme bulunmaktadır. Avrupa genelinde küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin dağılımı ülkelere göre değişim göstermektedir. İtalya 178 bin kişilik istihdam rakamıyla ilk sırada yer alırken, Almanya 100 bin kişilik istihdam ile ikinci sırada bulunmaktadır. Ancak Almanya’nın üretim kapasitesi İtalya’dan yüksektir. Bunun nedeni Almanya’da İtalya’ya göre mega işletmelerin daha fazla olmasıdır [3].

4.1.3. Üretim

Türkiye mobilya sanayisi genelde, geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu bir görünüme sahiptir [16, 19].

Yeniçeri'ye göre sektörde fabrikasyon üretim yapan firmaların sayısı her geçen gün artmaktadır. Mobilya ve orman ürünlerinde, sektörde önemli bir yer tutmamakla beraber, faaliyet gösteren yabancı sermayeli firma sayısı 34'tür. Yabancı sermayenin, mutfak mobilyası başta olmak üzere, önümüzdeki dönemde daha da artacağı düşünülmektedir [16].

Türkiye mobilya sanayisinin uygun çalışma ortamı bulamaması önemli bir sorundur. Şehir içlerinde oldukça düzensiz, dağınık ve olumsuz fiziksel ortamlarda imalat yapan firmalar bu anlamda büyük sıkıntı içindedir [24].

Türkiye'de mobilya imalatı 2003 yılında bir önceki yıla göre %30 oranında azalarak (Çizelge 4.7) 939 milyon dolara gerilemişken, 2005 yılında %41,4 oranında artarak rekor kırmıştır [19, 25].

Çizelge 4.7. Türkiye'de mobilya üretimi (milyon ABD doları) [19, 25]

2001	2002	2003	2004	2005
1 066	1 225	939	904	1 278

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ağaç Ürünleri Ve Mobilya Özel İhtisas Komisyon Raporuna göre [1];

“Üretim miktarı ölçümlerinde net resmi bir rakam olmamakla birlikte üretici firma sayısı, üretim miktarları, satış fiyatları, ihracat rakamları ile birlikte değerlendirildiğinde ve inşaat sektörünün büyüklüyle sektördeki kayıt dışılık dikkate alındığında Türkiye mobilya sektörü üretiminin 6 milyar doları aştığı düşünülmektedir. Türkiye imalat sanayisinde 2005 yılı rakamlarıyla %8’lik büyüme ile en hızlı büyümeyi gerçekleştiren sektörlerden birisi olmuştur.”

AB'deki mobilya sanayisi ise, Fransa, İspanya, İtalya ve İngiltere'de bir çok küçük ölçekli aile şirketleri ve Hollanda ve Almanya'da büyük boyutlu girişimlerle uzun bir geleneğe sahiptir.

2004 yılında 80 000 AB-15 mobilya üreticisinin cirosu, %75'i ahşap mobilya olmak üzere 63 984 milyon avro olarak hesaplanmıştır. İhracatın düşmesi, Doğu Avrupa'daki AB üreticileri ve Asya'daki üreticilerin üretiminin artması ve ithalatın artması nedeniyle geçtiğimiz birkaç yıl içerisinde AB'nin üretimi düşmüştür. 2003-2004 arasında İtalya ve Hollanda haricinde AB ülkelerinde üretim %1,5 gibi çok küçük bir miktar da olsa artmıştır. Mobilya üretimi Hollanda ve İtalya'da ise 2003-2004 arasında 2 013 milyon avrodan, 1 972 milyon avroya, %2 oranında gerilemiştir. 2003'te cirosu 100 milyon avro'dan fazla olan 50 mobilya firması vardı. Fransız *Parisot* ve Alman *Fchieder* ve *Welle* gibi çok az çoklu üretim girişimcilerinin dışında, bu firmaların çoğunluğu bir yada iki mobilya tipi üretiminde uzmanlaşmıştır. Almanya çoğunlukla mutfak mobilyası üretirken, İtalya, İngiltere, Danimarka ve Belçika büyük döşenmiş mobilya üretim merkezlerine sahiptirler. Başta Alman ve İtalyan üreticiler olmak üzere pek çok AB mobilya üreticisi, üretimlerini Polonya ve Baltık ülkeleri de dahil olmak üzere Doğu Avrupa Ülkeleri'ne taşımışlardır [3].

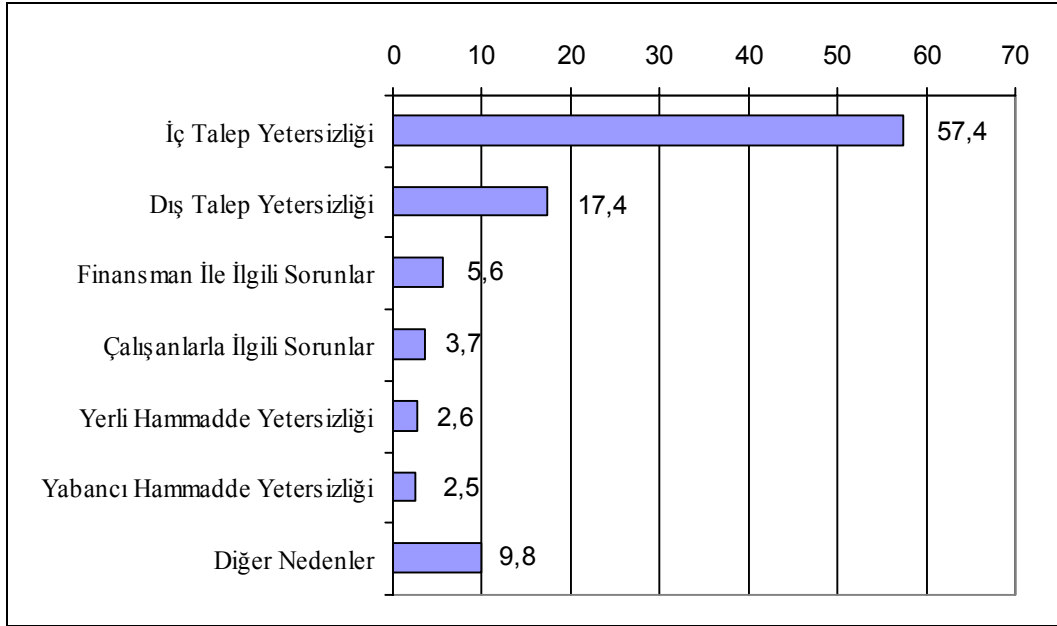
Türkiye mobilya sanayisinde kapasite kullanım oranı 2001-2005 yılları arasında %21 oranında artmıştır (Çizelge 4.8) ancak sektör çeşitli sebeplerle tam kapasite ile çalışmamaktadır.

Çizelge 4.8. Mobilya sanayisi ortalama kapasite kullanım oranları (%) [1, 19]

Yıllar	2001	2002	2003	2004	2005
Üretim Değeri Ağırlıklı	73,5	78,8	77,6	86,9	88,9

Kapasite kullanımının artırılmamasındaki en önemli etken iç pazardaki talep daralmasıdır. 2004 yılı ilk iki çeyreği itibariyle sektörün tam kapasite ile çalışmama

nedenlerinin %57,4'ü iç talep, %17,4'ü de dış talep yetersizliğinden kaynaklanmıştır. Talep yetersizliğini %5,6 oranıyla finansman, %3,7 ile çalışanlarla ilgili sorunlar %2,6 ile yerli ve %2,5 ile yabancı ham madde yetersizliği ve %9,8 oranında da diğer nedenlerizlemektedir [16].



Şekil 4.3. Türkiye mobilyasanayisinin tam kapasite çalışamamanedenleri (%)

1980'lerdeki özelleştirmenin ardından, AB mobilya firmalarında, Alman ve İtalyan mobilya üreticilerinin liderliğinde üretimi Polonya veya Baltık ülkeleri dahil olmak üzere diğer Doğu Avrupa ülkelerine taşımak yönünde yeni bir eğilim olmuştur. Katılımcı ülkelerin mobilya üretim cirosu 2002-2003 arasında 6 644 milyon avro'dan 7 362 milyon avro'ya yükselmiş ve hala artmaya devam etmiştir. Polonya bu cironun %45'ini almış ve onu Çek Cumhuriyeti (%21), Slovenya (%10), Slovakya (%9) ve Macaristan (%5) izlemiştir. Genelde, döşenmiş mobilya ve mutfak mobilyası, üretimin ana maddelerini oluşturmuş ve bunu ahşap oturma odası, yatak odası mobilyaları ve diğer mobilyalar izlemiştir [3].

AB ülkelerinde mobilya üretim miktarları Çizelge 4.9’da verilmiştir.

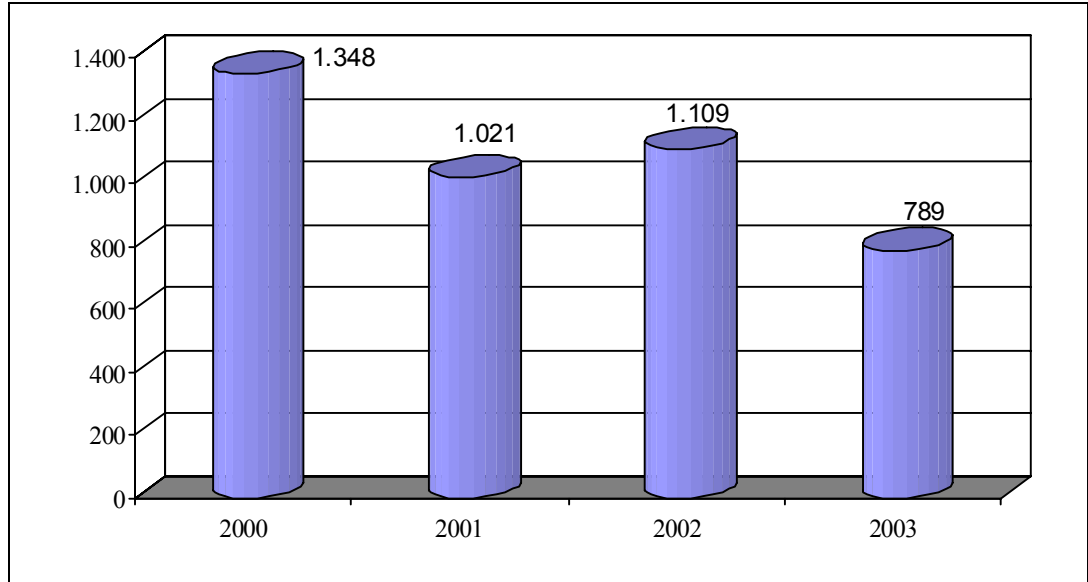
Çizelge 4.9. AB ülkelerinde 2002-2003 mobilya üretimi [3]

Ülkeler	İşletme Sayısı	2003 Milyon \$	2002 Milyon \$	Değişim 2002-2003 %	Çalışanlar
İtalya	35 487	17 862	18 594	-4,1	231 763
Almanya	1 339	16 704	17 104	-2,4	147 684
Fransa	18 084	8 703	9 269	-6,1	96 332
İspanya	12 282	7 650	7 758	-1,3	134 043
Birleşik Krallık	8 156	6 924	6 994	-1,0	34 463
Hollanda	682	2 023	2 188	-7,5	29 035
Danimarka	Veri yok	2 105	2 074	1,5	Veri yok
Avusturya	Veri yok	1 926	1 926	-0,5	Veri yok
Belçika-Lüks.	Veri yok	1 812	1 833	-1,1	Veri yok
İsveç	Veri yok	1 966	1 582	0,1	Veri yok
Yunanistan	Veri yok	792	768	3,0	Veri yok
Portekiz	Veri yok	971	962	1,0	Veri yok
Finlandiya	Veri yok	954	943	1.2	Veri yok
İrlanda	Veri yok	392	382	2.5	Veri yok
Toplam AB	76 030	70 783	72 377	-2,3	673 320

AB’deki üretim rakamları, sektör yapısı itibariyle çoğunluğu Türkiye’deki gibi küçük işletmelerden oluşan İtalya, Fransa ve İspanya mobilya sektörleri AB’nin en fazla üretim yapan sektörleridir. Küçük işletmelerin büyük hacimlerde üretim yapabilmesi için çok sistemli, kontrollü ve yeni teknolojileri uygulamaları önem arz etmektedir.

4.1.4. Tüketim

Türkiye’deki mobilya tüketimi 2000-2003 arasında %58 oranında azalmıştır (Şekil 4.4). Bu ilginç bir durumdur çünkü Türkiye’de hızlı bir konutlaşma vardır ve nüfus artış hızı her ne kadar yavaşlamış olsa da, hala AB’ye göre oldukça yüksektir [19]. Bu konutlaşma daha uzun süre devam edecektir. Haliyle mobilya tüketiminin de paralel olarak artması gerekmektedir. İkame malı bulunmadığından, mobilya sektörü diğer mal ve sektörlerden etkilenmemektedir [16].

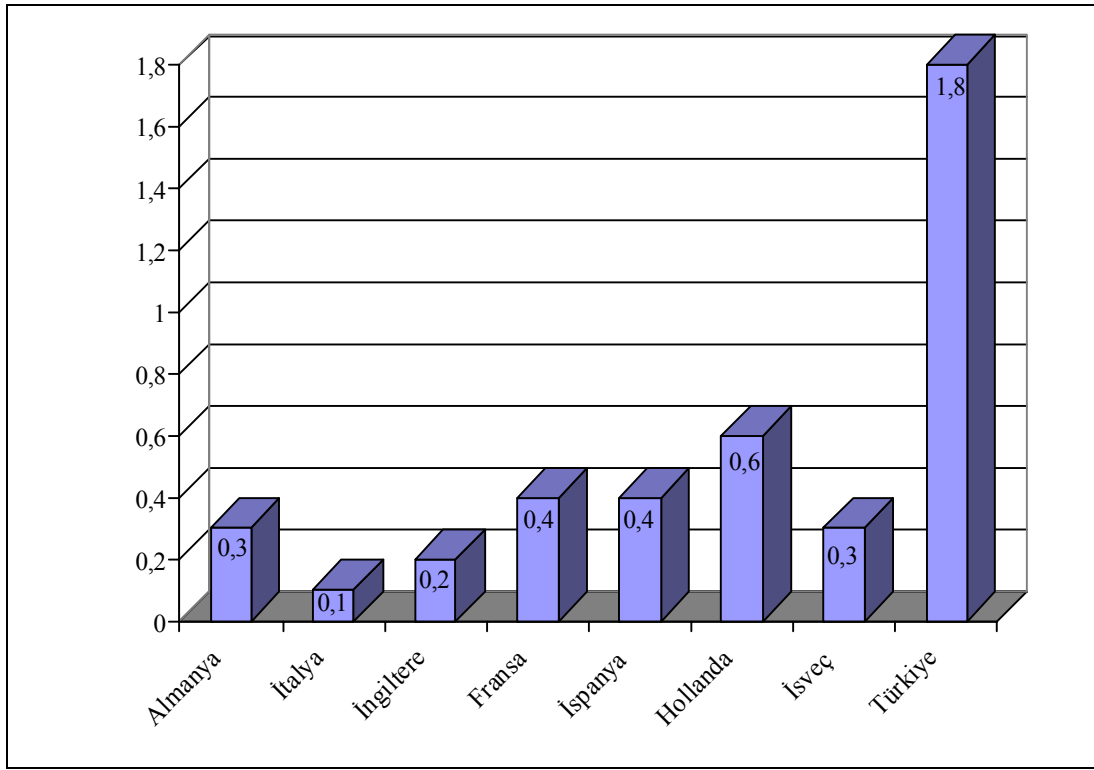


Şekil 4.4. Türkiye mobilyatüketimi(milyon ABD doları) [19]

Bankaların konut edinme kredisi faiz oranlarını düşürmeleri konut talebini ve haliyle üretimini oldukça hızlandırmıştır. Önümüzdeki günlerde ‘Tutulu Satış’ (Mortgage) sisteminin devreye girmesiyle bu ivmenin artması beklenmektedir. Bu hızlı konutlaşmanın ise mobilya talebini aynı ivmeyle artırması beklenebilir.

Mobilya sektöründe tüketimi doğrudan etkileyen bir başka faktör ise nüfustur. Belirli yörelerdeki nüfus artışı, nüfus yoğunluğu, nüfus hareketleri ve nüfusun demografik yapısı o yörenin mobilyacılık faaliyetlerini, dolayısıyla tüketim eğilimini doğrudan etkilemektedir [26].

Türkiye'nin nüfus artış hızı son yıllarda azalsa da, artış devam etmektedir (Şekil 4.5). Kayacıklı ve Emil'e göre, nüfusa tam bağılı olmaksızın oluşan üretim alanları da mevcuttur ancak tüketim söz konusu olduğunda nüfus unsuru en ön plana çıkmaktadır. Nüfusun tüketim eğilimleri hem fiyat yapısından, hem yurtiçi ve yurtdışı stil ve modağa bağılı olarak oluşan akımlardan (örneğin son yıllarda fonksiyonel ve renkli türde mobilya tüketim eğilimi artmaktadır) hem de gelir seviyelerindeki değişimlerden etkilenmektedir [26].



