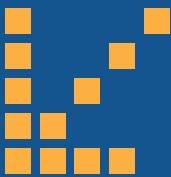


TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2012

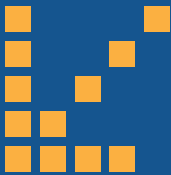


ARALIK 2012





**TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ
MECLİSİ
SEKTÖR RAPORU
2012**



ARALIK 2012





2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

ISBN : 978-605-137-230-3

TOBB Yayın Sıra No: 2013/188

TOBB yayınları için ayrıntılı bilgi
Yayın Müdürlüğünden alınabilir.

Tel : +90 (312) 218 20 00

Faks : +90 (312) 219 20 64

İnternet: www.tobb.org.tr

TOBB yayınlarına tam metin ve ücretsiz olarak internetten ulaşabilirsiniz.

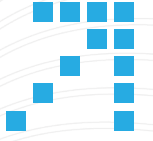
Sayfa Düzeni ve Baskı:

Mattek Matbaacılık Bas. Yay. Tan. San. Tic. Ltd. Şti.

Ağaçişleri Sanayi Sitesi 1354 Cad. 1362 Sokak No: 35 İvedik - ANKARA

Tel: 0.312 433 23 10 • www.mattekmatbaa.com.tr

mattekmatbaa@yahoo.com - info@mattekmatbaa.com



ÖNSÖZ

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Türk özel sektörünün en üst düzeyde yasal temsilcisi sıfatı ile özel sektörümüzün ihtiyaçları doğrultusunda çalışmalar yürütmüş, sorunlarına çözüm aramış ve özel sektörün istikrarlı bir biçimde gelişimine katkıda bulunmuştur.

Sektörlerimize daha kapsamlı hizmet sunulması ihtiyacı doğrultusunda ve bu hizmetlerin geliştirilmesi perspektifinde 18 Mayıs 2004 tarih ve 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu'nun 57'nci maddesine dayanılarak "Türkiye Sektör Meclislerinin Kuruluş, Görev ve Çalışma Yönetmeliği" hazırlanmıştır. 12 Şubat 2005 tarih ve 25725 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Yönetmeliğimize istinaden Birliğimiz şemsiyesi altında 52 adet Türkiye Sektör Meclisi oluşturulmuştur.

Türkiye Sektör Meclisleri Temmuz 2006 tarihinden bu yana faaliyetlerine devam etmektedir. Bu süreçte varolan ihtiyaç ve sektörden gelen talep üzerine meclis sayısı 59 olmuştur.

Türkiye Sektör Meclisleri, sektörün tüm ilgilileri taraflarını bünyesine alan entegre yapısıyla, yerel olduğu kadar uluslararası nitelik taşıyan sektörel bir bakış açısıyla ve bugünün yanında geleceği kuşatan strateji ve vizyonu ile, Dünyadaki benzer örneklerinden daha kapsamlı hizmetler sunmaya yönelmiş bir yapıdır; sektörümüze ve ekonomimize büyük faydalar sağlama potansiyeli taşıyan önemli bir oluşumdur.

Meclisler, firmaların, sektörel kuruluşların ve ilgili kamu kurumlarının üst düzey yöneticileri ile temsilcilerini bünyesine katan önemli bir buluşma noktasıdır. Türkiye Sektör Meclisleri, yelpazesi içine aldığı tüm ekonomik sektörler için radikal bir adımı temsil etmektedir. Sektörel kurum ve kuruluşların tek bir çatı altında toplanabilmesi, sorunların çözümü ve sektörlerimizin ülke ekonomisine katkılarının artırılması yolunda önemli bir taahhüdün göstergesidir. Meclis içerisinde sağlanan birlik ve beraberlik ortamı, ortak görüşlerin oluşturulmasına ve ortak kararların alınmasına imkan sağlamıştır. Ortak kararlar doğrultusunda başlatılan girişimlerden ilgili merciler nezdinde daha olumlu sonuçlar alınmaktadır. Bu sektörel yapılanma ile kamu-özel sektör ortaklığının etkin biçimde hayata geçirilebileceği sağlam bir zemin oluşturulmuştur.

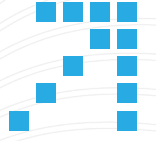
Meclis faaliyetleri çerçevesinde, Meclis çalışmalarından daha fazla verimin alınabilmesi, farklı görüş ve düşüncelerin uyumlaştırılması, tutarlılık sağlanması, sektörün mevcut durumu ve geleceğe yönelik beklentileri konusunda kamuoyunun bilgilendirilmesi amacıyla Meclislerimiz tarafından sektör raporları hazırlanmıştır.

Hazırlanan sektör raporunun sektörel politika ve stratejilerin oluşturulması, geleceğe yönelik projeksiyonlara ve piyasa araştırmalarına ışık tutması açısından faydalı olacağı düşüncesiyle sektörümüze, camiamıza ve ilgililere hayırlı olmasını dilerim.

M. Rifat HİSARCIKLIOĞLU
Başkan



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU



ÖNSÖZ

Türkiye mobilya endüstrisi çoğunluğu geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerle birlikte 1990'larda orta ve büyük ölçekli işletmelerin katılımları ile bilgi ve sermaye ağırlıklı imalat kolu olmuş Türkiye endüstri alanlarında son 10 yılda dış ticaret açığı vermeyen nadir sektörlerden birisi haline gelmiştir. Hızlı gelişim ve değişim sürecinde olan sektör, markası, kalitesi, sektördeki küçük – büyük ölçekli işletmeleri, coğrafi konumu, ülkenin genel büyüme yönlü politikası, genç nüfusu, kişi başına düşen milli gelirin iyileşmesi gibi faktörler sektörün iç ve dış pazarlarda potansiyel arz etmesine neden olmaktadır.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) başkanlığı tarafından görevlendirildiğimiz 9. Kalkınma Planı'nda sektörümüz 'Mobilya Sektörü' başlığı ile ilk kez anılmış ve TOBB Başkanı Sayın M. Rifat Hisarcıklıoğlu'nun girişimleri ile önemsenen bir sektör haline gelmiştir. Oluşturulan 59 sektör meclisinden birisi 'Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi' olmuştur. Bugüne kadar ağaç işleri sektöründe alt sektör olarak yer alan mobilya sektörümüz ilk olarak, yine Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından ana sektör olarak tanımlanmıştır.

Sektördeki ulusal örgütlenme 2000 yılı başlarında başlatılmış ve bugün sektör derneklerinde faaliyet sürdürülmektedir. Sektör derneklerinin en önemli çalışmaları arasında düzenledikleri uluslararası fuarlar ülke mobilya sektörünün tanıtımı ve gelişimi için önemlidir.

Sektörümüz bugün 214 ülkeye 1,6 milyar Dolar ihracat yapan sektör olmuştur. 2001'den buyana sürekli artan ihracat değeri ile 2023 yılı için 25 milyar Dolar üretim ve 10 milyar dolar ihracat beklentisi ile Dünya'nın 10. büyük mobilya üreticisi olmayı hedeflemektedir.

Sektörümüz için hazırladığımız ve güncel bilgilere yer verdiğimiz bu raporun hazırlanmasında bizi teşvik eden başta TOBB Başkanı sayın Rifat Hisarcıklıoğlu ve sektörümüzün saygın temsilcilerine teşekkür ederim.

Saygılarımla,

Davut DOĞAN

Türkiye Mobilya Ürünleri Meclis Başkanı



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU



İÇİNDEKİLER

Tablolar Listesi	8
Şekiller Listesi	9
KISALTMALAR	10
SITC Kodu – Ürün Tanımı	12
GTİP Kodu – Ürün Tanımı.....	13
1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ	15
1.1. İşyeri Sayısı ve İstihdam	17
1.2. Haksız Rekabet.....	18
1.2.1. Kayıt Dışı	18
1.2.2 Fikri Hakların Korunması.....	18
1.3. Mesleki Eğitim	19
1.3.1. Kalifiye İşgücü (Okullar)	19
1.3.2. Kalifiye İşgücü/Çalışanlar	20
1.3.3. Kalifiye İşgücü/Yöneticiler.....	21
1.4. Üretim Miktarı, Kapasite Kullanım Oranları	21
1.5. Sektörün Bölgesel Olarak Dağılımı.....	24
1.6. İthalat ve İhraca Rakamları	25
2. SEKTÖRÜN SWOT/GZFT ANALIZI.....	35
2.1. Sektör İçi Analiz	37
2.2. Çevre Analizi	38
3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR	40
4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER.....	43
5. SEKTÖRÜN DIŞ PIYASALARDAKİ DURUMU	44
6. SEKTÖRÜN ALTYAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI	61
7. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA, KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI	63
8. SEKTÖREL YAPILANMA	65
9. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI VE VERİMLİLİK.....	65
9.1. Haksız Rekabet.....	66
9.2. Eğitim, Kalifiye İşgücü, İstihdam, Deneyim Eksikliği.....	66
9.3. Verimlilik, Yönetim ve Kurumsallaşma	66
9.4. Tasarım, AR-GE	67
9.5. Tanıtım, Markalaşma ve Pazarlama	69
9.5.1 Tanıtım	69
9.5.2 Pazarlama	69
9.5.3 Markalaşma	70
9.6. Hammade	71
9.7. Yan Sanayi	73
9.8. Lojistik, Nakliyat	74
9.9. Kamu Sekör İlişkileri.....	75
9.10. Sermaye/Finansman	75
10. GENEL DEĞERLENDİRME	77



Tablolar Listesi

Tablo 1.1: İşyeri Sayısı ve İstihdam	7
Tablo 1.2: Yıllar İtibariyle Türkiye Mobilya Üretimi	21
Tablo 1.3: Mobilya İmalatı Kapasite Kullanım Oranları	22
Tablo 1.4: Ürün Gruplarına Göre Türkiye Mobilya İhracatı	25
Tablo 1.5: Ülkelere Göre Türkiye Mobilya İhracatı	28
Tablo 1.6: Yakın Komşular Ve Arap Ülkeleri Ve Türkiye Mobilya İhracatı	29
Tablo 1.7: Ürün gruplarına göre Türkiye mobilya ithalatı	31
Tablo 1.8: Ülkelere Göre Türkiye Mobilya İthalatı	33
Tablo 1.9: Türk Mobilya Endüstrisi Dış Ticaret Dengesi	34
Tablo 5.1: Dünya Mobilya İhracatı, Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları	46
Tablo 5.2: Dünya Mobilya İhracatı, Tıp, Cerrahi, Dış Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları	47
Tablo 5.3: Dünya Mobilya İhracatı, Diğer Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları	49
Tablo 5.4: Dünya Mobilya İhracatı, Somya, Kanepeler, Yatak Takımı Ve Benzeri Eşya	50
Tablo 5.5: Dünya Mobilya İhracatı Ve Türkiye'nin Pozisyonu	52
Tablo 5.6: Dünya Mobilya İthalatı, Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları	53
Tablo 5.7: Dünya Mobilya İthalatı, Tıp, Cerrahi, Dış Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları	55
Tablo 5.8: Dünya Mobilya İthalatı, Diğer Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları	56
Tablo 5.9: Dünya Mobilya İthalatı, Somya, Kanepeler, Yatak Takımı Ve Benzeri Eşya	58
Tablo 5.10: Dünya Mobilya İthalatı Ve Türkiye'nin Pozisyonu	59