Şekil 4.5. Seçilmiş AB ülkeleri ve Türkiye’de 1990-2003 arası yıllık ortalama nüfus artış hızı (%) [27]

Çizelge 4.10. Türkiye mobilya tüketimi (milyon ABD doları) [19]

Yıllar	2000	2001	2002	2003	2000-2003 Ortalaması
Tüketim (Milyon \$)	1 348	1 021	1 109	789	1 067

Türkiye'nin nüfusu 2000 yılı genel nüfus sayımına göre 67 803 927'dir [27]. 1990-2003 yılları arasındaki nüfus artış hızı ortalaması yıllık %1,8 olduğuna göre 2003 yılındaki Türkiye nüfusunun yaklaşık 71 500 000 olduğu tahmin edilebilir.

Türkiye nüfus bilgilerine göre Türkiye'de kişi başına mobilya tüketimi 2000 yılında 19,88 dolar, 2003 yılında ise 11,03 dolar olmuştur (Şekil 4.4). 2000-2003 arasındaki ortalama tüketim kişi başı 15,35 dolardır. Dolar-avro paritesinin ortalama 1,25 olduğunu varsayıldığında, Türkiye'de avro bazında kişi başı mobilya tüketimi 12,28 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam AB 15 ortalamasının 14'te biri kadardır. AB'ye yeni katılan 10 ülkenin, kişi başı mobilya tüketimi ortalaması ise 70 avro ile Türkiye'nin yaklaşık 6 katıdır.

AB'nin 2003'teki mobilya tüketimi 68 821 milyon avro olarak hesaplanmıştır. Bu ABD'den sonra dünyanın ikinci büyük pazarıdır. Ortalama AB tüketimi kişi başına 181 avro olurken, mobilyaya en çok harcamayı Almanya, Avusturya ve İskandinav halkı yapmıştır. Bu bir dereceye kadar oralardaki düşük hane halkı sayısına yorulabilir. Tam tersi olarak kişi başına harcama İspanya, Portekiz ve Fransa'da oldukça düşük olmuştur. 1990'lardaki artıştan sonra, ekonomik durgunluk, inşaat piyasasının düşmesi ve tüketici güvensizliği mobilya tüketimini olumsuz etkilemiştir. 1999-2003 arasında, AB mobilya tüketimi 69 937 milyon avro'dan 68 821 milyon avro'ya, %1,6 oranında düşmüş ve 2001'de en büyük düşüşünü göstermiştir. Tüketiciler mobilya alımlarını zamanı belli olmayan uygun ekonomik koşullara ertelemeye yönelmiş, daha küçük perakendecilerin iflaslarının ardından, yüksek stoklu perakendeciler özellikle düşük ve orta fiyatlı mobilya türlerinde fiyat rekabetine yoğunlaşmışlardır [3].

Yeni katılan 10 üyesiyle toplam 25 üye devlete sahip olan AB'de 2004 yılında mobilya tüketimi toplam 74 milyar avro olarak gerçekleşmiştir. Bu ABD'den sonra dünyadaki en büyük mobilya pazarıdır. 1990'lı yıllarda mobilya satışlarında çok az büyüme olmuş ve mobilya pazarları doymaya yüz tutmuştur. 1997'den sonra ise çoğu AB ülkesinde mobilya satışları hareketlenmeye başlamıştır. Bunun temel nedenleri, ekonomik büyümeyle tüketimin artması ve daha çok tüketicinin modern

mobilyalara ilgi duymasıdır [3]. Almanya, İtalya, İngiltere, Fransa, İspanya ve Hollanda, AB'nin en büyük mobilya tüketicileridir. 2002 yılında AB'nin toplam mobilya tüketiminin %83'ünü bu ülkeler yapmıştır. En büyük pay %25 ile Almanya'nındır. %17 ile İtalya en büyük ikinci tüketici konumunda olup, dünya çapında mobilya modasını yönlendiren ülkedir. Bu ülkeleri %14 ile İngiltere, %13 ile Fransa, %7 ile İspanya ve %6 ile Hollanda takip etmektedir [16].

Çizelge 4.11. Ülkelere göre AB 25 pazarında 2002-2004 mobilya tüketimi [3]

Ülkeler	Pazar Payı AB 25	Nüfus (milyon)	KişiBaşı Tüketim (€)	Mesken Sayısı (1 000)	Aile Birey Sayısı
Almanya	%22,6	82,4	204	39 500	2,1
İtalya	%16,6	58,1	212	26 526	2,2
BirleşikKrallık	%13,6	60,4	167	25 772	2,3
Fransa	%11,7	62,4	139	29 495	2,1
İspanya	%8,5	40,3	157	16 851	2,4
Hollanda	%4,5	16,4	203	6 977	2,4
İsveç	%2,5	9,0	203	4 370	2,0
SeçilmişAB ÜlkeleriToplamı	%80	329,0	180	149 491	2,2
AB 15 Toplamı	%92,9	383,7	180	172 438	2,2
10 Yeni AB Ülkesi	%7,1	74,6	70	26 873	2,8
AB 25 Toplamı	%100	458,3	162	199 311	2,3
Türkiye	-	71,5	12,28	15 888	4,5

15'li AB ülkelerinin 2002-2004 yıllarındaki kişi başına tüketim ortalamasının 180 avro olduğu Çizelge 5.12.'de görülmektedir. AB'ye yeni katılan 10 ülkedeki ortalama tüketim ise 70 avrodur [3]. Buna göre ülkelerin sosyo-kültürel seviyeleri geliştikçe ve refah seviyeleri arttıkça tüketimin de arttığı söylenebilir. AB'ye katıldıktan sonra bu gelişmenin daha da hızlanacağı, dolayısıyla yeni katılan 10 ülkenin AB'nin mobilya talebini artıracığı beklenebilir.

Gelir düzeyi düşük kesimin mobilya tüketiminde fiyat önemli bir etkidir. İnsanların gelir düzeyi arttıkça mobilyada kalite ve estetik arayışları da artmaktadır.

4.1.5. İhracat

Mobilya sektörü, işyeri sayısı ve yarattığı istihdam ile önemli bir sektör olmasına karşın, Türkiye ihracatı içindeki payı oldukça düşüktür. Mobilya ihracatı, 2005 yılında bir önceki yıla göre %35 (Çizelge 4.12), 1999 yılına göre ise %500 artış göstermiştir. Ürün bazında ihracat artışı en fazla sırasıyla; ahşap mobilyalar, metal ofis mobilyaları ve ahşap mutfak mobilyaları şeklindedir. Bunlara rağmen ihracat değeri, var olan potansiyelin altındadır. Mobilya sektörü, mevcut üretim potansiyeli, kapasitesi, işyeri sayısı ve yarattığı istihdam bakımından önemli olmasına rağmen ihracat rakamları, Avrupa Ülkeleriyle kıyaslandığında çok düşüktür [1].

Çizelge 4.12. Yıllara göre Türkiye'nin mobilya ihracatı (1 000 ABD doları) [1]

2002	2003	2004	2005
260 950	404 844	547 242	645 040

Türkiye'nin uluslararası rekabette her ne kadar yerli hammadde standartları, kalite, fiyat ve çeşitliliğinde sorunlar olsa da, seri üretim anlayışının yaygınlaşmasından dolayı firmaların tesislerinin genelde yeni ve teknolojik oluşu, genç ve ucuz işgücü avantajıyla mobilya ihracatında söz sahibi olması mümkündür. Bunun göstergesi olarak AB ağırlıklı olmak üzere Türkiye yakın komşularına ihracatını son yıllarda hızla artırmaktadır.

Sektörde ev ve ofis mobilyası grubunda ihracat yapan firma sayısı 4 738 olup; 1 milyon dolar ve üzeri ihracat yapan firma sayısı 74'dür [28].

Mobilya ihracatı yapan firmaların illere göre dağılımı Çizelge 4.13'te verilmiştir.

Çizelge 4.13. Mobilya ihracatı yapan firmaların illere göre dağılımı
(1 000 ABD doları) [1]

İller	Firma Sayısı	İhracat Değeri	Firma Başına İhracat	Toplam pay (%)
Kayseri	219	149 495	683	33
İstanbul	2 331	111 479	48	24
Bursa	394	65 256	166	14
Ankara	417	36 833	88	08
İzmir	340	22 613	67	05
Kocaeli	53	13 826	261	03
Diğerleri	984	245 538	61	13
Toplam	4 778	645 040	97	100

Ev ve ofis mobilyası grubunda ihracat yapan Kayseri merkezli ilk üç firma toplam ihracatın %22,4'ünü gerçekleştirmiştir. Ev ve ofis mobilyası grubunda ihracat yapan firmalar sektördeki firmalar toplamının (29 346) %16'sını oluşturmaktadır [1].

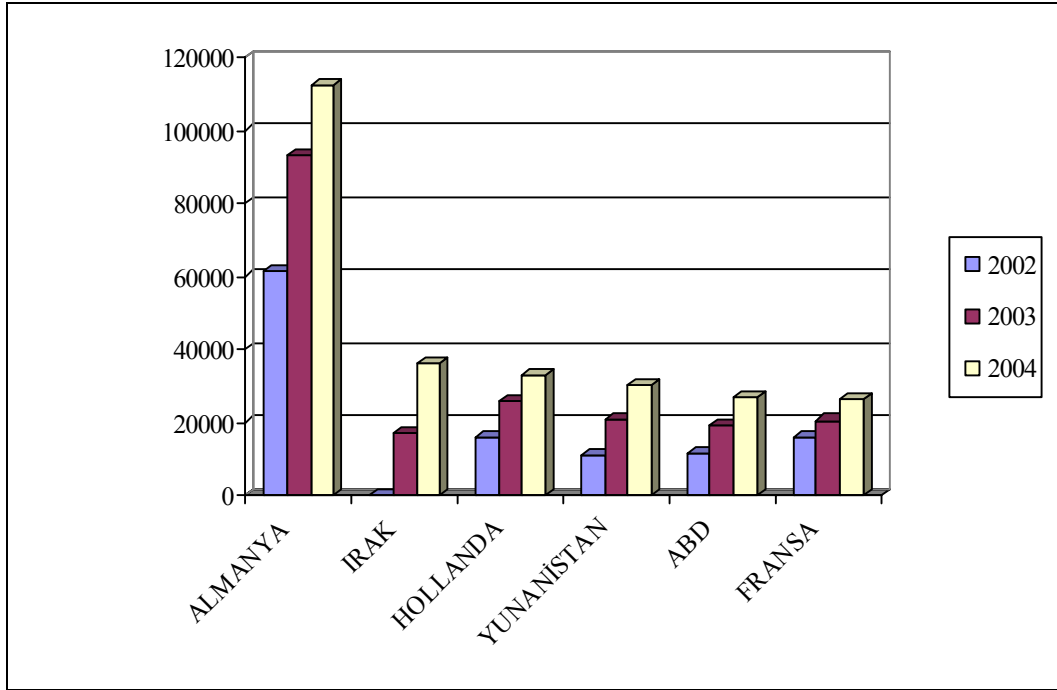
Ev ve ofis mobilyası grubunda milyon doların üzerinde ihracat yapan firmaların illere dağılımı; İstanbul 20, Kayseri 13, Bursa 16, Ankara 6, İzmir 5 ve Kocaeli 4 firma şeklindedir. Diğer 6 firma ise Adana, Aksaray, Düzce, Çanakkale, Denizli ve Sivas illerinde bulunmaktadır [1].

Firma sayıları ve ihracat değerleri karşılaştırıldığında; Kayseri'de firma başına 683 bin dolarlık ihracat rakamı ile büyük ölçekli firmalar, İstanbul'da 48 bin dolarlık ortalama ihracat rakamı ile ağırlıklı olarak küçük ölçekli firmalar öncelik almaktadır. Firma başına ihracat değeri sıralamasında Kayseri, Kocaeli ve Bursa Türkiye ortalamasının üstünde, diğer iller Türkiye ortalamasının altında ihracat gerçekleştirmektedirler [1].

170 den fazla ÷lkeye mobilya ihracatı yapılmakta olup ÷lkelere göre miktarları ve değişim oranları Çizelge 4.14’de verilmiştir.

Çizelge 4.14. Ülkelere göre Türkiye’nin mobilya ihracatı (1 000 ABD doları) [16]

	2002	2003	2004	Ülke Payları 2004 (%)	2003/2004 Değişim(%)
Almanya	61 558	92 914	112 453	21	+21
Irak	0	17 070	36 390	7	+113
Hollanda	15 988	25 682	33 009	6	+29
Yunanistan	10 731	20 560	30 356	6	+48
ABD	11 396	19 160	26 671	5	+39
Fransa	15 878	20 548	26 556	5	+29
İngiltere	9 787	15 344	25 599	5	+67
İsrail	19 593	19 846	18 149	3	- 9
İran	1 625	10 437	18 195	3	+74
Avusturya	8 647	12 016	15 817	3	+32
Romanya	3 297	5 985	12 574	2	+110
Belçika	5 699	7 734	10 664	2	+38
Rusya	4 757	6 159	10 636	2	+73
S.Arabistan	8 849	9 171	9 691	2	+ 6
İspanya	2 570	6 253	8 561	2	+37
Diğerleri	80 574	115 966	149 046	26	+29
Toplam	260 950	404 844	544 366	100	+34



Şekil 4.6. Türkiye'nin ülkelere göre mobilya ihracatı [16]

Türkiye mobilya sektörü 1980'li yıllara kadar ihracatının büyük çoğunluğunu Orta Doğu ülkelerine yaparken 1990 sonrası dönemde AB ülkeleri, Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ve Rusya Federasyonu'na yönelmiştir. Rusya Federasyonu ve Türk Cumhuriyetleri'ne gerçekleştirilen mobilya ihracatında, bu ülkelerde alınan müteahhitlik işlerine paralel olarak bir artış yaşanmıştır. Ancak 1997 yılından itibaren ekonomik krizlerle birlikte Rusya Federasyonu'na gerçekleştirilen mobilya ihracatı seviyesini yakalayamamıştır [16].

Türkiye'nin mobilya ihracatı incelendiğinde son yıllarda en büyük dış pazarın Almanya olduğu görülmektedir. Bu ülkeye 2003 yılında 44,9 milyon dolar değerinde ev mobilyası 13,4 milyon dolar değerinde de ofis mobilyası ihracatı yapılmıştır. Ev mobilyası grubunda Yunanistan, Hollanda, İsrail; ofis grubunda ise Hollanda, İngiltere, Fransa ve Irak diğer önemli pazarlardır. Yeniden yapılanma çabasında olan Irak'ın Türkiye'nin mobilya ihracatındaki pazar payının artması beklenmektedir. Sakarya'ya göre Türkiye'nin en çok ihracatı Almanya'ya yapmasındaki sebep, orada yaşayan ve bu sektörde faaliyet gösteren Türklerin bulunmasıdır [19].

170'den fazla ÷lkeye ihracat yapılmasına karşın ihracatın düşük kalmasında sektörün iç piyasaya dönük yapılanması yanında modern üretim tezgahlarının yeterince kullanılmayışı da önemli bir etkindir. Finansman sorunları, dış pazarlar konusunda bilgi eksikliği ise ihracatta karşılaşılan diğer önemli problemlerdir.

Türkiye'de mobilya üretiminde kullanılan teknoloji, artan ihracat imkanları ve ihracatçı firma sayısı ile birlikte her geçen gün gelişmekte ve dünya ile rekabet edebilmektedir. Diğer yandan zanaat geleneğinin devam ettirildiği KOBİ nitelikli firmalarımız ile de el yapımı mobilya üretimi ağırlığını/önemini korumaktadır.

Sektörde ürün tasarımının öneminin anlaşılması, marka bilincinin oluşması ve oluşturulması çabaları ile bu konulara ayrılan bütçe imkanları da artırılmaktadır. Mobilya tasarımcılarının yetiştirilmesine gereken ilginin gösterilmesi ve istihdamlarının sağlanması, sektörün gelişimi ve rekabet edebilirliği açısından büyük önem arz etmektedir.

Türkiye'nin ürünler bazında mobilya ihracatı Çizelge 4.15'te verilmiştir.