Şekiller Listesi

Şekil 1.1: Gelir Gruplarının İlk 5 Harcama Grubu Oranı	
Şekil 1.2: GZFT/SWOT Analizi	
Şekil 5.1: Dünya Mobilya Üretimi	
Şekil 5.2: Dünya Mobilya Ticareti (Yıllık Trent)	



KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	Araştırma Geliştirme
ATR	Dolaşım Belgesi (Movement Certificate)
B.A.E	Birleşik Arap Emirlikleri
Bknz	Bakınız
CSIL	Center for Industrial Studies
CUM	Cumhuriyet
DiİB	Dahil İşlemlerde İzin Belgesi
EC	Avrupa Topluluğu (European Community)
EU	Avrupa Birliği (European Union)
FED	Federasyon
FSC	The Forest Stewardship Council
GTİP	Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon Kodları
GZFT/SWOT Threats)	Güçlü, Zayıf, Fırsatlar, Tehditler (Strengths, Weakness, Opportunities,
İMKB	İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
KDV	Katma Değer Vergisi
KKTC	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme
KOSGEP	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Dairesi
MOBDER	Mobilyacılar Derneği
MOBSAD	Mobilya Sanayi İşadamları Derneği
MOSDER	Mobilya Sanayicileri Derneği
MDF	Lif levhalar
MUDER	Mutfak Mobilya Üreticileri Derneği
NACE	Ekonomik Faaliyetlerin İstatistik Sınıflaması
OMSİAD	Ofis Mobilyacılar Derneği
OSB	Organize Sanayi Bölgesi
Ser. Böl.	Serbest Bölge
SGK	Sosyal Güvenli Kurumu
SITC/USTS Classification)	Uluslararası Standart Ticaret Sınıflaması (Standart International Trade
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
vs.	vesaire
vb.	ve benzeri



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU



GİRİŞ

Mobilya sektöründe ticarete konu olan tüm ürünler için iki temel sınıflandırma sistemi kullanılmaktadır. Detaylı veriler için Armonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemi (The Harmonized Commodity Description and Coding Systems) kısaca Armonize Sistem kullanılırken, toplulaştırılmış veriler için ise Uluslararası Standart Ticaret Sınıflaması (SITC Rev.3, Standart International Trade Classification) kullanılmaktadır. Mobilya, Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırmaya (SITC) göre 821. ve 872.4. bölümlerde sınıflandırılmıştır. Mobilyanın SITC-Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırılması aşağıda verilmektedir.

SITC Kodu - Ürün Tanımı

821.1 – Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirilebilen türden olsun olmasın), bunların aksam ve parçaları

821.2 – Yatak takımı eşyası ve benzeri eşya

821.3 – Metalden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)

821.5 – Ahşap mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)

821.7 – Diğer maddelerden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)

872.8 – 821.3, 821.5 ve 821.7 grubundaki mobilyaların aksam ve parçaları

872.8 – Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları kısa anlamda Armonize Sistem, geniş anlamda ise Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon Kodları (G.T.İ.P.) esas alınarak oluşturulan mobilya ürün tanımları aşağıda verilmektedir.



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

GTİP Kodu – Ürün Tanımı

GTİP Altılı Kodu	GTİP Altılı Adı
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları
940110	Hava taşıtlarında kullanılan türde oturmaya mahsus mobilyalar
940120	Motorlu taşıtlarda kullanılan oturmaya mahsus mobilyalar
940130	Yüksekliği ayarlanabilen döner koltuk-sandalyeler
940140	Yatak haline getirilebilen oturma mobilyası (kamp ve bahçe için hariç)
940151	Hint kamışı/bambudan oturmaya mahsus mobilyalar
940159	Rotan kamışı, sepetçi söğüdü vb. maddelerden oturmaya mahsus mobilyalar
940161	Ahşap iskeletli içi doldurulmuş oturmaya mahsus diğer mobilyalar
940169	Ahşap iskeletli içi doldurulmamış oturmaya mahsus diğer mobilyalar
940171	Metal iskeletli içi doldurulmuş oturmaya mahsus diğer mobilyalar
940179	Metal iskeletli içi doldurulmamış oturmaya mahsus diğer mobilyalar
940180	Oturmaya mahsus diğer mobilyalar
940190	Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçalar
9402	Tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları
940210	Dişçi/berber koltukları vb. koltuklar ve aksam, parçaları
940290	Tıp, cerrahi, dişçilikte kullanılan mobilya, masa, karyola vb. aksam/parçalar
9403	Diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları
940310	Yazıhanelerde kullanılan türde metal mobilyalar
940320	Diğer metal mobilyalar
940330	Yazıhanelerde kullanılan türde ağaç mobilyalar
940340	Mutfaklarda kullanılan türde ahşap mobilyalar
940360	Diğer ahşap mobilyalar
940370	Plastik maddelerden diğer mobilyalar
940381	Hint kamışı/bambudan diğer mobilyalar
940389	Diğer maddelerden diğer mobilyalar
940390	Diğer mobilyalara ait aksam, parçalar
9404	Somyalar, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya
940410	Somyalar
940421	Gözenekli kauçuk/plastikten yataklar
940429	Diğer maddelerden yataklar



1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Bu bölümde, sektörün Türkiye ekonomisindeki yeri, sektördeki işyeri sayısı, istihdam düzeyi, niteliği ve maliyeti, kayıt dışılık, mesleki eğitim, üretim miktarı, büyüme oranları, kârlılık oranları, yabancı sermaye yatırımları, yaratılan katma değer, sektörün bölgesel olarak dağılımı, ithalat ve ihracat rakamları sunulmuştur.