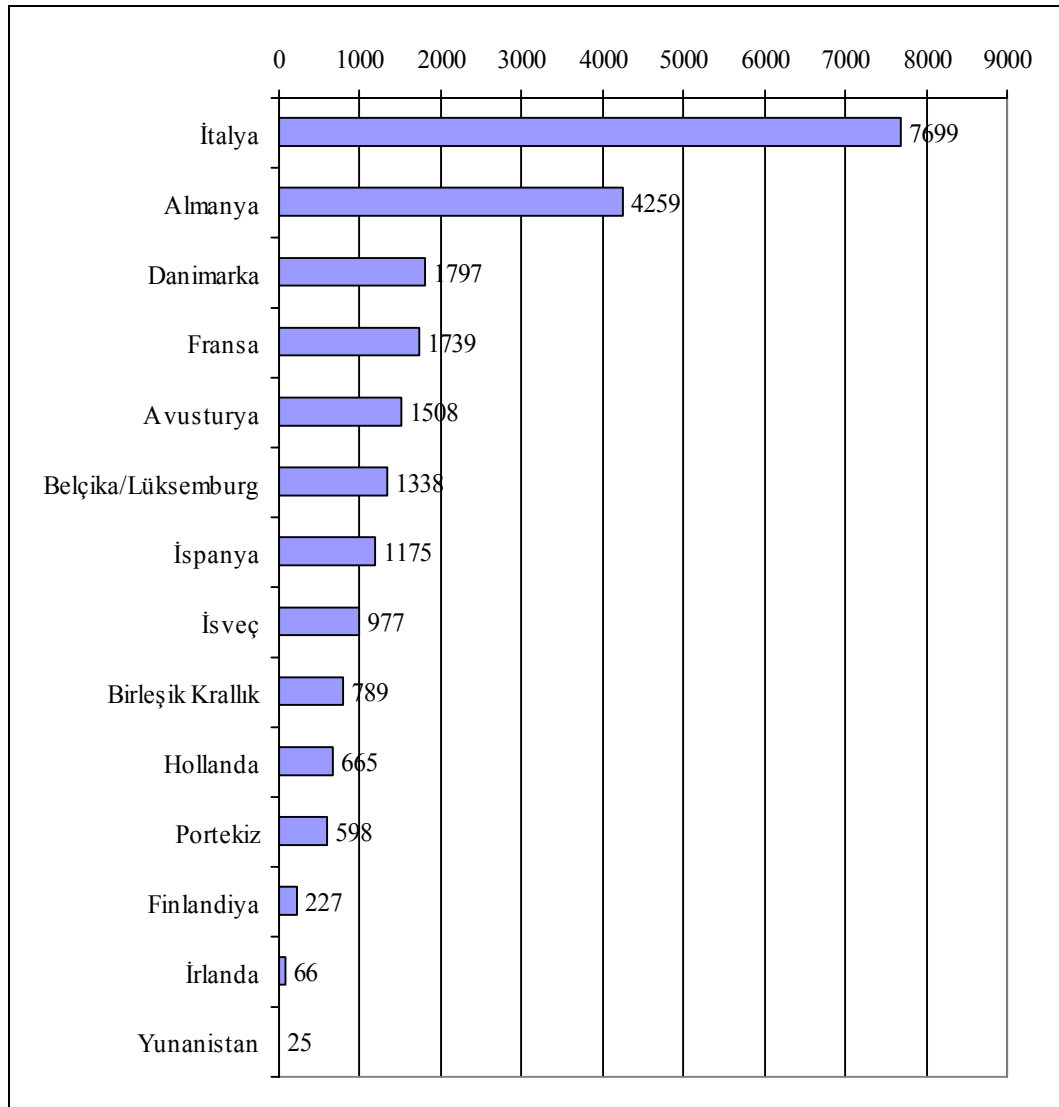
Çizelge 4.15. Türkiye'nin ürünler bazında mobilya ihracatı (1 000 ABD doları) [16]

Armonize No	Ürün Adı	2002	2003	2004	Ülke Payları 2004%
940110	Hava taşıtlarında kullanılan türden mobilyalar	144	240	295	Avusturya 15, Fransa 12, İran 10
940120	Motorlu taşıtlarda kullanılan türden oturmaya mahsus mobilyalar	43 792	62 102	82 293	Almanya 57, Avusturya 12, ABD 7
940130	Yüksekliği ayarlanabilen döner koltuklar	8 308	13 849	18 887	Irak 12, Almanya 9, İran 5
940140	Yatak haline gelebilen mobilyalar	41 748	63 206	72 625	Almanya 26, ABD 15, Yunanistan 8
940150	Kamış, sorgun ağacı bambu vb. den oturmaya mahsus mobilyalar	102	132	151	Hollanda 34, KKTC 15, Cezayir 8
940161	Ahşap iskeletli, döşenmiş oturmaya mahsus mobilyalar	12 183	19 458	24 614	Hollanda 26, İsveç 9, Yunanistan 8
940169	Ahşap iskeletli, döşenmemiş oturmaya mahsus mobilyalar	9 325	16 258	17 473	S. Arabistan 23, Yunanistan 10, Almanya 8
940171	Metal iskeletli döşenmiş oturmaya mahsus mobilyalar	898	1 440	2 071	İran 2, Ürdün 15, Fransa 7,
940179	Metal iskeletli döşenmemiş oturmaya mahsus mobilyalar	2 027	2 901	3 709	Yunanistan 12, Romanya 10, Irak 10
940180	Diğer oturmaya mahsus mobilyalar	15 970	22 809	32 307	Hollanda 17, Yunanistan 12, İran 7
940190	Oturmaya mahsus mobilya aksam ve parçaları	17 657	24 435	32 130	Almanya 24, Fransa 19, İspanya 14
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları	152 155	226 830	286 556	Almanya 28, ABD 7, Hollanda 6, Yunanistan 6
940310	Yazıhanelerde kullanılan türde metal mobilyalar	19 098	31 369	47 681	Almanya 26, Hollanda 18, İngiltere 14
940320	Diğer metal mobilyalar	11 823	22 243	30 409	Almanya 20, Irak 14, Rusya 6
940330	Yazıhanelerde kullanılan türde ağaç mobilyalar	11 281	15 938	20 210	Irak 21, Türkmenistan 6, Kazakistan 5
940340	Mutfaklarda kullanılan türde ahşap mobilyalar	3 014	3 797	5 397	Irak 12, Türkmenistan 8, Yunanistan 7
940350	Yatak odalarında kullanılan türde ahşap mobilyalar	14 976	27 317	34 972	Irak 17, Yunanistan 10, İsrail 8
940360	Diğer ahşap mobilyalar	28 499	45 190	79 479	İngiltere 12, Yunanistan 8, Irak 7
940370	Plastik maddelerden mobilyalar	5 579	9 767	12 438	Irak 13, Yunanistan 12, İsrail 8
940380	Diğer maddelerden mobilyalar	752	1 833	1 128	Almanya 24, Romanya 8, Yunanistan 8
940390	Diğer mobilyalara ait aksam ve parçalar	13 773	20 561	26 095	Almanya 20, Hollanda 10, İngiltere 5
9403	Diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları	108 795	178 014	257 810	Almanya 12, Irak 10, İngiltere 8
Toplam		260 950	404 844	544 366	Almanya 21, Irak 7, Hollanda 6, Yunanistan 6, ABD 5

2002’de AB ihracatı 23 505 milyon avro değerindeki; 5 759 bin ton ile toplam dünya mobilya ihracatının yaklaşık %40’nı oluşturmuştur. 2000-2002 arasında, en fazla 2001’den itibaren, özellikle AB içinde işlerin gerilemesi sonucunda ortaya çıkan yetersiz mobilya talebi nedeniyle AB ihracat hacmi %4 oranında düşmüştür. Büyük bir üretici olarak İtalya, AB’de en büyük mobilya ihracatçısıdır ve 2002’deki tüm AB ihracatının üçte birinden fazlasını gerçekleştirmiştir: 8 259 milyon avro değerindeki 1 785 bin ton. İtalya’yı, Almanya (AB ihracatının %18’i), Fransa (%8), Danimarka (%8) ve Belçika (%6) izlemektedir. 2000-2002 arasında, İtalya, Almanya ve İspanya gibi daha büyük ülkeler daha az mobilya ihraç etmişlerdir. Ayrıca Danimarka, Avusturya, Portekiz ve Finlandiya dışında bir çok diğer AB ülkesi yeniden gözden geçirme sürecinde daha az mobilya ihraç etmişlerdir [3].

2002’de AB’nin toplam ihracatının yaklaşık %63’ü (14 890 milyon avro), diğer AB ülkelerine gitmiştir. AB içerisinde AB ihracatının en büyük varış merkezi toplam AB ihracatının %14’üne tekabül eden 3 353 milyon avro ile Almanya olmuş, onu sırasıyla Fransa (2 269 milyon avro, %11), İngiltere (2 238 milyon avro, %10), Hollanda (1 579 milyon avro, %7), Belçika (1 097 milyon avro, %5), İspanya (860 milyon avro, %4), Avusturya (743 milyon avro, %3), İsveç (%2) ve İtalya (%2) izlemiştir [2]. AB dışı İhracatı ise; ABD’ye (2 369 milyon avro, %10), İsviçre’ye (1 076 milyon avro, % 5), Rusya’ya (487 milyon avro, %2), Norveç’e (483 milyon avro, %2) ve Japonya’ya (349 milyon avro, %2) yapılmıştır [3].

Hacimsel olarak, 2000-2002 arasında diğer AB ülkelerinin çoğuna yapılan ihracat, 4 094 bin tondan 3 853 bin tona düşerek %6 oranında gerilemiştir. Ayrıca, AB dışı varış noktalarına (Rusya ve Orta Doğu ülkeleri) ihracat durgunlaşmıştır. AB’deki ihracatın kötüye gitmesinden dolayı Doğu Avrupa, Amerika, Çin ve Malezya’ya güçlü ihracat yapılarak bu durum telafi edilmiştir [3].



Şekil 4.7. AB ülkelerinin 2003 yılı mobilya ihracatı (milyon avro) [3]

AB, dünyada en fazla ihracat yapan on ülke arasında İtalya, Almaya, Fransa ve Danimarka ile yer alarak başı çekmektedir. 2003’de AB mobilya ihracatlarının %35’i diğer AB pazarlarına gitmiş ve örneğin Belçika, İngiltere ve Hollanda’dan genellikle yüksek hacimli ihracatlar tekrarlanmıştır. AB ülkelerinin yanı sıra önemli ihracat merkezleri Amerika, İsviçre, Rusya, Norveç, Japonya, Polonya, Macaristan, Çek Cumhuriyeti ve diğer Doğu Avrupa ülkeleri olmuştur. 2003 yılında AB dünya mobilya ihracatının %40’ının gerçekleştirmiştir. Burada belirtilmesi gerekir ki, Almanya ve İtalya son üretim için mobilya parçalarını yada yarı mamulleri Doğu Avrupa ülkelerine daha fazla ihraç etmektedirler [3].

İtalya 2003 yılında, 7 699 milyon avroluk ihracatıyla (Çizelge 4.16), AB'nin en fazla ihracat yapan ülkesi olmuştur. Bu miktar toplan AB ihracatının %34'üdür. İtalya'nın mobilya ihracatında en önemli ürün grubunu %29 ile döşenmiş koltuklar ve kanepeler oluşturmaktadır. Diğer önemli mobilya ihraç kalemleri ise; %20 ile diğer mobilyalar olarak adlandırılan tanımlanmamış mobilyalar, %18 ile mobilya aksam ve parçaları ve %9 ile yemek odası-salon mobilyalarıdır [3].

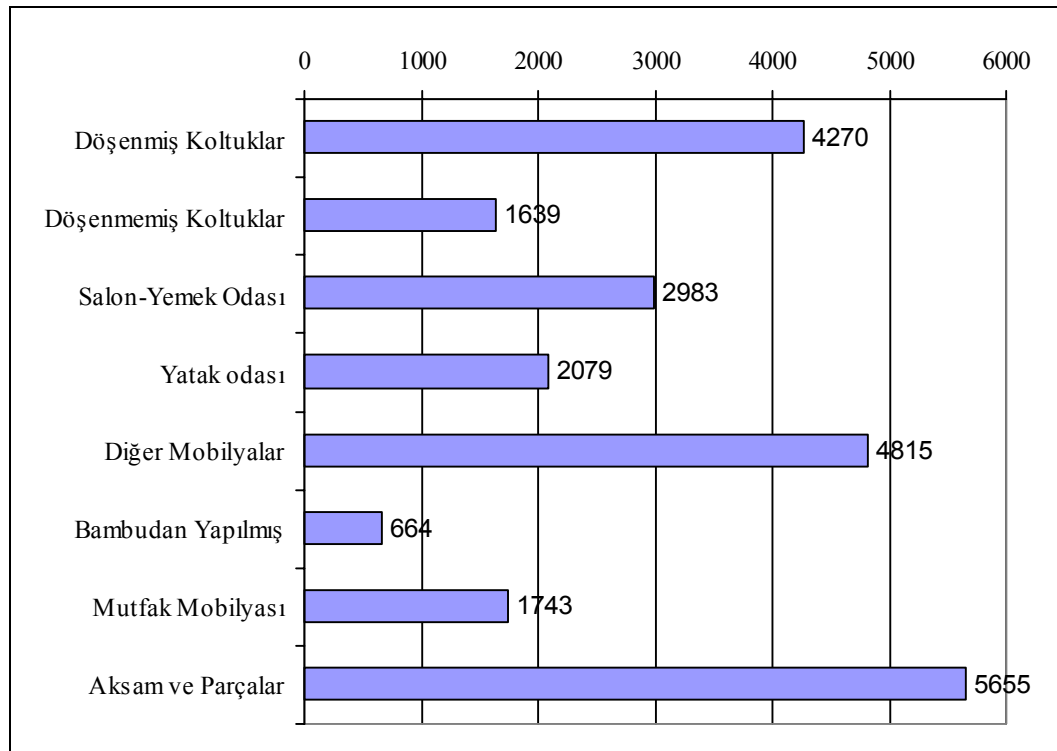
İtalya'ya en yakın miktarda ihracat yapan ülke ise 4 259 milyon avro ile Almanya olmuştur. Almanya 2003'te toplam AB mobilya ihracatının %19'unu gerçekleştirmiştir. Sektörel yapısı büyük ölçüde KOBİ'lerden oluşan İtalya'nın, büyük ölçekli firmalarıyla imalat yapan Almanya'yı geride bırakmış olması, İtalya'da mobilyacılık sektöründe teknoloji kullanımının yaygınlığını ve iyi bir örgütlenme yapısı içinde olduğunu göstermektedir.

Çizelge 4.16. AB ülkelerininmobilyaihracatı [3]

Ülkeler	2001		2002		2003	
	1 000 €	Ton	1 000 €	Ton	1 000 €	Ton
İtalya	8 516 607	1 875 232	8 393 622	1 819 813	7 699 477	1 732 117
Almanya	4 412 543	1 124 862	4 504 885	1 140 332	4 258 757	1 112 066
Fransa	1 883 907	467 362	1 825 251	424 018	1 738 521	417 018
Danimarka	1 64 1541	528 782	1 770 847	609 185	1 797 181	590 349
Belçika	1 459 215	375 805	1 436 648	366 224	1 332 718	360 031
Avusturya	1 294 644	216 530	1 385 828	229 802	1 507 517	275 643
İspanya	1 362 703	364 789	1 282 185	322 732	1 175 144	319 979
İsveç	973 812	458 315	994 018	442 698	976 857	448 624
Birleşik Krallık	97 6248	192 423	901 901	180 446	789 322	181 361
Hollanda	659 116	182 661	702 463	176 382	665 293	174 862
Portekiz	395 613	67 536	451 511	70 426	597 824	89 781
Finlandiya	210 956	58 518	225 359	67 403	226 586	75 282
İrlanda	82 374	20 232	78 239	18 528	65 559	15 251
Yunanistan	22 258	6 844	21 199	7 343	24 965	7 493
Lüksemburg	13 738	2 507	6 272	948	5 026	879
Toplam	23 905 274	5 942 398	23 980 229	5 876 278	22 860 747	5 800 733

Çizelge 4.17. AB'nin seçilmiş ürün gruplarına göre mobilya ihracatı [3]

Yıllar	2001		2002		2003	
Ürün Grupları	1 000 €	Ton	1 000 €	Ton	1 000 €	Ton
Döşenmiş Koltuklar	4 270 969	477 577	4 237 776	455 462	4 016 601	466 409
Döşenmemiş Koltuklar	1 639 811	355 204	1 664 511	335 115	1 559 465	327 396
Salon-Yemek Odası Mobilyaları	2 983 679	868 877	2 920 968	823 451	2 739 476	830 969
Yatak odası	2 079 330	846 719	2 071 176	859 560	1 937 031	821 130
Diğer Mobilyalar	4 815 041	1 349 526	4 819 494	1 374 835	4 308 414	1 247 513
Bambudan İmal Mobilyalar	664 046	116 319	610 800	101 615	511 377	88 303
Mutfak Mobilyası	1 743 175	467 484	1 812 032	490 148	1 744 557	505 710
Mobilya Aksam ve Parçaları	5 655 223	1 490 692	5 843 472	1 436 091	6 043 826	1 513 304
Toplam	23 905 274	5 924 398	23 980 229	5 876 278	22 860 747	5 800 733



Şekil 4.8. AB'nin ürün gruplarına göre mobilya ihracatı (milyon avro) [3]

4.1.6. İthalat

Türkiye’de 1986 yılında, mobilya ithalatının daha fazla serbestleştirilmesi ve daha sonra 1996 yılında AB ile Gümrük Birliği’ne girilmesi ile mobilya ithalatında artış görülmüştür. 1994’te mobilya ithalatı 38 milyon dolar civarında gerçekleşirken bir sonraki yıl %79,1’lik bir artışla 68 milyon dolar civarında gerçekleşmiştir. İthalattaki bu hızlı yükseliş daha sonraki yıllarda da devam etmiş olup, 2001 yılında yaşanan krizin etkisiyle mobilya ithalatı bir önceki yıla göre azalarak 112 milyon dolara düşmüştür. 2001 sonrası gelişen/düzelen ekonomik veriler ile birlikte sektör ithalatı tekrar artış eğilimine girmiştir. 2003 yılı ev ve ofis mobilyası ithalatı bir önceki yıla göre sırasıyla %32 ve %21 oranında artarak toplamda 147,7 milyon dolara ulaşmıştır (Çizelge 4.18). 2004 yılında, Türkiye’nin ev ve ofis mobilyası ithalatı ortalama olarak %72 oranında artarak 254 338 milyon dolara çıkmıştır. 2005 yılındaki artış ise %34 oranında gerçekleşmiştir [1].