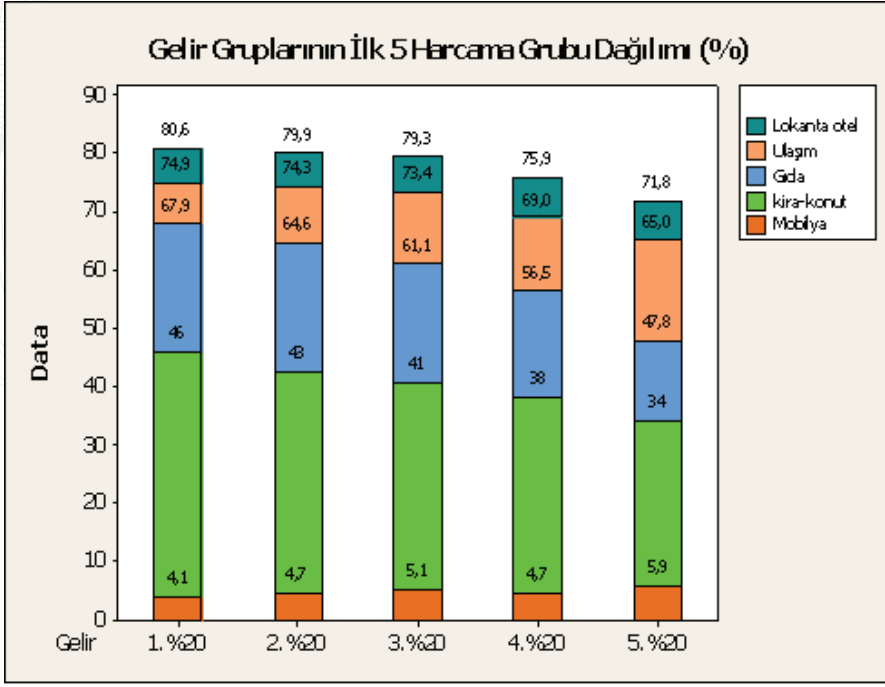
Mobilya, günlük yaşamın her alanında yer edinen, bireyin veya toplumun refahını sağlayan, yaşama yönelik, sosyal ve kültürel gereksinimlere hizmette bulunan, insanın yaşam kalitesini doğrudan etkileyen, herkesin kullandığı ve ihtiyacı olduğu, insan yaşamında en etkili tek üründür. Son yıllarda artan kentleşme, nüfus artışı, yükselen hayat standardı ile mobilyaya olan talep gün geçtikçe artmakta ve bu da direkt olarak mobilya sanayisine yansımaktadır. Geleneksel olarak düşük teknoloji ve sermaye ile yoğun emek girdilerine sahip ulusal hatta yerel pazar düzeylerinde faaliyet gösterdiği düşünülen mobilya endüstrisi, hızlı bir dönüşüm geçirerek geçmiş yıllara oranla çok daha bilgi ve sermaye yoğun bir sektör olma yolunda hızla ilerlemektedir.

Ulusal ve uluslararası pazarlara yönelen Türk mobilya sektöründe, panel mobilya, masif mobilya, kanepeler, oturma grubu, tablalı mobilya (mutfak, banyo, ofis yatak odası), bahçe mobilyaları, mobilya aksam ve parçaları, taşıt mobilyaları, hastane mobilyaları, otel mobilyaları, aksesuarlar gibi geniş yelpazede üretim yapılırken ithal ürün/malzeme kullanımı sınırlı olan katma değeri yüksek nadir sektörler arasında yer almaktadır. Türkiye’de istihdam kapasitesi en yüksek sektörlerden biri olan mobilya imalat sektörü, yurt genelinde her il ve ilçeye dağılmış durumdadır. 1980’lerden sonra Türkiye’deki ekonomik ve sosyal gelişmeler, özellikle büyük metropollerde kaliteli, fonksiyonel ve modern mobilya taleplerini artırmış sektöre ve ülke ekonomisine ivme kazandırmıştır. Mobilya, TÜİK tarafından yapılan ‘gelirler ve yaşam koşulları’ araştırmasına göre harcamalardan aldığı pay bakımından hane halkı gider kalemleri içerisinde; %5,1 ile 5. sırada yer almaktadır. Mobilya kira-konut, gıda, ulaşım, lokanta-otel harcamalarından sonra gelmektedir.

Gelir gruplarının ilk 5 Harcama Grubu Oranı ve mobilyanın pozisyonu Şekil 1.1’de verilmiştir.



Şekil 1. 1. Gelir gruplarının ilk 5 Harcama Grubu Oranı



Kaynak: TÜİK (2010)

Mobilya sektöründeki büyümeyi etkileyen temel faktörler aşağıda belirtilmektedir. Türkiye'nin içine girdiği topyekûn büyüme ve dışa açılma süreci sektörü olumlu etkilemiştir. Sanayileşmenin tetiklediği kentleşme oranındaki artış, iş gücüne katılım, ülkenin içine girmiş olduğu ekonomik kalkınma süreci ve milli gelirdeki kayda değer gelişmeye paralel olarak mobilya kullanımı yaygınlaşmıştır. Mobilya değiştirme aralığı da 10-12 yıllardan 8 yıla düşmüştür. Bu konudaki dünya ortalaması 4 yıldır.

5 yıl önce Türkiye'de kişi başı milli gelir 6.500 Dolar iken % 62 artarak 2011 yılında 10.500 dolar olmuştur. Buna paralel mobilya sektörünün de milli gelirden aldığı pay miktar olarak artmış ve sektörün büyümesi için gerekli olan yatırımların elde edilebilmesini sağlamıştır. Mobilya tüketim harcamaları içerisinde öncelikli sırada yer almamaktadır. Mobilya tüketimini etkileyen faktörler; kişi başı milli gelir, nüfus artış hızı, evlilik sayısı, üretilen konut sayısı, beklentiler (şiyasi, ekonomik) vb. sıralanabilir. Mobilya tüketimine ayrılan bütçe payında yıllar itibarı ile anlamlı bir değişim görülmemektedir. Harcama grupları içerisindeki farklılık ise anlamlı olmaktadır.



1.1. İşyeri sayısı ve istihdam

Mobilya sektöründe bulunan işyeri sayısı, istihdam, ciro ve üretim değeri Tablo 1.1' de verilmiştir.

Tablo 1.1. İşyeri sayısı ve istihdam

Yıllar	İşyeri sayısı	İstihdam
1992	26.068	90.661
2002	28.826	116.242
2003	38.302	134.480
2004	46.749	152.178
2005	47.827	183.223
2006	44.709	181.566
2007	41.821	174.411
2008	43.886	190.032
2009	45.564	175.091
Büyüme % 2003-2009	18.9	17.4

Kaynak: TÜİK (2010)

Sektörün son 20 yıldaki gelişimine bakıldığında işyeri sayısı ve istihdamın ikiye katlandığı söylenebilir. 2006 ve 2007 yıllarında işyeri sayısı ve istihdamda azalma görülmüş olmasına rağmen son yıllarda artış göstermiş ve son 18 yılda iş yeri sayısında yaklaşık % 19'luk bir artış istihdamda ise buna paralel olarak yaklaşık %17 artmıştır.

1.2. Haksız rekabet

Sektörün genel durumuna bakıldığında, kayıt dışı ve fikri hakların korunmasında yaşanan sıkıntıların haksız rekabete neden oldukları görülmektedir.

1.2.1. Kayıt Dışı

TÜİK rakamlarına göre, sektörde kayıt dışılık oranı % 50 – 60 civarında olduğu tahmin edilmekte olup bu oran en önemli sorunlardan birisi olarak görülmektedir. Sektörde, çoğu küçük atölyelerden oluşan 65 bin civarında mobilya imalat ve satış noktası olduğu tahmin edilmekte, mal girdi ve çıktıları, istihdam verileri ve sigorta primleri net olarak kayıt edilmemekte ve piyasa denetlemesinde problemler yaşandığı düşünülmektedir.



Kayıt dışı işlemlerin denetlenmesinde boşluk olduğu ifade edilebilir.

Bu sorunun giderilebilmesi için kamu denetimi artırılmalı/etkinleştirilmeli, işveren ve tüketici bilinçlendirilmeli. (satış anında) garanti kapsamı için fatura alımı teşvik edilmeli, konu ile ilgili kanunların uygulanmasına önem verilmesi olarak sıralanabilir. Hammadde, iş gücü gibi konularda sektör envanterinin çıkarılması ve bunu sağlayacak etkili mekanizmaların oluşturulması kayıt dışının önüne geçilmesinde önemli hususlardır. Ayrıca, çevre ve insan sağlığına zararlı hammadde ve uygulamalar konusunda kamu denetimi hemen hemen hiç yoktur. Sektör genelinde konu ile ilgili bilgi eksikliği nedeni ile çevresel, sosyal ve insan sağlığı açısından sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getiren firmalar haksız rekabete maruz kalmaktadırlar.

1.2.2. Fikri hakların korunması

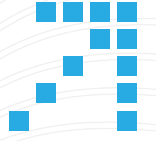
Mobilya sektörü, özellikle son 10 yıldaki ihracat potansiyeli, mevcut üretim teknoloji kullanımı, artan ihraç imkânları ve ihracatçı firma sayısı ile her geçen gün gelişmekte ve Türkiye'nin uluslararası alanda rekabete girdiği ve marka oluşturduğu bir sektör olma yolundadır. Ancak, sektör iç piyasa da ürünler çok kolay kopya edilebilmekte ve yaygın olarak kullanılan bir üretim metodu haline gelebilmektedir.

Haksız rekabeti önlemek ve tasarım bilincinin kökleşmesini sağlayabilmek için fikri hakların korunması adına tasarım tescil mekanizmasını kolaylaştırmak, model hırsızlığına karşı caydırıcı kanuni önlemleri almak, etkin bir kontrol mekanizması oluşturmak ve tasarım konusunda var olan insan potansiyelini sanayi-üniversite işbirliği ile geliştirmek, yeterli kaynak aktarımını yapmak devletin, firmaların ve sektör örgütlerinin çabasını gerektirmektedir. Ayrıca, Türk Patent Enstitüsü ve ticaret odalarının sektör ile daha yakından çalışması fikri hakların korunmasında önem taşımaktadır.