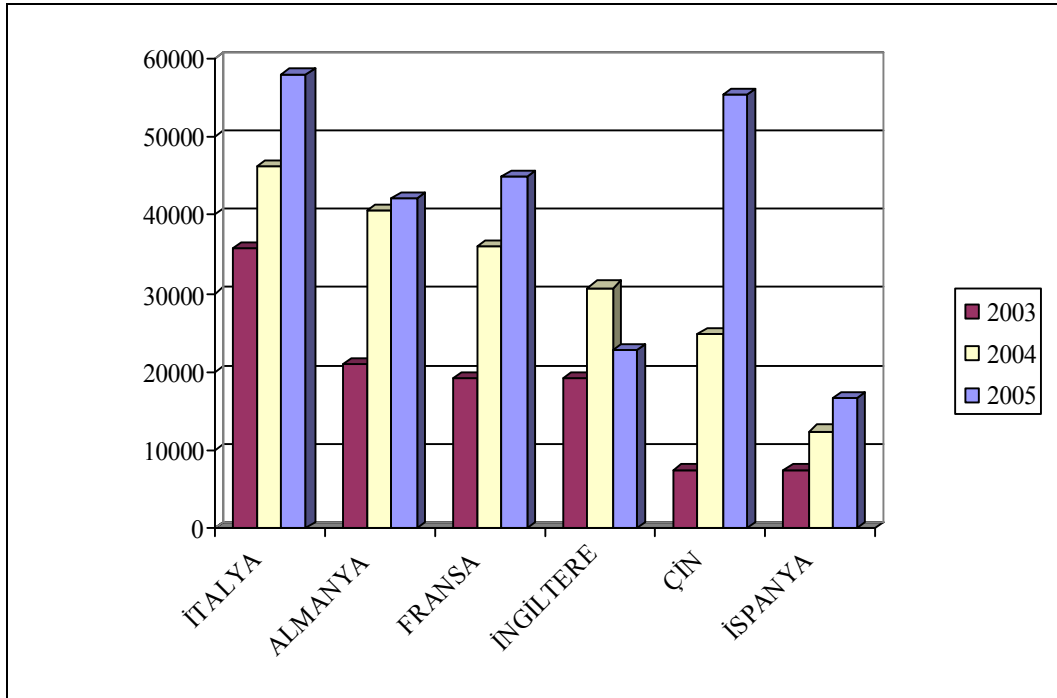
Çizelge 4.18. Yıllara göre Türkiye’nin mobilya ithalatı (1 000 ABD doları) [3]

2002	2003	2004	2005
112 426	147 761	254 338	341 596

Türkiye’nin 2005 yılında mobilya ithalatı yaptığı ülkelerin başında 35,8 milyon dolar ile İtalya gelmektedir. İtalya’nın mobilya ithalatındaki payı %17’dir (Çizelge 4.19). 2005 yılında da dünyanın en büyük üreticileri ve ihracatçıları arasında olan İtalya’nın Türk pazarında kabul görmesi, Türkiye’de de kaliteli ve gösterişli mobilya tüketebilecek geniş bir kesimin varlığını ortaya koymaktadır. Türkiye’nin 2005 yılı itibariyle ev ve ofis mobilyası ithalatı yaptığı başlıca ülkeler arasında ise Almanya, İngiltere, Fransa, İspanya, Çin ve ABD yer almaktadır [19].

Çizelge 4.19. Ülkelere göre Türkiye'nin mobilya ithalatı (1 000 ABD doları) [1]

Ülkeler	2002	2003	2004	2005	Ülke payı (%)	04/05 Değişim (%)
İtalya	32 091	35 848	46 122	57 962	17	26
Almanya	19 795	20 970	40 656	42 055	12	3
Fransa	13 762	19 132	36 083	44 906	13	24
İngiltere	11 029	19 102	30 775	22 656	7	-36
Çin	2 771	7 283	24 688	55 474	16	125
İspanya	5 392	7 325	12 350	16 501	5	34
Endonezya	2 070	3 701	8 708	12 560	4	44
ABD	6 113	6 381	5 614	11 072	3	97
Diğerleri	19 403	28 019	49 341	78 482	23	59
Toplam	112 426	147 761	254 337	341 596	100	34



Şekil 4.9. Türkiye'nin yıllara göre mobilya ithalatı [1]

Çizelge 4.20. Türkiye'nin ürünler bazında mobilya ithalatı (1 000 ABD doları) [16]

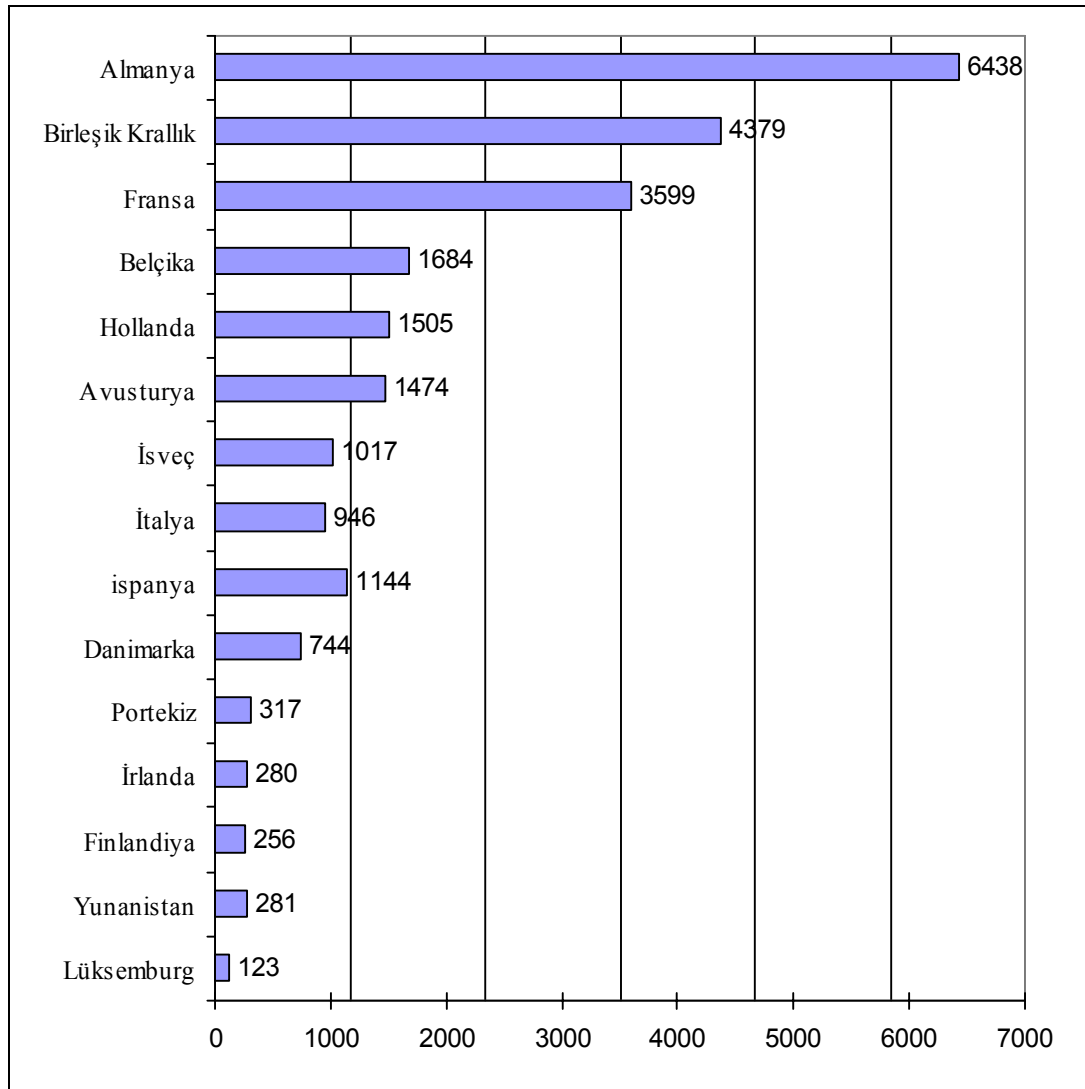
Armonize No	Ürün Adı	2002	2003	2004	Ülke Payları 2004 %
940110	Hava taşıtlarında kullanılan türden mobilyalar	1 419	1 182	141	İtalya30, İngiltere 24,Fransa 14
940120	Motorlu taşıtlarda kullanılan türden oturmaya mahsus mobilyalar	7 434	13 818	11 438	İngiltere 29, Almanya 28, Brezilya 9
940130	Yüksekliği ayarlanabilen döner koltuklar	3 407	4 555	6 365	Çin 30, Almanya 16, İtalya 16
940140	Yatak haline gelebilen mobilyalar	107	129	320	Malezya 32, İtalya 30, Belçika 13
940150	Kamış, sorgun ağacı bambu vb den oturmaya mahsus mobilyalar	654	1 485	2 330	Endonezya 58, Çin 21, Filipinler 07
940161	Ahşap iskeletli, döşenmiş oturmaya mahsus mobilyalar	2 667	2 434	5 748	İtalya 47, Almanya 15, A.B.D. 13
940169	Ahşap iskeletli, döşenmemiş oturmaya mahsus mobilyalar	3 709	4 979	7 188	Endonezya 25, Vietnam 17, İtalya 16
940171	Metal iskeletli döşenmiş oturmaya mahsus mobilyalar	1 348	2 935	4 036	İtalya 73, Çin 9, Fransa 7
940179	Metal iskeletli döşenmemiş oturmaya mahsus mobilyalar	2 214	3 771	6 931	Çin 65, İtalya 10, İngiltere 9
940180	Diğer oturmaya mahsus mobilyalar	6 213	6 314	11 375	İtalya 19, İspanya 17, Çin 15
940190	Oturmaya mahsus mobilya aksam ve parçaları	39 320	65 021	113 782	Fransa 25, İngiltere 24, Almanya 14
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları	68 493	106 624	169 655	İngiltere 19, Fransa 19, Almanya 13
940310	Yazıhanelerde kullanılan türde metal mobilyalar	1 817	2 192	2 172	Almanya 23, İtalya 19, Hollanda 15
940320	Diğer metal mobilyalar	3 728	4 297	9 197	Almanya 2, Çin 22, İtalya 12
940330	Yazıhanelerde kullanılan türde ağaç mobilyalar	2 580	2 716	3 395	İtalya 25, Fransa 12, Almanya 12
940340	Mutfaklarda kullanılan türde ahşap mobilyalar	10 216	10 868	17 240	İtalya 70, Almanya 23, Avusturya 2
940350	Yatak odalarında kullanılan türde ahşap mobilyalar	3 779	4 013	13 836	Almanya 64, İtalya 16, Fransa 9
940360	Diğer ahşap mobilyalar	16 449	19 575	27 257	İtalya 31, Almanya 16, Çin 11
940370	Plastik maddelerden mobilyalar	3 070	3 117	6 603	Çin 21, İtalya 20, İsrail 16
940380	Diğer maddelerden mobilyalar	2 245	2 481	7 895	Çin 43, Endonezya 19, İtalya 14
940390	Diğer mobilyalara ait aksam ve parçalar	10 453	7 963	12 584	İtalya 27, Avusturya 22, Almanya 18
9403	Diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları	54 337	57 222	100 178	İtalya 31, Almanya 23, Çin 12
Toplam		122 831	163 846	269 833	İtalya 18, Almanya 17, Fransa 14, İngiltere 13, Çin 9

2001'de AB mobilya ithalatının %55'i diğer AB ülkelerinden yapılmıştır. Almanya ve İtalya AB'deki tüm mobilya satışlarının yarısından fazlasını gerçekleştirmişlerdir. Birçok AB firması, özellikle Alman firmaları Doğu Avrupa ülkelerinde, Polonya, Çek Cumhuriyeti vb., üretim yapmaktadırlar ve bu ülkeler de artık AB'nin yeni üyeleridir. Ayrıca, Asya'daki üretici ülkeler (Endonezya, Çin, Tayvan, Malezya, Vietnam) AB'ye yaptıkları mobilya ihracatını artırmaktadırlar [19].

AB, 2003’de toplam dünya ithalatının yaklaşık %50’sini gerçekleştirmiştir (8 360 bin ton-24 187 milyon avro). 2001-2003 arasında, Hollanda haricindeki AB ülkeleri ithalatlarını artırmıştır. Almanya tüm AB ithalatının çeyreğinden fazlasını (%27) ithal etmekte, onu İngiltere (%18) ve Fransa (%15) izlemektedir. 2000-2002 arasında Almanya, Belçika, Hollanda ve İspanya dışında bir çok AB ülkesi mobilya ithalatını arttırmaya devam etmiştir. 2001’in son çeyreğinde AB ekonominin gerilemeye başlamasıyla 2002’de AB mobilya ithalat hacmi 7 516 bin tondan 7 360 bin tona %2 oranında düşmüştür. Bununla birlikte AB ithalatı değer olarak hala yükselmekte ve bunun ana nedeni ise yüksek avro kuru olmuştur [3].

Çizelge 4.21. AB ülkelerininmobilyaithalatı [3]

Yıllar	2001		2002		2003	
Ülkeler	Milyon €	1 000 Ton	Milyon €	1000 Ton	Milyon €	1000 Ton
Almanya	6 494	2 068	6 379	2 037	6 438	2 178
Birleşik Krallık	3 401	1 500	4 163	1 386	4 379	1 745
Fransa	3 387	1 122	3 490	1 134	3 599	1 219
Belçika	1 766	482	1 697	476	1 684	512
Hollanda	1 688	547	1 637	537	1 505	517
Avusturya	1 526	339	1 400	327	1 474	360
İsveç	860	273	971	325	1 017	377
İtalya	877	345	902	374	946	408
İspanya	896	265	946	298	1 144	380
Danimarka	616	238	660	251	744	288
Portekiz	305	78	335	152	317	97
İrlanda	233	58	267	70	280	80
Finlandiya	243	67	254	76	256	87
Yunanistan	218	61	250	78	281	95
Lüksemburg	127	18	117	16	123	17
Toplam	22 644	7 517	23 467	7 537	24 187	8 360



Şekil 4.10. AB ülkelerinin 2003 yılı mobilya ihracatı (Milyon avro) [3]

2003 yılında döşenmiş/kaplanmış oturma grupları (kanepe ve berjerler) AB mobilya piyasasında, mobilya aksam ve parçalarından sonra en fazla talep edilen ürün grubu olmuştur. Toplam AB mobilya ithalatının %31'ini mobilya aksam ve parçaları, %16'sını döşenmiş/kaplanmış oturma grupları oluşturmuştur. Yatak odası, yemek odası ve diğer mobilyalar (salon mobilyası) yaklaşık AB mobilya tüketiminin %39'unu oluşturmaktadırlar [3].

Gelecek yıllarda AB mobilya pazarındaki büyümenin yavaşlaması beklenmektedir. Bununla birlikte geleneksel mobilyadan modern mobilyaya doğru olan yönelişin devam etmesi ve mobilya tasarım ve tarzındaki çeşitliliğin artması öngörülmektedir.

Ayrıca AB tüketim kalıbında öne çıkan bir diğer önemli husus, var olan mobilya gruplarına uyum sağlayabilen bağımsız mobilya parçalarının takım/set şeklinde mobilya alımlarına göre pazar paylarını artırıyor olmasıdır. Bu ürün grubunun tüketimdeki ve ithalattaki oranı %17'dir. Tüketici grubu açısından da 45 yaş üzeri, tek başına yaşayan kesimin modern mobilya tercihinde artış beklenmektedir. Mobilyada düşük kalite-düşük fiyat ve yüksek kalite-yüksek fiyat şeklinde oluşan ürün yapılanmasının da artacağı düşünülmektedir [19].

Çizelge 4.22. AB'nin seçilmiş ürün gruplarına göre mobilya ithalatı [3]

Yıllar	2001		2002		2003	
Ürün Grupları	Milyon €	1 000 Ton	Milyon €	1 000 Ton	Milyon €	1 000 Ton
Döşenmiş Koltuklar	3 342	668	3 518	722	3 833	817
Döşenmemiş Koltuklar	2 003	660	2 047	663	2 167	813
Salon-Yemek Odası Mobilyaları	3 138	1 255	3 182	1 281	3 112	1 324
Yatak odası	1 812	842	1 855	905	1 848	1 126
Diğer Mobilyalar	3 872	1 951	4 132	1 688	4 353	1 949
Bambudan İmal Mobilyalar	496	135	479	141	481	158
Mutfak Mobilyası	894	322	935	382	970	349
Mobilya Aksam ve Parçaları	7 086	1 685	7 319	1 756	7 424	1 828
Toplam	22 644	7 517	23 467	7 537	24 187	8 360

4.1.7. AB ile Türkiye'nin mobilya ticareti

Türkiye'nin AB'ye mobilya ihracatı yıldan yıla artmaktadır. 2000 yılında 97 436 bin dolar olan ihracat, 2001'de %18'lik artışla 115 902 bin dolar'a çıkmıştır. İhracattaki en büyük artış %57'lik oranla 2002-2003 yılları arasında olmuştur. 2003-2004 yılları arasında ise artış devam etmiş fakat oran %32'ye gerilemiştir [28].