Diğer bir sorun ise, itilafli durumlarda karar mekanizmasını etkileyen ehli olmayan bilirkişiler tarafından hazırlanan durum değerlendirme raporlarıdır. Bilirkişi tayinlerinde, mobilya sektöründe ve incelen ürünlerde konu ile ilgili donanımlı uzman olma şartı aranması önem verilmesi gereken diğer konular olarak öne çıkmaktadır. Tüketici mahkemelerinin bilirkişi tayinlerinde mobilya konusunda donanımlı bilirkişileri tayin etmeleri önem taşımaktadır.

1.3. Mesleki Eğitim

Mesleki eğitimdeki noksanlık, sırasıyla kalifiye işgücü, istihdamının ve deneyim eksikliğine neden olabilmektedir. Bu durum ise sektörün gelişimini ve rekabet gücünü etkilemektedir.



Avrupa Birliği Katılım Bildirgesi'nde, Türkiye'nin Mesleki eğitim politikasını geliştirmesinin Türkiye'nin sektör açısından öncelikleri arasında olduğu ifade edilmiştir. Mobilya meslek eğitimi, kalifiye iş gücü okullar, yöneticiler ve çalışanlar olarak incelenebilir.

1.3.1. Kalifiye işgücü (Okullar)

Son 15 yıla bakıldığında, üniversite adaylarının son sırada veya açıkta kalmamak için mobilya eğitimi için üniversite, yüksek okul ve meslek lisesi tercihi yaptıkları görülmektedir. Son 10 yıldır cari açık vermeyen ve iş bulma sıkıntısı olmayan sektörün eğitim görmek için tercih sırasında sonlarda olması tanıtım eksikliğine bağlanabilir. Ayrıca, Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) tarafından Teknik Eğitim Fakülteleri'ndeki Mobilya ve Dekorasyon Bölümleri'nin kapatılıp, Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği alanlarına çevrilmiş olması mobilya sektörünü tam olarak temsil etmeyen yan disipline girmesine neden olmuştur. Önemli bir üretim kolu olan mobilya sektörünün kendi adı altında meslek eğitiminin hem meslek liselerinde hem de üniversite düzeyinde verilmesi sektör adına önemli bulunmaktadır. Gelişmiş ülkelerin üniversitelerinde olduğu gibi mobilya üretim sanayisinin yoğunlaştığı bölgelerde Mobilya Tasarımı bölümlerinin açılması, üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde, mobilya-sanayi alanındaki akademik çalışmaların yoğunlaştırılması ve bu alanda yetişmiş işgücü ve bilgi birikiminin sektörde kullanımına yönelik plan ve programların yapılması gerekmektedir. Mobilya meslek eğitiminin cazip hale getirilmesi sektörün temel sorunlarının çözülemesine ve sektörün gelişmesine fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Diğer taraftan, sektöre kalifiye iş gücü sağlayan ve mobilya eğitimi veren mevcut okulların sektörün beklentileri doğrultusunda nitelik ve nicelik yönünden yetersiz kaldıkları söylenebilir. İvedilikle yapılması gereken mobilya eğitimi veren okulların teknolojilerinin yenilenmesi, aktif üniversite-sanayi işbirliğinin sağlanması, öğretim kadrolarının ve öğrenci kalitesinin artırılması, programların uygulamaya ve güncel teknolojiye uygun olarak güncellenmesi gerekmektedir. Sektörün cazip hale getirilmesi, sektör temsilcilerinin sanayinin beklentileri doğrultusunda Milli Eğitim Bakanlığı ve Yüksek Öğretim kurumu ile iletişimde olması mobilya meslek eğitimi sorununun çözümü için önem taşımaktadır.

1.3.2. Kalifiye işgücü/çalışanlar

Etkili ve verimli üretime yönelik güncel konularda sektör çalışanlarının bilgilendirilmesi, güncel teknolojinin takip edilmesi, uygulama alanlarında yeniliklerin getirilmesi, muhtemel deneyim eksikliklerinin giderilmesi, uzmanlık gerektiren konularda mesleki eğitim kurslarının verilmesi, "Eğitim Yardımı" gibi teşviklerin kullanılması gibi önlemler



alınabilir ve böylece mevcut bilgi ve beceriler artırılabilir. Kalkınma ajansları ile projeler oluşturulması, halk eğitim merkezlerinin etkinleştirilmesi, kurum için eğitim hizmetlerinin artırılması kalifiye iş gücünün oluşumuna ve muhtemel diğer deneyim eksikliklerinin giderilmesine katkı sağlayacağı söylenebilir. Sektör işletmelerine kendi iş gücünü yetiştirmesine yönelik destek verilmesi uzun vadeli kalifiye iş gücünün sağlanmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Sektördeki mevcut çalışanların rehabilitasyonunun OSB'lerdeki mesleki eğitim merkezlerinin aktif görev olarak sağlanması faydalı bir araç olarak kullanılabilir.

1.3.3. Kalifiye işgücü/yöneticiler

Küreselleşmenin getirdiği ekonomik liberalleşme eğilimlerinin hız kazanması, sermayenin serbest dolaşımındaki artışı, ticaretin serbestleşmesi, ürün niteliklerinde uluslararası standart olgusunun artması, müşteri memnuniyeti, doğal kaynakların etkili kullanımı ve tüketimi gibi konularda sektörde yönetici pozisyonunda olan çalışanların eğitimi ve gelişimi işletmelerin yönetimine profesyonellik kazandırabilir. Ayrıca, donanımlı yöneticilerin işletmelerin etkili ve verimli kalifiye işgücünün sağlanması, deneyim eksikliklerinin giderilmesi konularına katkı sağlayacağı tavsiye edilmektedir.

1.4. Üretim miktarı, kapasite kullanım oranları

Sanayileşmenin tetiklediği kentleşme oranındaki artış, iş gücüne katılım, ülkemizin içine girmiş olduğu ekonomik kalkınma süresince milli gelirdeki kayda değer gelişme mobilya kullanımını yaygınlaştırmıştır. Ayrıca son 10 yılda sektörün ihracatının hızlı artış göstermesi üretim miktarını etkilemiştir. TÜİK Sanayi Üretim İstatistiklerine göre mobilya üretimi 10 alt başlıkta gruplanmaktadır. Bu grupların toplam üretim içerisindeki 2009 yılı ağırlıkları Tablo 1.2'de verilmiştir.



Tablo 1.2. Yıllar itibariyle Türkiye mobilya üretimi

Üretilen mobilyalar	Değer Milyon TL			
	2006	2007	2008	2009
Tıpta, cerrahide, diş hekimliği, veterinerlik, berber	62	72	84	86
Metal aksamli oturmaya özgü mobilyalar	1.133	1.316	1.287	1.180
Ahşap aksamli oturmaya özgü mobilyalar	709	646	636	607
Başka yerde sınıflandırılmamış diğer oturmaya özgün mobilyalar	-	129	149	220
Oturmaya özgü mobilyaların parçaları	143	141	145	141
Bürolarda kullanılan metal mobilyalar	358	414	477	436
Bürolarda kullanılan ahşap mobilyalar	176	183	237	241
Mağazalarda kullanılan ahşap mobilyalar	18	29	15	35
Mutfak mobilyaları	138	170	223	251
Başka yerde sınıflandırılmamış metal mobilyalar	115	133	176	141
Yatak, yemek ve oturma odası mobilyaları	1.001	1.173	1.262	1.497
Başka yerde sınıflandırılmamış ahşap mobilyalar	162	204	268	250
Plastik ya da diğer materyallerden mobilyalar	81	100	90	97
(kamuş, sepetçi söğüdü, bambu)				
Evde, büroda veya mağazada kullanılan mobilyaların parçaları (koltuklar hariç)	493	539	679	572
Yatak destekleri	89	101	117	252
Yataklar (yatak destekleri hariç)	479	365	363	356
Toplam	5.157	5.715	6.208	6.362

Kaynak: İGM (2012)

TÜİK verilerine göre 2009 yılı Türk mobilya sektöründe yaklaşık 6,4 milyar liralık üretim gerçekleştirilmiştir. Ahşap ve metal aksamli oturma grubu mobilyaları 1,9 milyar, yatak, yemek ve oturma odasında mobilyaları 1,5 milyar ve ofis mobilyaları yaklaşık 1 milyar lira ile sektörde üretilen en çok ürün grupları olarak dikkat çekmektedir. Türk mobilya endüstrisi, toplam üretim kapasitesi ile dünya mobilya üretiminde yüzde 1.1'lik bir pay oluşturmasına rağmen istenilen düzeyde ve hedefte değildir. Sektörün 2023 yılına yönelik koyduğu üretim miktarı hedefi 25 milyar dolardır.

Üretim kapasite oranları değerlendirildiğinde geçmiş yıllarda sektörün tam kapasite oranı ile çalışmadığı görülmektedir. Kapasite kullanım oranları Tablo 1.3'de verilmiştir.



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

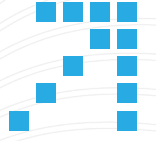
Tablo 1.3. Mobilya imalatı kapasite kullanım oranları

Aylar	Yıllar (%)					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ocak	60,7	62,8	58,2	64,8	70,1	69,0
Şubat	59,9	67,9	58,3	66,8	68,6	69,8
Mart	62,0	69,5	60,1	68,7	69,2	69,8
Nisan	67,5	66,6	60,7	68,9	71,1	71,6
Mayıs	72,1	70,7	69,9	73,1	72,1	68,8
Haziran	75,5	74,9	75,6	72,1	73,1	-
Temmuz	75,8	70,8	73,5	74,3	75,3	-
Ağustos	76,4	70,9	70,3	69,6	76,0	-
Eylül	75,5	71,3	71,9	72,5	75,5	-
Ekim	76,3	65,2	69,9	72,3	74,8	-
Kasım	76,0	67,4	67,7	72,0	72,9	-
Aralık	73,2	64,0	66,7	70,1	72,2	-
Yıllık Ortalama	70,9	68,5	66,9	70,4	72,6	69,8

Kaynak: NACE (2012)

Son 5 yıllık değerler doğrultusunda sektör %70'in altında üretim kapasitesi ile çalışmıştır. Bu durum sektörün rekabete girdiği ülke oranlarının altındadır. Sektörün tam kapasite ile çalışmamasının nedenleri arasında iç-dış talep yetersizliği, tanıtım eksikliği, kalifiye iş gücünün olmaması, finansman sorunu, yerli ve yabancı hammadde yetersizliği, çalışanlarla ilgili sorunlar ve diğer nedenler sayılabilir. Sektörde orta ve büyük ölçekli firmalar, markalaşmanın ve tasarımın sektör için anlamını ve önemini fark etmeye başlamışlar ve konuya verdikleri önemi arttırarak gerek yurt dışı, gerekse yurt içi tanıtım, pazarlama, fuar katılım ve ziyaretleri ile üretim kapasitelerini arttırmaya yönelmişlerdir. Kendi tasarımları ile pazara çıkan firma sayısında da artış gözlenmektedir.