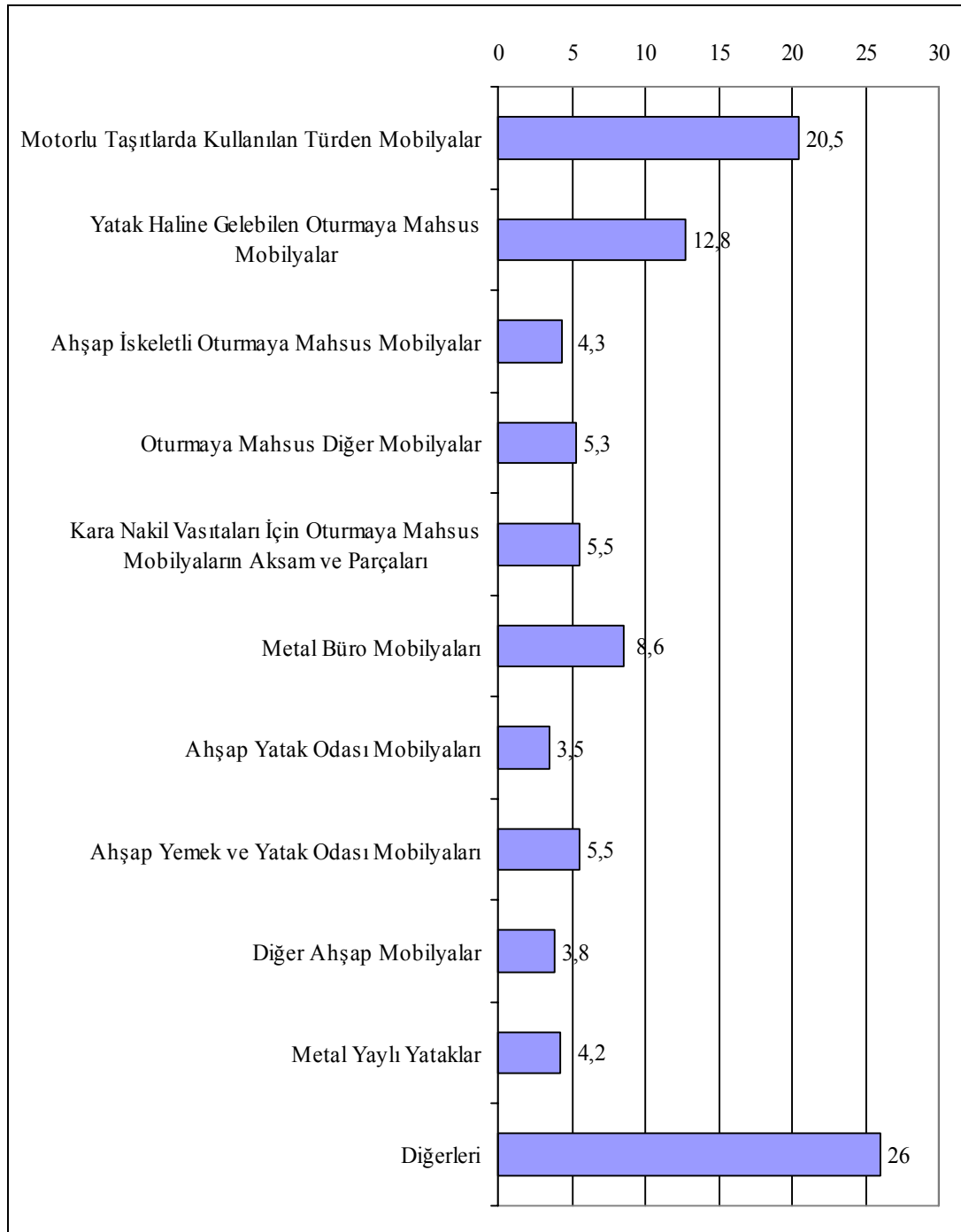
İthalat ise Dünya’da yaşanan büyük ekonomik krizin Türkiye ekonomisi üzerindeki olumsuz etkisiyle 2000-2001 yılları arasında %-52 gibi rekor bir düşüş göstermiş, 2002 yılında artmıştır Çizelge 4.23). 2001-2002 yılları arasında %10 olan bu artış, 2002-2003’te %23 ve 2003-2004’te ise %57 olmuştur [28].

Çizelge 4.23. Türkiye’nin AB ile mobilyaticareti (1 000 ABD doları) [28]

Türkiye	2000	2001	2002	2003	2004
İhracat	97 436	115 902	159 336	250 176	331 250
İthalat	145 408	95 254	105 351	129 729	204 221
Fark	- 47 972	20 648	53 985	120 447	127 029

AB’ye yapılan ihracatın ithalatı karşılama oranı dolar bazında artıyor görünse de yüzde oranına bakıldığında ithalatın ihracattan daha hızlı arttığı görülmektedir.

2004 Yılında Türkiye AB’ye toplam 331 250 311 dolarlık mobilya ihracatı yapmıştır. Bu ihracatın en önemli kalemini 67 783 264 dolar ve %20,5 oran ile motorlu taşıtlarda kullanılan türden mobilyalar oluşturmuştur. Diğer önemli ürün grupları ve ihracat oranları Şekil 4.11’de görülmektedir.

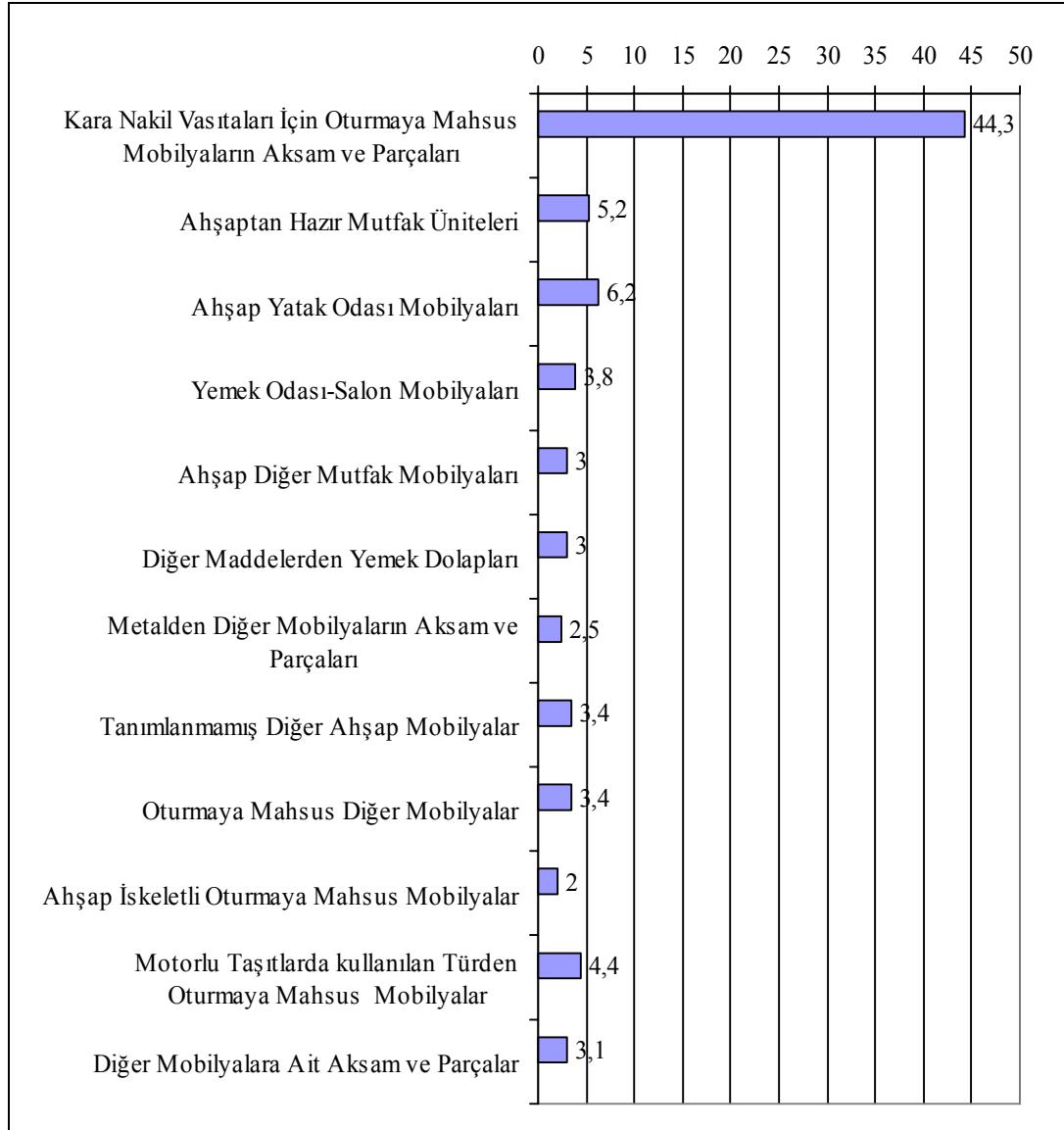


Şekil 4.11. Türkiye'nin AB-25'e en çok ihraç ettiği ürün grupları (1000 ABD doları)
[28]

Çizelge 4.24. Türkiye'nin AB-25'e 2004 ihracatı (%) [28]

GTİP-12 No	Açıklaması	%
940120000000	Mobilyalar-Motorlu Taşıtlarda Kullanılan Türden, Oturmaya Mahsus	20,5
940130900011	Döner Koltuk,Sandalye-Yüksekliği Ayarlanabilen,Ahşaptan	0,6
940140000000	Mobilyalar-Yatak Haline Getirilebilen Oturmaya Mahsus (Kamp Ve Bahçe İçin Hariç)	12,8
940161000000	Mobilyalar-Ahşap İskeletli, Oturmaya Mahsus, İçi Doldurulmuş	4,3
940169000000	Mobilyalar-Ahşap İskeletli, Oturmaya Mahsus, Diğer	2,0
940180000000	Oturmaya Mahsus Diğer Mobilyalar	5,3
940190800011	Aksam Ve Parçalar-Kara Nakil Vasıtaları İçin Oturmaya Mahsus Mobilyalara Ait	5,5
940190800019	Aksam Ve Parçalar-Diğer Mobilyalara Ait	0,7
940310910000	Kapılı, Kanatlı Veya Sürgülü Büro Dolapları-Metalden,Yükseklik >80 Cm.	2,4
940310930000	Çekmeceli Büro Dolapları-Metalden,Dosya Veya Fiş Dolapları,Yükseklik > 80 Cm.	8,6
940320910000	Metalden Karyolar	1,3
940320999000	Diğer Maddelerden Yemek Dolapları	2,6
940350000000	Ahşap Mobilyalar-Yatak Odalarında Kullanılan Türden	3,5
940360100000	Ahşap Mobilyalar-Yemek Ve Oturma Odalarında Kullanılan Cinsten	5,5
940360909000	Diğer Ahşap Mobilyalar	3,8
940370900000	Mobilyalar-Plastikten,Diğer	0,9
940390100000	Metalden Diğer Mobilyaların Aksam Ve Parçaları	2,1
940390300000	Ahşaptan Diğer Mobilyaların Aksam Ve Parçaları	2,0
940429100000	Metal Yaylı Yataklar	4,2
940429900000	Diğer Maddelerden Yataklar	1,2
940490900011	Yastıklar Ve Yorganlar-Diğer	1,9
940490900019	Diğer Yatak Eşyası Vb. Eşya-Diğer	2,0
Ara Toplam		93,6
Diğerleri		6,4
Genel Toplam		100,0

Türkiye 2004 yılında AB'den 204 221 226 dolar ithalat yapmıştır. Bu miktar 2003 yılında yapmış olduğu 129 729 351 dolarlık ithalatın %57 fazlasına karşılık gelmektedir. Başka bir deyişle Türkiye'nin AB'ye ihracatı 2003-2004 arasında %32 artarken aynı dönemde ithalatı %57 oranında artmıştır.



Şekil 4.12. Türkiye'nin 2004 yılında AB'den ürün gruplarına göre mobilya ithalat oranları (%)

Türkiye'nin AB'den ithalatında kara nakil vasıtaları için oturmaya mahsus mobilyaların aksam ve parçaları %44,3 gibi çok yüksek bir oranda olduğu Şekil

4.25'te görülmektedir. Diğer önemli ürün gruplarında ise en yüksek oran %6,2 ile ahşap yatak odası mobilyalarında izlenmektedir.

Çizelge 4.25. Türkiye'nin AB'den (AB 25) ithalatı (%) [28]

GTİP-12 No	Açıklaması	%
940120000000	Mobilyalar-Motorlu Taşıtlarda Kullanılan Türden, Oturmaya Mahsus	4,4
940130100019	Döner Koltuk,Sandalye-Yüksek.Ayarlanan,Arkalıklı,İçi Dolu,Tekerlekli,Diğer	0,5
940161000000	Mobilyalar-Ahşap İskeletli, Oturmaya Mahsus, İçi Doldurulmuş	2,0
940169000000	Mobilyalar-Ahşap İskeletli, Oturmaya Mahsus, Diğer	0,8
940171000000	Mobilyalar-Metal İskeletli, Oturmaya Mahsus, İçi Doldurulmuş	1,8
940179000000	Mobilyalar-Metal İskeletli, Oturmaya Mahsus, Diğer	0,9
940180000000	Oturmaya Mahsus Diğer Mobilyalar	3,4
940190800011	Aksam Ve Parçalar-Kara Nakil Vasıtaları İçin Oturmaya Mahsus Mobilyalara Ait	44,3
940190800019	Aksam Ve Parçalar-Diğer Mobilyalara Ait	3,1
940310990000	Diğer Büro Mobilyaları - Metalden, Yükseklik> 80 Cm.	0,6
940320999000	Diğer Maddelerden Yemek Dolapları	3,0
940330990000	Diğer Mobilyalar-Bürolar İçin,Ahşap, Yükseklik> 80 Cm.	0,6
940340100000	Hazır Mutfak Üniteleri-Ahşaptan	5,2
940340900000	Diğer Mutfak Mobilyaları-Ahşaptan	3,0
940350000000	Ahşap Mobilyalar-Yatak Odalarında Kullanılan Türden	6,2
940360100000	Ahşap Mobilyalar-Yemek Ve Oturma Odalarında Kullanılan Cinsten	3,8
940360300000	Ahşap Mobilyalar-Mağazalarda Kullanılan Türden	1,6
940360909000	Diğer Ahşap Mobilyalar	3,4
940370900000	Mobilyalar-Plastikten,Diğer	1,5
940380000000	Diğer Maddelerden Mobilyalar (Roten Kamışı, Sepetçi Söğüdü, Bambu Vb. Dahil)	0,9
940390100000	Metalden Diğer Mobilyaların Aksam Ve Parçaları	2,5
940390300000	Ahşaptan Diğer Mobilyaların Aksam Ve Parçaları	1,2
940390900000	Diğer Maddelerden Diğer Mobilyaların Aksam Ve Parçaları	1,4
	Ara Toplam	96,1
	Diğerleri	3,9
	Toplam	100,0

AB ahşap mobilya piyasasındaki eğilimler, bu pazara girmeye çalışan ve kendine yeni bir pazar bölümü arayan firmaların yatak odası ve diğer ev mobilyası üzerinde yoğunlaşmaları gerektiği yönündedir. Mobilyaların çok amaçlı, rahat ve esnek olması önem kazanmaktadır. AB'nin artan yaşlı nüfusu ile birlikte mobilyada ergonominin önemi artmaktadır [19].

AB ile süre gelen yoğun ticari alışveriş, sektörle ilgili olarak AB'de varolan kalite ve sağlığa ilişkin standartlara uyumu hızlandırmaktadır. Fabrikasyon üretimin yaygınlaşması, tüketicinin bilinçlendirilmesi ve artan ihracat da bu ve benzeri gelişmeleri, zorunlukılmakta, kolaylaştırmaktadır [19].

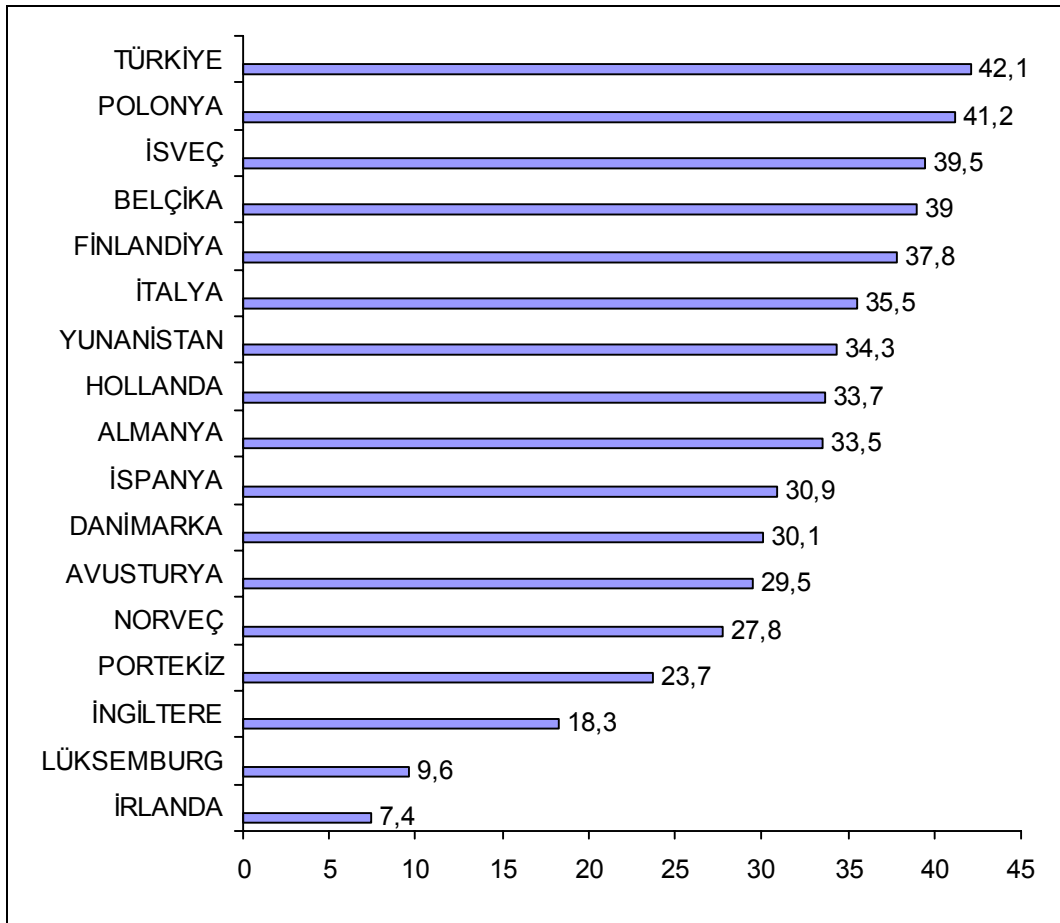
4.1.8. Vergiler

Türkiye mobilya sanayisinde kayıt dışı çalışma oranının %60-65 civarında olduğu tahmin edilmektedir [1]. Kayıt dışı çalışmanın sebeplerin en önemlileri, emek yoğun sektör özelliğine sahip olan Türkiye mobilya sektöründe vergilerin yüksek olmasıdır. Bu, büyük ölçüde vergi kaçırmaya ve kayıt dışı çalışmaya da sebep olarak, sektör analizlerinin sağlıklı bir şekilde yapılmasına engel olmaktadır.

Ekonomist Hasan Yaşar Özfidan'a göre [29]:

“Uluslar arası Finans istatistikleri verileri, OECD ve uluslar arası enerji ajansı verilerine göre hazırlanan rapora göre Türkiye istihdam üzerindeki vergilerde seçilmiş 26 ülke arasında %42,1 oranında vergi ile ilk sırada yer alıyor. Türkiye'yi %41,3 ile Polonya, %40 ile Fransa. %39,5 ile İsveç, %39 ile Belçika, %35,5 ile İtalya, %34,3 ile Yunanistan izliyor. En az oran ise, %7,4 ile İrlanda'da. Bu ülkeyi %9,6 ile Lüksemburg, %13,8 Güney Kore ve %15,5 ile Amerika takip ediyor.”

Özfidan'a göre, Gelir vergisi oranlarında da Türkiye başı çekmektedir. %45 Gelir Vergisi uygulanan Türkiye'yi %38,3 ile Danimarka, %31 ile İsveç, %30 ile Güney Kore izliyor. En az gelir vergisi oranına sahip ülke ise %12 ile Rusya. Bu ülkeyi %15 Gelir Vergisi oranıyla Çin, Almanya, Yunanistan ve Hollanda izliyor [29].



Şekil 4.13. Bazı OECD ülkelerinde istihdam vergilerinin yükü [30]

Özfidan, Kurumlar Vergisi oranlarında Türkiye'nin %33 ile Belçika (%40,2), İspanya (%35), Hollanda (%35) ve Yunanistan'ın (%35) arkasından beşinci sırada geldiğini, en düşük kurumlar vergisi oranının ise %16 ile Rusya'da olduğunu, Rusya'yı sırası ile; İngiltere (%20) ve ABD'nin (%25) takip ettiğini belirtmektedir. Türkiye'de vergi yükü son 15 Yılda iki kattan fazla artmıştır. Vergi yükü ABD ve Japonya gibi en zengin ülkelerin üzerindedir [29].

AB'de asgari ücret üzerindeki ortalama vergi yükü yüzde 25 iken, Türkiye'de yüzde 70-75 arasındadır [31].

4.1.9. Enerji

AB’de işçilik maliyetleri oldukça yüksektir. Haliyle bu durum genel anlamda mobilya fiyatlarına da yansımaktadır. AB bu açığı verimli üretim sistemleri ve ucuz enerji ile kapatarak sektörü korumaktadır. Türkiye’de ise Avrupa’nın en pahalı enerjisi ile üretim yapılmaktadır.

Elektrik, üretici işletmelerin önemli bir girdisidir ve elektrik maliyetleri, üretim maliyetlerini önemli biçimde etkilemektedir. Türkiye’de sanayiciler, kullandıkları elektriğin, AB ülkelerinde olduğundan çok yüksek olduğunu ve Gümrük Birliği koşulları altında bu yüksek elektrik maliyetine dayanamadıklarını öne sürmektedirler [32].

Türkiye’deki sanayi işletmeleri, bir kilovat/saat (KWh) elektriğe, 2004 yılında 18,81 cent öderken, öteki ülke üreticileri, Almanya’da 7,59, Norveç’te 4,26 cent, İngiltere’de 5,20 cent, Fransa’da 5,26 cent ve Güney Afrika’da 2,34 cent ödemişlerdir. Pahalı enerji maliyeti, dışsatım fiyatlarını yükselterek, Türk mallarına olan talebi azaltmakta, öte yandan da yabancı malları ucuzlatarak Türkiye’nin, yabancı malları yerli mallara tercih etmesine neden olarak Türkiye ekonomisini iki kez vurmaktadır [32].

Mustafa Ayan’a göre; kamu yönetimindeki ve dağıtımdaki kayıp ve verimsizlikler olmasa, OECD (Uluslararası İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) ülkeleri arasındaki en ucuz elektriği Türk sanayicisine sağlama olanağına sahiptir [32].

Kocaeli Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Yılmaz Kanbak, Türkiye’de enerjinin verimsiz ve büyük oranda kaçak kullanıldığını söylemektedir. Kanbak şöyle demektedir [33]:

“Enerji verimliliğini gösteren en önemli gösterge, enerji yoğunluğu / gayri safi milli hasıla başına düşen enerji miktarıdır. Bu oran OECD ülkelerinde ortalama 0,19 iken Türkiye’de 0,38 civarındadır. Diğer bir ifadeyle Türkiye enerjisi OECD ülkelerine göre iki kat daha verimsiz kullanılmaktadır. Sanayi sektöründe yaklaşık %20–25

oranında enerji tasarrufu potansiyeli bulunmaktadır. Enerji yoğun sektörlerde eğitim, etüt ve teknolojik iyileştirmelerle %20-40'lara varan tasarrufun yapılabileceği tespit edilmiştir.”

4.1.10. Çevre

Avrupa bütünleşmesinin temel unsurlarından biri olarak kabul edilen serbest rekabetin ve serbest dolaşımın sağlanması, çevre alanında da ortak girişimleri ve ortak bir politikayı zorunlu kılmıştır. Üye ülkelerde farklı çevre politikaları uygulanması, özellikle farklı çevresel ölçütlerin belirlenmesi, ürünlerin maliyetlerinin değişik olmasına sebep olabilmektedir. Benzer şekilde, bazı üye ülkelerdeki kalite standartları, diğer üye ülkelerde üretilen bazı ürünlerin o ülkelere girmesine engel teşkil edebilmektedir. Ayrıca, üye ülkelerin bazılarında hava ve su kirliliğini önlemek amacıyla gerekli görülen yatırımlar, ürünlerin maliyetini önemli ölçüde artırmaktadır. Bu ve benzeri hususlar nedeniyle de üye ülkeler arasında malların serbest dolaşımının ve serbest rekabetin tam olarak sağlanamaması gibi bir sorun ortaya çıkabilmektedir. Bu durumun önüne geçebilmek için ortak bir çevre politikası oluşturulması gerekli görülmüştür [34].

Sönmez'e göre, AB'deki bu yasal uygulamalardan AB firmalarına ürün temin eden yabancı firmalar doğrudan sorumlu tutulmakla beraber, bazen dolaylı yollarla pazara giren ürünlerden de ithalatçı firmalar sorumlu tutulmaktadır [35].

Özellikle AB ülkelerine ihracat yapacak firmaların, AB pazarındaki kalite güvence sistemleri ve çevre ile ilgili faktörleri göz önünde bulundurması ve Eco-design kriterlerine uygun ürün üretmesi önem taşımaktadır [35].

Çizelge 4.26’da AB ülkelerinde bazı hammaddelerin kullanımındaki sınırlamalar verilmiştir.

Çizelge 4.26. AB ülkelerinde bazı hammaddelerin kullanımında sınırlamalar [35]

Madde	AB	Fransa	Hollanda
Kadmiyum	100 ppm	100 ppm	50 ppm
Pentakloro Fenol	1000 ppm	1000 ppm	5 ppm
Asbest	Yasak	Yasak	Yasak
Ozona Zarar Veren Kimyasallar	CFCs Yasak HCFCs 2015’te Yasak	Aynı	Aynı
Poliklorinated Biphenils ve Terpenler	Yasak	Yasak	Yasak
Yasaklanmış Ağaç Türleri	Özel Hukuki Düzenleme	Aynı	Aynı

Gelişmiş ülkelerde insan sağlığı ve çevre ile ilgili faktörlerin önemli olması mobilya üreticilerini Eco-Design kriterlerine uygun üretim yapmasını şart koşmaktadır [36]. Bu bağlamda, mobilya tasarımcıları projelerinde Ürün yaşam döngüsünü göz önünde bulundurarak Eco-design kriterleri doğrultusunda çevre ve insan sağlığına uygun mobilyalar tasarlamaları gerekmektedir [37].

4.1.11. Türkiye mobilya sektörünün güçlü ve zayıf yönleri

Dokuzuncu 5 Yıllık Kalkınma Planı çerçevesinde hazırlanan; Ağaç Ürünleri ve Mobilya Özel İhtisas Raporunda, Türkiye mobilya sanayisinin bir değerlendirmesi yapılmıştır. Bu rapora göre Türkiye mobilya sanayisinin analizi Çizelge 4.27’de görülmektedir [1].

Çizelge 4.27. Türkiye mobilyasanayisinin analizi [1]

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
1. Büyük ölçekli firmalar 2. Yüksek iş gücü potansiyeli 3. Malzeme/ürün çeşitliliği 4. Mobilya üretim ağı/potansiyeli	1. Aile şirket kırılabilirlikleri 2. Organizasyon 3. Yönlendirme/devlet desteği 4. Finans yetersizliği 5. Yatırım yetersizliği 6. Kalifiye eleman yetersizliği/uzmanlaşma 7. Mesleki eğitim yetersizliği 8. Yok/zayıf tasarım ve korunması 9. Yüksek hammadde maliyetleri 10. Yenilik yaklaşımı 11. Perakende satışlar ve satış zincir ağı oluşmaması 12. Pazarlama/pazar 13. Uluslararası standartlar
Fırsatlar	Tehditler
1. Stratejik konum ve AB aday ülke olması 2. Dünyadaki yeniden oluşum 3. Küreselleşme 4. Yeni pazar arayışları/genişleme 5. Fason üretim arayışları 6. Avrupa'daki tüketim nüfusu 7. Bilgi teknolojisi ve elektronik networks 8. Üretimdeki artış/gelişme 9. Tasarımın kullanımı ve artırılması 10. Markalı/kimlikli ürünler 11. Reklam	1. Çok Düşük Maliyetler (3. Dünya) 2. Çin (Büyük İşletmeler) 3. Düşük Standartlar, Sosyal Yapı 4. Yavaş Değişim ve Yenilenme 5. AB'ye İhracatlardaki Yüksek/Düşük Maliyet 6. AB Pazarındaki Doyumluluk 7. Tasarım Eksikliği (Kopyalama)

2001 yılından itibaren sürekli gelişen Türkiye mobilya sektörünün dünyada ilk 25'te bulunması, Avrupa'da ise altıncı sırada olması, sektörün büyüme potansiyelini ortaya koymaktadır. Türkiye mevcut potansiyelini ve stratejik pozisyonunun önemini kavrayıp tanıtım faaliyetlerini ve birebir ilişkilerini etkin ve sürekli bir şekilde yürütebilirse, uluslararası mobilya pazarında daha iyi bir pozisyona gelebilir [1].

4.1.12. AB mobilya sektörünün güçlü ve zayıf yönleri

AB mobilya sektörünün köklü bir geçmişi vardır. Bu geçmiş sektöre deneyimlerle kazanılmış bir takım üstünlükler sağlamaktadır. CBI tarafından hazırlanan ve AB mobilya sektörünün nabzını tutan bir araştırma raporu olup her yıl yenisi yayınlanan *Domestic Furniture*, AB mobilya sektörünün güçlü ve zayıf yönlerini 2005 yılındaki raporunda belirtilmiştir. Bu rapora göre AB mobilya sektörünün analizi aşağıda verilmiştir [3]:

Çizelge 4.28. AB mobilyasanayisinin analizi [1]

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
1. Sektörün yetenekli tasarımcılara sahip olması 2. Sektörde Ar-Ge çalışmalarının yeterli düzeyde olması 3. Yeterli yedek kapasite 4. Esnek üretim sistemi 5. AB üyesi Hollanda'nın güçlü ihracat deneyimi 6. Üretimde sertifikalı meşe ve maun ağacının kullanımının artması 7. Örgü deri gibi özel malzemelerin üretimde kullanılması	1. Sektörün hammadde envanterinin olmaması 2. Hammaddelerin küçük depolarda dağınık bir şekilde tutulması 3. Ürün montajlarının genellikle elle yapılması ve otomasyon sistemi 4. Limanların üretim bölgelerine uzak olması 5. Sahip olunan finansal kaynakların yetersizliği
Fırsatlar	Tehditler
1. İngiltere'de etnik mobilyaya olan ilgi ve merakın artması 2. Modern mobilyalara ve çocuk mobilyasına ilginin artması 3. İhracatçıların yeni ahşap çeşitlerine yönelmeleri 4. AB üreticilerinin, yoğun emek ve ustalık gerektiren barok tarzı sandalye üretimiyle ilgilenmeye başlamaları	1. Gelişmekte olan ülkelere temin edilen hammaddelerin oldukça düşük fiyatlarda olması 2. Tüketicilerin ekonomik nedenlerle alım güçlerinin düşmesi ve mobilya alımını ertelemeleri 3. İç dekorasyonda tasarım tercihlerinin hızla değişmesi

AB mobilya sanayisinin güçlü yönlerine bakıldığında, nitelik olarak Türkiye mobilyasanayisinden ayrıldığı görülmektedir.

4.1.13. Tasarım

Uluslararası mobilya ticaretinde, iç piyasaya yönelik üretimin giderek azaldığı ve ağırlıklı olarak ihracata yönelik üretim yapıldığı görülmektedir. Dolayısıyla mobilya pazarı giderek daha fazla uluslararası nitelik kazanmaktadır. UEA'ya göre, mobilya dış ticaretinin 2050 yılında 1 trilyon doları geçeceği tahmin edilmektedir [1]. Bu durumda uluslararası rekabetin artması muhtemeldir.

Bu rekabette farklılık yaratmak için, en önemli enstrümanlardan birisi tasarım'dır. Sanayide tasarım farklılık yaratmanın yanında, katma değer artırarak karlılığı yukarı çekmesi dünya şirketlerinin, tasarıma büyük önem vermesine neden olmaktadır [13].

TÜİK 2003 Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı sonuçlarına göre Türkiye mobilya sanayisinde faaliyet gösteren resmi kayıtlı işletme sayısı 29 346'dır. Mobilya üreticilerinin sayısının bu kadar çok olmasına rağmen, mobilya sanayisinde modern tasarımı anlayışın araştırılmamaktadır [12].

Bazı akademik çalışmalara göre, mobilya sanayisinde en sık rastlanan üretim metotları; dış kaynaklı ürünleri birebir kopyalamak ve yerel gereksinimler doğrultusunda adapte etmektir [38]. Tasarım anlayışı ve iyi eğitilmiş tasarımcılar, üreticiler tarafından rağbet görmemektedir [39]. Engelli insanlar için tasarımlar yapılması, mobilya üretiminde ve tasarım eğitiminde yer almamaktadır [40].

Mobilya sektöründe tasarımın gelişmiş ülkelerdeki önemine karşın, Türkiye'deki rolü çoğunlukla araştırılmamıştır. Mobilya sanayisinde tasarıma ilişkin olarak, 1990'dan önce yayımlanmış çok az eser vardır [41, 42]. Munro ve Denel'e göre, Türkiye'de tasarımın önündeki en önemli engeller; özellikle üniversite seviyesinde eğitimin yetersizliği, montaj sanayisinin sayı bakımından üstünlüğü ve pazarda rekabetin çok az olmasıdır.

1990 yılından sonra Türk tasarım sektörü hakkında çeşitli akademik araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Örnek: Erzurumluoğlu, 1991; Işık, 1992; Balcıoğlu, 1993; Er, 1994; Çarkacı, 1994; Efe, 1994; Er, Ö., 1995; Yıldırım, 1999; Çınar, 1997, 2001 ve 2005 gibi akademik çalışmalar sektörü incelemeye çalışmışlardır.

Er'e göre, kısıtlı sayıdaki üreticiler dışındaki tüm üreticiler, işin tasarım boyutunu ihmal etmektedir [39]. Daha belirgin bir örnekle, Çınar'ın araştırması, engelli insanlar için özel tasarımların ne Ankara Siteler bölgesinde yapıldığını ne de konu ile ilgili bilgilerin tasarım eğitimi sırasında verildiğini ortaya koymaktadır [40].

Çınar'ın (2001) "Patron veya Tüketici", Sanayi ve Tasarım ilişkilerinde Devletlerin rolleri adlı araştırmasında Türkiye'nin üretim sanayisini destekler nitelikte politikalar ve teşebbüslerde bulunmadığı belirtilmektedir [13].

Uluslararası arenada Türkiye'nin rekabet edebilmesinin, tasarıma verdiği ve vereceği önem ile direk ilişkisi vardır. Her ülkenin sahip olduğu markalar kadar güçlü ve her sektörün tasarım yeteneği kadar rekabetçi olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, Türkiye mobilya sanayisinin öncelikli hedef pazarlarından olan AB'de ise tasarımın köklü bir geçmişi vardır. AB'de tasarıma verilen önem ve tasarıma devlet desteği açısından, AB ülkelerinden İngiltere'nin bu konudaki devlet politikasının oluşumunu ve gelişimini incelemek Türkiye'ye belirli bir referans ile birlikte karşılaştırma yapma anlamında katkıda bulunabilir.

İngiltere'de sanayiye devlet desteklerinin, teknolojik yenilik desteği ve tasarım desteği olarak iki farklı biçimde şekillendiğini görülmektedir. Coombs, Saviotti ve Walsh, Britanya'da teknolojik yeniliklere devlet desteğinin, tasarım desteğinden daha uzun bir tarihe sahip olduğunu iddia ederler. Birinci Dünya Savaşı öncesi ve sonrası, Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'daki sanayinin üstün kaliteli durumu, Birleşik Krallık'a kıyasla, bu ülkelerin yenilik ve tasarım üzerine daha kesin politikasından dolayı, daha geniş alana nüfuz etmekteydi. Bu devletler; vasıflı işçiler, bilim adamları, teknikerler ile yöneticilerin eğitim ve öğretimi için gerekli

kaynakların ayrılması, farklı vergiler, belli yasa ve finansal müesseselerin teşvikini içeren çeşitli politik araçlar kullanmıştır [43].

Ancak, Stewart’a göre, tasarımın sanayi üretiminin rekabeti üzerindeki öneminin İngiliz hükümeti tarafından tanınması, Endüstriyel Tasarım Konseyi (şimdiki Tasarım Konseyi)’nin 1944 yılında kurulmasından sonra gelmiştir [44]. Aynı düşünce, Birleşik Krallık’taki tasarım için ilk devlet desteğinin 1940’ların ortasında görüldüğünü, bununla birlikte devletin ciddi yaklaşımının da 1980’lerin başlarında Thatcher hükümeti tarafından kabul edildiğini iddia eden Walsh ve diğerleri tarafından da belirtilmiştir. Walsh ve diğerleri ayrıca, tasarımdaki ani ve hızlı resmi artışın, muhafazakar başbakan Margaret Thatcher’ın “Ürün Tasarımı ve Piyasa Başarısı” üzerine tasarım dünyasından önemli bir çok şahsiyetin de davet edildiği bir seminer verdiği tarihte, yani Ocak 1982’de olduğunu da iddia etmişlerdir [43].

1980’lerde, Tasarım ve Mühendislik ile Tasarım Konseyi dergi ve gazetelerine göre, Thatcher şunları söylemişti [45]:

“Pazarda başarılı olmak için bir çok madde vardır. Ama ben İngiliz sanayiinin iyi tasarımın önemini unutursa asla rekabet edemeyeceğine inanıyorum. “Tasarım” derken sadece “iyi görünüş”ü kastetmiyorum. Bir ürünün fikir aşamasından üretim aşamasına kadar geçen sürenin ve ürünün çalıştığını, güvenilir, kaliteli oluşunu ve güzel görünümünü temin etmenin de bir o kadar önemli olduğu, tüm mühendislik ve endüstriyel tasarımları kastediyorum. Kısaca, insanlara ürünleri aldırان ve ürünlere iyi, güzel isimler verdiren tasarımdır. Bu, sanayimizin geleceği için önemlidir.”

Walsh ve diğerleri’ne göre, başbakanlık ilgisinin sonuçlarından biri, 1983 yılında başlatılan sanayicileri tasarıma dikkat etmenin faydalarından haberdar ettirmeyi amaçlayan “Kazanç İçin Tasarım” adlı, devletin sponsorluğunda mütevazı bir kampanyadır. Bir diğer tasarım teşvikini ise, 1984’de Sanayi ve Ticaret Departmanı’nın tasarım politikasının yayımlanması takip etmiştir. Aynı yazarlara göre bu politika, sanayi ve ticarete iyi tasarımın yararlarının farkında olunmasını artırmak, kamu ve özel sektördeki müşteriler arasında iyi tasarım bilinci elde etmek ve her seviyedeki tasarım eğitim/öğretimini geliştirmek içindir [46].

Mc Alhone'a göre, 1980'lerde devlet, sanayi üretiminin uluslararası rekabetinin, tasarım ve yenilikteki başarıyla yakından bağlantılı olduğu düşüncesiyle tasarım ve yenilikteşvikine odaklanmıştı [47].

1990'larda, muhafazakar hükümetin ve İşçi Partisi'nin tasarıma olan ilgileri devam etmiştir. Tasarım bakanı Taylor, Birleşik Krallık sanayisinin dünya arenasında rolünü artırmada tasarımın rolünü onaylamıştır. Taylor, şunları söylemiştir [48]:

“Rekabet edebilen bir dünya çevresinde rekabet edebilmek için tüm kurnazlıklarımızı kullanmalıyız. Tasarım da bu kurnazlıklardan bir tanesidir.”

Beyaz Rekabet Gazetesi'nde ayrıntılı olarak belirtildiği gibi, 1990'ların ortalarında, çalışmaların devletin tasarım politika sistemini geliştirmesi gerçeğine odaklandığı söylenebilir [49]. Örneğin, Tasarım Konseyi yeniden organize edilmiş, siyasi partiler parti programlarına tasarımla ilgili maddeler eklemişlerdir. Ayrıca, Birleşik Krallık ticareti içinde tasarımın etkili kullanımı teşviki ile kamu sektörü Sanayi ve Ticaret Departmanı'nın politikasında önemli bir unsur haline gelmiştir.

Birleşik Krallık'ta tasarım eğitime, gerek ulusal gerekse uluslararası piyasayı yöneten iyi bir sanayiye sahip olma açısından çok önem verildiğini söylemek mümkündür. Akademisyenler, politikacılar ve sanayiciler, İngiliz sanayisinin gelişimine eğitim aracılığıyla katkıda bulunmak için kendilerini sorumlu hissederler [13].

Sonuç olarak, tasarımın rekabet yaratmadaki öneminin Türk hükümeti tarafından kabul görmesi, üreticileri orijinal tasarımlara sahip daha iyi ürünler üretmeye itebilir. Bu da sanayi için bir kimlik yaratabilir. Bunun gerçekleştirilebilmesi, bu noktada politikacıların önemli bir role sahip olmalarında yatmaktadır.

4.1.14. Mesleki eğitim

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ve Avrupa Birliği Müktesebatının Üstlenilmesine İlişkin Türkiye Ulusal Programında ortak olarak ifade edilen amaçlar arasında; Ortaöğretimde mesleki-teknik eğitimin payı artırılarak, mesleki-teknik eğitim programlarının meslek standartlarına dayalı olarak yapılandırılmasının sağlanarak AB ülkeleri standartlarına çıkarılması önemli hedefler arasında yer almaktadır [50].

Ayrıca, 16. Milli Eğitim Şurası kararları arasında; mesleki-teknik öğretim programlarının geliştirilerek, mesleki yönlendirme konusunda gerekli düzenlemelerin yapılması, mesleki-teknik orta öğretim sürecinin ağırlık kazanacağı bir Orta Öğretim sisteminin geliştirilmesinin gerekliliği ifade edilmektedir. Bu kapsamda; öğrencilerin %35'ini genel orta öğretime, %65'inin de mesleki ve teknik orta öğretime yönlendirilmesi amaçlarını gerçekleştirebilecek proje çalışmaları yapılması planlanmıştır [51]. Türkiye’de meslek liselerinde okuyan öğrencilerin oranı %35’tir. Bu oran AB ülkeleri ile kıyaslanamayacak bir düzeydedir [50].

Türkiye’de, mobilyacılık sektörüne eğitilmiş işgücü yetiştiren kurumlar, Anadolu Teknik Liseleri, Anadolu Meslek Liseleri, Teknik Liseler, Endüstri Meslek Liseleri, Çok Programlı Liseler, Yetişkinler Teknik Eğitim Merkezleri, Mesleki Eğitim Merkezleri, Milli Eğitim Bakanlığı Erkek Teknik öğretim Genel Müdürlüğü’ne bağlı bünyesinde örgün ve yaygın endüstriyel teknik öğretim yapılan okullardır.

AB ülkelerinden İtalya ve Almanya’da mesleki eğitime verilen önem, bu okullarda okuyan öğrenci oranına bakıldığında anlaşılabilir. İtalya’da mesleki eğitim veren okullarda okuyan öğrenci oranı; toplamda %69, Almanya’da ise; %68 gibi yüksek oranlardadır [52].

Mesleki ve teknik eğitimin Türkiye’de yaygınlaştırılması kadar eğitim kalitesinin artırılması, öğrencilere yeni teknolojileri tanıyıp kullanabilecekleri bir eğitim verilmesi de önemlidir.

4.1.15. Türkiye’de ihracata destek politikaları

Yeniaras’a göre (2004) Türkiye’de uygulanan ihracata yönelik destek politikalarında ve bu çerçevede uygulanan teşvik araçlarında uluslararası ticaret sisteminde yaşanan değişim ve bunun sonucunda ortaya çıkan gereksinimler paralelinde yeni düzenlemeler yapılmaktadır. İthal ikameci politikaların terkedilerek dışa dönük büyüme modeline geçildiği 1980 sonrası dönemde, ihracat dışa açık büyüme modelinin temel taşı oluşturmuş ve ihracatın teşvik edilmesi amacıyla, Türk Eximbak’ın yanında Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı, Devlet Planlama Teşkilatı, Maliye Bakanlığı ve Merkez Bankası gibi kuruluşlar tarafından ana teması doğrudan parasal ödemeler, istisnalar veya düşük faizli krediler olan sübvansiyon niteliğindeki teşvik araçları uygulamaya konulmuştur [18].

1990’lı yılların ikinci yarısından itibaren ise dünya piyasalarıyla bütünleşme çabaları bakımından Türkiye yeni bir döneme girmiştir. Dünya ticaretini daha normatif ve liberal hale getirmeyi amaçlayan DTÖ’ye taraf olan Türkiye, 1996 yılında AB ile Gümrük Birliği oluşturarak dünya ekonomisi ile entegre olma konusunda yeni bir döneme girmiştir [18].

Türkiye’nin dünya ekonomisi ile entegre olması gereğinin bir sonucu olarak, 1994 yılı sonunda mevcut teşvik politikalarında değişikliğe gidilerek, taraf olduğu uluslararası anlaşmaların gereği ve ihracata yönelik sağlıklı ve çok yönlü bir sanayi yapısının oluşturulması ilkesinden hareketle, “nakit teşvikler” yürürlükten kaldırılmış, yerine Bakanlar Kurulu’nun 27.12.1994 tarih ve 94/6401 sayılı İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı’nın dördüncü maddesinin verdiği yetkiye dayanılarak DTM tarafından AB ve GATT normlarına uygun olarak hazırlanan yeni destek araçları uygulamaya konulmuştur. Günün koşullarına göre yeni düzenlemeler yapılmaya devam edilmekle birlikte, halihazırda “İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı” kapsamında Araştırma Geliştirme (Ar-Ge) Yardımları, Eğitim Yardımı, İstihdam Yardımı, Pazar Araştırması Yardımı vb. destek programları yürütülmektedir. Böylece Türkiye’de devlet desteği, prensip olarak gelişmiş ve batılı ülkelerin uygulamalarına paralel bir şekilde ve “bir faaliyetin gerçekleştirilmesi”

şartına bağlı olarak sağlanmaya başlanmıştır. Söz konusu yardımların temel amacı, KOBİ niteliğindeki firmalar başta olmak üzere, ihracatçı firmaların ihracata yönelik faaliyetlerini gerek üretim, gerekse pazarlama aşamalarında destekleyerek, uluslararası pazarlarda karşılaştıkları sorunların giderilmesine yardımcı olmak ve rekabet gücü kazanmalarına olanak sağlamaktır [18].

Türk Eximbank kredi programlarında da bu çerçevede uluslararası yükümlülükler dikkate alınarak çeşitli değişikliklere gidilmiş; 15 Ocak 1996 tarihinde, Hedef Pazar İhracat Kredisi, İlk Adım İhracat Kredisi ile Sevk Öncesi İhracat Kredisi programı kapsamında “Öncelikli Sektörlere” kullandırılan krediler yürürlükten kaldırılmıştır. DTM İhracat-96/12 sayılı Tebliğ’in 23 Ocak 1996 tarihli resmi gazete yayımlanarak yürürlüğe girmesiyle de, Türk Eximbank orta ve uzun vadeli ihracat kredi programlarını OECD Uzlaşması hükümlerine göre uyumlaştırmıştır. Türk Eximbank halen, DTÖ, OECD ve AB’nin yeni düzenlemelerini sürekli izleyerek tüm programlarında uluslararası normlara uygun hareket etmeye özen göstermektedir [18].

- Türkiye’de ihracata uygulanan devlet yardımları ise aşağıdaki hususları kapsamaktadır:
- Yurtdışında düzenlenen fuar ve sergilere milli düzeyde veya bireysel pazar araştırması desteği
- Çevre maliyetlerinin desteklenmesi (Iso ve diğer uluslararası sertifikalara teşvik)
- Yurtdışında ofis-mağaza açma, işletme ve marka tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi
- Türk ürünlerinin yurtdışında markalaşması, tanıtım ve tutundurması ile
- ‘Türk Malı’ imajının yerleştirilmesine yönelik faaliyetlerin desteklenmesi
- Araştırma-geliştirme (AR-GE) yardımları
- Patent, faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım harcamalarının
- desteklenmesi
- Uluslararası nitelikteki yurtiçi ihtisas fuarlarının desteklenmesi
- Eğitim yardımı

- İstihdamyardımı

Türkiye’de ihracata devlet yardımlarını uygulayan kuruluşlar ve görevleri Çizelge 4.29’da gösterilmiştir.

Çizelge 4.29. İhracata yardım faaliyetlerini uygulayan kurumlar [18]

Kuruluşun Adı	Sorumlu Olduğu Devlet Yardımı
Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM)	• Çevre • Yurt Dışı Ofis-Mağaza (Sdtş'lerin İşlemleri) • Marka-Tanıtım • İstihdam Yardımı
İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME)	• Pazar Araştırması (Pazar araştırması projelerinin desteklenmesi) • Eğitim
İhracatçı Birlikleri Firmalar, Türkiye’de bulunan toplam 12 adet ihracatçı birliğinden, bağlı oldukları birliğe müracaat edeceklerdir.	• Yurt Dışı Fuar / Sergi • Yurt İçi Fuar • Yurt Dışı Ofis-Mağaza • Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi
İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV)	Pazar Araştırması (KOBİ’ler arasında uluslararası işbirliği faaliyetlerinin desteklenmesi)
Türk Patent Enstitüsü	• Fikri ve Sınai Mülkiyet Haklarının Korunması • Patent, Faydalı Model Belgesi ve Endüstriyel Tasarım Tescil Yardımı
Türkiye Bilimsel Ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) Teknoloji İzleme ve Değerlendirme Başkanlığı (TİDEB)	• Ar-Ge
Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)	• Ar-Ge

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Mobilya, doğal kaynakların kullanımı, projelerin oluşumu, üretim, pazarlama ve satış gibi faktörlerin etkileşimi sonucunda ortaya çıkan, ulusal ve uluslararası ekonomik değer ve gücü olan bir üründür.

2005 yılında dünya mobilya ticareti 76 milyar doları bulmuştur. Bu rakamın 2050 yılında 1 trilyon doları bulması beklenmektedir. 2005 yılı itibariyle, 170 ülkeye ihracat yapmasına karşın Türkiye, dünya mobilya ticaretinde %0,9'luk düşük bir paya sahiptir. Ancak, büyük ölçüde iç pazara yönelik bir yapılanma olmasına rağmen Türkiye mobilya sanayisi, son birkaç yılda büyük firmaların katkısıyla ihracatın önemini kavramış ve ihracat miktarını artırmaya başlamıştır. Türkiye mobilya ihracatının büyük bölümünü AB ülkelerine yapmaktadır.

AB dünyanın en önemli mobilya üreticisi olmasının yanı sıra dünyanın en büyük mobilya ithalatçısıdır. 25 üyeli AB bugün dünyanın en kalabalık 3. bölgesidir ve mobilya tüketimi kişi başına ortalama 162 avrodur. Türkiye'de kişi başına mobilya tüketimi ortalama 12,5 avrodur.

Gümrük Birliği Anlaşması'yla tüm gümrük vergilerinin sıfırlandığı AB gelecekte de Türkiye mobilya sanayisinin önemli pazarlarından olabilir. Mobilya üretimi AB ülkelerinde köklü bir geçmişe sahiptir ancak, artan maliyetler sonucunda AB mobilya üretimini azaltmış ve başta Doğu Avrupa ve Uzak Doğu ülkeleri olmak üzere, başka ülkelere taşıma eğilimine girmiştir. AB'ye fason mobilya üretimi yapan ülkelerin 2002-2003 arasındaki mobilya üretim ciroları 6 644 milyon avro olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye mobilya sanayisinin tamamına yakını KOBİ'lerden oluşmaktadır. Sektörde kayıt dışılığın %65 düzeyinde olduğu tahmin edilmektedir. Kayıt dışı çalışmanın en önemli sebeplerinden biri vergi sistemidir.

Türkiye’de karmaşık bir vergi sistemi vardır ve vergiler çok yüksektir. AB’de Asgari Ücret üzerindeki ortalama vergi yükü %25, Türkiye’de %70-75 arasındadır. OECD ülkeleri içinde en yüksek gelir vergisi oranı %45 ile Türkiye’dedir. Türkiye mobilya sektörü %33 ile OECD içinde en yüksek kurumlar vergisi ödeyen 5. sektördür.

OECD ülkeleri içinde en pahalı elektriği Türkiye sanayisi kullanmaktadır.

Mobilya sektörüne hammadde sağlayabilecek verimli orman alanlarının toplam orman alanına oranı Türkiye’de %48, AB’de %76,6’dır.

Mobilya sanayisi büyük oranda; düzensiz, dağınık ve olumsuz fiziksel ortamlarda imalat yapmaktadır.

Türkiye mobilya sanayisine nitelikli eleman yetiştirmek için kurulan Meslek Liselerinin, genel orta öğretim içindeki payı çok küçüktür (%35) ve mevcut okullardaki müfredat, yeni teknolojiyle uyumlu değildir.

AB’de mobilya tasarımı temel bir endüstridir ve kökleri sanayi devrimine kadar dayanır. AB ülkelerinde tasarıma ciddi devlet destekleri söz konusudur. Türkiye mobilya sektöründe ürün tasarımı ve marka bilinci yeni oluşmaya başlamıştır.

Türkiye’nin en önemli sektörlerinden biri ve önemli bir ihracat gücü olma kapasitesine sahip mobilya sektörü, bugünkü görüntüsüyle bu potansiyelin çok altındadır. Sektörün gelişmesi için sorunlarının bir an önce çözülmesi ve harekete geçirilmesi, ülke ekonomisine büyük katkılar sağlayabilir.

Sektörde denetimlerin sıklaştırılması, vergi oranlarının AB normlarına göre yeniden belirlenmesi, özellikle istihdam üzerindeki vergilerin azaltılması, kayıt dışı çalışmayı azaltarak sektörün bir envanterinin çıkartılmasını ve geleceğe yönelik planlar yapılmasını sağlayabilir.

Vergilerin yanısıra yüksek elektrik fiyatlarıyla ilgili bir düzenlemeye ve indirimle gidilmesi, maliyetleri düşürerek sektörün rekabet gücünün ve mobilya ihracatının artırılmasına katkıda bulunabilir.

İhracat yapmak isteyen işletmelere dış pazarlara ait bilgilerin ulaştırılması, bu pazarların tanıtılması, uluslararası sergi ve fuarlara katılmaları sağlanarak ihracat imkanları artırılabilir.

Uygun fiziki şartların sağlanması için Küçük Sanayi Siteleri ve Organize Sanayi bölgeleri yapımına devlet tarafından destek verilmesi KOBİ'lerin gelişimine katkıda bulunabilir.

KOBİ'lerin güç birliği yapabilmeleri için, çeşitli organizasyonlar yapılarak, bir ürünün farklı parçalarının değişik işletmelerde yapılması, böylece hem uzmanlaşma hem de maliyetlerin düşürülmesi sağlanabilir. Ayrıca bu birlik sağlanırsa küçük işletmelerinde ihracat yapmaları sağlanabilir.

Her ne kadar ihracat teşvikleri uluslararası anlaşmalarla sınırlandırılıyorsa da yeni teşvik olanakları araştırılarak, ihracata verilemeyen teşviklerin, üretimi ve kaliteyi artırmaya yönelik olarak verilmesi düşünülebilir.

AB'nin mobilya üretimini maliyetlerden dolayı başka ülkelere kaydırması Türkiye mobilya sanayisi için bir fırsat olabilir. Türkiye'nin AB mobilya üreticilerinin fason imalatını yapması bir geçiş süreci olarak düşünülebilir. Üretimine AB'nin fasonculuğuyla başlayan Çin örneğine bakılması ve irdelenmesi uygun gözükten örnek bir model olarak durmaktadır.

Dünya'da bir *Türk Mobilyası* kimliği oluşturabilmek için dünya standartlarına uygun, kaliteli ve özgün tasarımlı mobilyalar yapılmasını teşvik edilebilir.

Tasarımın uluslararası rekabetteki öneminin kavranması ve mobilya sanayisi ile ilişkilendirilebilmesi için Birleşik Krallık siyasi partilerinin politikaları, Türk

politika gündemine uyarlamak amacıyla incelenebilir. Bu, tasarım eğitimini Türk sanayisi ile ilişkilendirmek için önemli bir adım olarak görülmektedir.

Çıkarılan başlıca sonuçlar ışığında, Türkiye’de tasarım eğitiminin mobilya sanayi ile ilişkilendirme fikrinin geliştirmek amacıyla aşağıdaki tavsiyelerde bulunulabilir:

- Tasarım sanayisini 21. yüzyılın ulusal önemli sanayilerinden biri olarak geliştirmek sponsorluğu hükümet tarafından yapılacak bir Devlet Tasarım Dairesi kurulmalı. Bir devlet dairesi, sanayide, eğitimde ve hükümette tasarım düşüncesi ve etkili tasarım kullanma konusunda teşvik ve tavsiyede bulunabilir.

- Tasarım sanayisi için bir altyapı hazırlama, tasarım çalıntılarını yasaklama ve orijinal tasarımları korumak için tasarımla ilgili düzenlemeler birleştirilebilir. Daha iyi eğitilmiş, çeşitli yetenek ve tecrübelerle sahip tasarımcılar yetiştirmek için tasarım eğitim sistemi yeni bir düzene sokulabilir (örneğin tasarım telif hakkı).

Sonuç olarak, Türkiye mobilya sektöründe küçük işletmelerin birleşerek güçlü işletmelere dönüştürülmesi, kayıt dışı ticaretin önlenmesi, dağıtım sistemlerinin düzenlenmesi, KDV oranlarının rakip ülkeler düzeyine indirilmesi, SSK yükünün hafifletilmesi, üniversite sanayi işbirliğiyle kalifiye işgücü sağlanması, modern tasarım ve patent hakkına ilişkin çağdaş düzenleme yapılması, mobilya kalite testleri ve standartla uygunluğunun sağlanmasında gerekli organizasyon ve denetimin sağlanması konularında düzenlemelere ihtiyaç vardır.

KAYNAKLAR

1. Devlet Planlama Teşkilatı, “9. Kalkınma Planı; Ağaç Ürünleri Ve Mobilya Özel İhtisas Komisyon Raporu”, **DPT**, Ankara, 87-115 (2006).
2. İnternet: Küreselleşme Sürecinde Alman Mobilya Sanayi, Mobilya Online. http://www.mobilyaonline.net/haber/22/imm-kuresel_devam.htm (2006).
3. Jonkers, J., “Domestic Furniture”, **CBI**, England, 17, 23-24, 47-90 (2005).
4. İnternet: World Furniture Outlook 2005, Mebeli. <http://www.mebeli.info/go.-idecs?l=english&i=10355> (2006).
5. İnternet: İnegöl Mobilyada Dünyaya Açıldı, Ekolife. <http://www.ekolife.-com.tr/site/detay.php?B...o=2&HaberID=137> (2006).
6. İnternet: AB Nedir, TOBB. <http://www.tobb.org.tr/abm/raporlaryayinlar/-abnedir.doc> (2006).
7. İnternet: Avrupa Birliği, İSO. http://www.iso.org.tr/abm_avrupa_birligi.asp#1 (2006).
8. İnternet: Küreselleşme Sürecinde Dünya Mobilya Endüstrisi, Mobilya Dergisi. <http://www.mobilyadergisi.com.tr/69/derleme&001.asp> (2005).
9. Uzun, N., “Açılış Konuşması”, **Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Pazarlarda Rekabet İmkanları Paneli**, İstanbul, 1-2 (2005).
10. Yılmaz, A., “Mobilya Sektörünün Gelişimi”, **Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Pazarlarda Rekabet İmkanları Paneli**, İstanbul, 7-11 (2005).
11. Anonim, “Önsöz”, **1.Ulusal Mobilya Kongresi**, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 1 (1997).
12. İnternet: Mobilya, Türk Dil Kurumu. http://www.tdk.gov.tr/TDKSOZLUK/-SOZBUL.ASP?kelime=mobilya&subm_it1=Ara (2005).
13. Çınar, H., “Patron or Consumer: The Role of Government Departments and Agencies in Design Management with Specific reference to Turkey”, Doktora Tezi, **Department of Architecture and 3 Dimensional Design, Manchester Metropolitan University**, Manchester England, 18-21 (2001).
14. Çınar, H., “An Overview of Furniture Design Education and Furniture Industry in Turkey”, **Eğitim ve Bilim Dergisi**, 30:15 (2005).
15. Çınar, H., “Tasarıma Sosyal, Kültürel ve Ekonomik yaklaşımlar”, **Birinci Uluslararası Mesleki ve Teknik Eğitim Kongresi**, İstanbul, 21-23 (2005).

16. İnternet: Mobilya, İGEME. <http://www.igeme.org.tr/tur/haber/uzmantez/-Tezbaris.pdf> (2005).
17. İnternet: Tarife, Gümrük Müsteşarlığı. http://www.gumruk.gov.tr/content.-aspx?cT=0&cId=0_1_15_1 (2005).
18. Yeniaras, N., “Artan Uluslararası Rekabet Ortamı ve Uymak Zorunda Olduğumuz Uluslararası Kurallar Çerçevesinde İhracatta Devlet Yardımları”, *Dış Ticarete Durum*, 52: 52-58 (2004).
19. Sakarya, S., “Mobilya Sektörü Değerlendirme Raporu”, *OAİB/AR-GE*, Ankara, 5-10, 34-42 (2006).
20. İnternet: Market Research Studies, CSIL. <http://www.csilmilano.com/-furniture/reports.html#reports3> (2006).
21. Rawlings, B., “Observation as a Method of Collecting Data”, *Research Seminar Series*, The Institute of Advanced Studies, Manchester Polytechnic, Manchester, 21-25 (1991).
22. Konukcu, M., OrmanlarveOrmancılığımız, *DPT*, Ankara, 167, 169 (2001).
23. İnternet: AB 6. Çerçeve Programı, Gazi Üniversitesi. <http://www.fb6.gazi.-edu.tr/kobitanimi.htm> (2006).
24. İnternet: Mobilya Sektörünün Sorunları, Haber Ekspres. <http://www.-haberekspres.com.tr/2005/05/30/yazi.php?id=250> (2006).
25. İnternet: 2005 Aralık Ayı Sanayi Üretimi, Maliye Bakanlığı Stratejik Araştırmalar Başkanlığı. http://www.sgb.gov.tr/calismalar/kisa_rapor/uretim_96_7.pdf (2006).
26. Kayacıklı, T., Emil, T., “Dünyada ve Türkiye’de Mobilya Sektörü”, *İTO*, İstanbul, 1-28 (2003).
27. Anonim, “Türkiye İstatistik Yıllığı”, *TÜİK*, Ankara, 23-26 (2005).
28. İnternet: Türkiye’nin Sektörel Dış Ticaret İstatistikleri, DTM. <http://www.dtm-gov.tr/ead/SEKTOR/Sektor.htm> (2006).
29. İnternet: Ülkemizde Vergi Adaleti Nasıl Sağlanır, Mali Haber. <http://www.-malihaber.com/modules.php?name=News&file=article&sid=276> (2006).
30. İnternet: Vergi ve Sigorta Primleri, İşveren. http://www.tisk.org.tr/isveren_-sayfa.asp?yazi_id=1416&id= (2006).

31. İnternet: Asgari Ücret, Dünya Gazetesi. http://www.dunyagazetesi.com.tr/-news_display.asp?upsale_id=262655 (2006).
32. İnternet: Dış Açık ve Elektrik Fiyatları, Radikal. <http://www.radikal.com.tr/-haber.php?haberno=182098> (2006).
33. İnternet: Enerji Kaynakları, İşveren. http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.-asp?yazi_id=1402&id= (2006).
34. İnternet: Avrupa Birliği'nin Çevre Politikası, İktisadi Kalkınma Vakfı. <http://www.ikv.org.tr/pdfs/4f3a608d.pdf> (2006).
35. Sönmez, A., "Avrupa Birliği'ne Mobilya İhracatında İstenen Yasal Düzenlemeler", *1.Çevre ve Ormancılık Şurası*, Antalya, 25-29 (2005).
36. Geodkoop, M., Spiensma, R., "The Economic Indicator 1999: A damage oriented method for life cycle impact assesment, methodology report", *Pre-product Ecology Consultants*, B.V. Amersfoot, Nedherlands, 3 (1999).
37. Çınar, H., "Eco-design and furniture: Enviranmental Impacts of Wood-Based Panels, Surface and Edge Finishes", *Products Journal*, 11: 55 (2005).
38. Erzurumluoğlu, Ö., "Product Design in the Turkish Furniture Industry and its Potential Role with Respect to International Developments", Yüksek Lisans Tezi, *ODTÜ*, Ankara, 32 (1991).
39. Er, H. A., "The Emergence and Development Patterns of Industrial Design in the newly Industrialized Countries, NICs", Doktora Tezi, *Institute of Advanced Studies, The Manchester Metropolitan University*, Manchester, 93 (1994).
40. Çınar, H., "An Investigation into Kitchen Layouts, Units and Dimensions in Relation to Wheelchair Users", Yüksek Lisans Tezi, *London Guild Hall University*, London, 18 (1997).
41. Munro, D. K., and Denel, S., "A Report on Industrial Design in Turkey", *University of Southampton No:8, Southampton*, 15-19 (1994).
42. Asatekin, M., "Türkiye'de Tasarımın Gelişmesi", Doktora Tezi, *ODTÜ*, Ankara, 45 (1994).
43. Coombs, R., Saviotti, P., Walsh, V., "Economics and Technological Change", *The Design Agenda*, 128: 15-25 (1992).
44. Stewart, R., "Design and British Industry", *The Design Agenda*, 67: 38-45 (1987).

45. Conran, T., “The Advancement of Design Awareness”, *Design Management Seminars- Design Talks*, London Business School, 67-71 (1988).
46. Walsh, V., Roy, R., Bruce, M., and Potter, S., “Winning by Design, Technology, Product Design and International Competitiveness”, *The Design Dimension Group*, The Open University and The University of Manchester Institute of Science and Technology, Blackwell, 50 (1992).
47. Mc Alhone, B., “Anatomy of a Billion Pound Business-British Design Consultancy”, *The Design Council*, 65: 44-47 (1987).
48. Taylor, L., “Design Council Plans for 1996”, *Design Week*, Manchester, 5 (1996).
49. HMSO, “Government, Competitiveness”, *Forging Ahead cmnd 2867*, London, 143 (1995).
50. İnternet: Hedefimiz Öğrencilerin Yüzde Yetmişini Meslek Liseli Yapmak, Radikal. <http://www.milliyet.com.tr/2006/02/13/eg/aege.html> (2006).
51. İnternet: Orta Öğretim Projesi, Milli Eğitim Bakanlığı. <http://projeler.meb.-http://projeler.meb.-gov.tr/eng/oop.htm> (2006).
52. İnternet: Eğitim Öğretim, Milli Eğitim Bakanlığı. <http://earged.meb.gov.tr/-urn/dosyalar/egogrtm.htm> (2006).

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : AKSAYAR, Mehmet Fatih
 Uyuğu : T.C.
 Doğum tarihi ve yeri : 27.11.1967 Genç
 Medenihali : Evli
 Telefon : 0 (312) 280 22 24
 Faks : 0 (312) 247 17 81
 e-mail : fatihaksayar@gmail.com

Eğitim Derece

Eğitim Birimi

Mezuniyet tarihi

Lisans	Gazi Üniversitesi/ Mobilya ve Dekorasyon Eğitimi	1992
Lise	Bursa Tophane Endüstri Meslek Lisesi	1985

İş Deneyimi Yıl

Yer

Görev

1992-1997	Mardin Endüstri Meslek Lisesi	Öğretmen
1997-1998	Polatlı Çıraklık Eğitim Merkezi	Öğretmen
1998-2006	Sincan Endüstri Meslek Lisesi	Öğretmen

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

-

Hobiler

Kitap, Bilgisayar, Spor