Üreticilerin, yeni konut inşaatları, mobilya yenileme, evlilikler ve ihracat - ithalat talepleri, ekonomik değerlerdeki değişiklikler, hammadde girdilerindeki değişiklikler, üretim parkı, teknoloji gibi etkenler doğrultusunda oluşan mobilya talebi doğrultusunda kapasite oranlarını belirledikleri tahmin edilmektedir. Sektörde en yüksek talep oturma grubu mobilyaları, yemek odası ve ofis mobilyalarına gelmektedir. Ofis mobilyalarına olan talebin artması ise büyük ölçüde işyerlerinin açılmasına, ofis otomasyon sistemlerinin kullanımına ve doğal olarak istihdamın artmasına bağlıdır. Bu nedenle talep esnekliği mobilyaya olan yüksek talep ve kapasite kullanım oranları ekonomik dalgalanmalara paralel olarak inişli çıkışlı bir seyir izleyebilmektedir.



1.5. Sektörün bölgesel olarak dağılımı

TÜİK İşyeri 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 Masko ve 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.

Ankara, mobilya üretiminde her zaman önemli bir merkez olmuştur. Siteler 1960'lı yıllarda Marangozlar Odası'nın önderliğinde kurulmuş olup, bugün 5.000 dönüm arazi üzerinde faaliyet gösteren büyük 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.

Mobilya üretiminin yoğunlaştığı diğer bölge olan Bursa-İnegöl Bölgesi gelişme ve dinamiği yüksek bir bölgedir. Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunmasının getirdiği ticari hareketliliği ve hammadde kaynaklarına yakın olmasının avantajını iyi değerlendiren İnegöl bugün bir mobilya merkezidir. Bursa-İnegöl mobilya sektörü istihdam düzeyi itibari ile Ankara'dan sonra gelmektedir. Ancak sektörde yapılan ihracatın bölgelere göre dağılımında Kayseri ve İstanbul'un ardından üçüncü sıradadır. Bölgenin ihracatta yakaladığı başarı, Bursa-İnegöl'ün mobilyada önemli bir uluslararası merkez olma yolunda olduğunu göstermektedir.

Kayseri ise mobilya üretiminde önemli etkinliği olan bölgelerden birisidir. Kayseri 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 TÜİK ihracat rakamlarına göre Kayseri, sektörün en büyüklerini içerisinde barındırmaktadır. Kayseri Marangozlar, Mobilyacılar ve Döşemeciler Odası verilerine göre sektörde faaliyet gösteren firma sayısı 3.500'ü geçmektedir. Bunlardan yaklaşık 400 tanesi fabrikasyon seri üretim yapabilen ihracata dönük çalışan firmalardır. TÜİK verilerine göre, firma başına düşen 11,5 kişilik istihdam düzeyi ile Türkiye ortalamasının üzerinde eleman istihdam edilmektedir. 2011



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

yılında 322 milyon dolarlık ihracat değeri ile Kayseri mobilya bölgesi, ülkemizin en önemli mobilya üretim ve ihracat merkezi durumundadır.

İzmir bölgesi istihdam düzeyine göre Kayseri'nin ardından 5. sırada gelmektedir. Karabağlar ve Kısıkköy mobilya şehirleri, sektörün yoğunlaştığı merkezler olup, 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.

1.6. İthalat ve İhracat Rakamları

Türk mobilya sektörüne ait 2012 (9 aylık) GTİP kodlama sistemine göre ürün bazında ihracat değerleri sırasıyla Tablo 1.4'de verilmiştir. 9405 ve 9405 GTİP nolu ürünler listeye dâhil edilmemiştir.



Tablo 1.4. Ürün gruplarına göre Türkiye mobilya ihracatı

GTİP Altılı Kodu	Yıllar (ABD Dolar)					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (9 ay)
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları					
940110	353.359	329.772	660.177	427.040	700.612	439.559
940120	102.943.062	139.823.481	72.013.135	113.988.745	143.118.820	100.179.037
940130	28.072.104	35.644.124	40.057.787	46.662.059	29.975.857	25.485.397
940140	100.313.509	134.344.320	133.515.034	125.506.868	141.488.798	113.243.462
940151	105.092	81.025	91.300	96.736	144.540	158.362
940159	307.572	977.944	844.338	1.263.242	446.301	284.137
940161	52.619.930	63.516.056	61.348.981	75.812.539	88.039.028	96.809.967
940169	22.017.586	25.602.717	25.086.236	25.567.990	28.687.986	26.948.333
940171	6.933.939	7.136.413	6.517.246	6.881.088	8.288.404	9.674.099
940179	10.067.020	10.699.613	10.044.637	13.343.395	16.270.573	11.497.799
940180	60.524.382	67.525.663	64.102.989	76.268.250	88.487.942	71.084.721
940190	59.661.704	78.842.417	44.828.332	55.945.983	86.481.661	66.174.905
Ara toplam	443.919.259	564.523.545	459.110.192	541.763.935	632.130.522	521.979.778
9402	Tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları					
940210	1.545.266	2.398.996	2.368.841	3.164.796	2.867.947	2.237.200
940290	12.844.867	17.577.714	15.309.655	18.304.951	23.741.776	22.397.272
Ara toplam	14.390.133	19.976.710	17.678.496	21.469.747	26.609.723	24.634.472
9403	Diğer mobilyalar, aksam ve parçaları					
940310	64.583.475	72.439.554	50.338.458	46.930.185	56.310.165	40.850.176
940320	64.134.481	95.858.642	57.319.635	71.150.922	74.374.931	66.068.414
940330	56.994.222	57.405.938	43.694.397	46.422.742	52.623.447	58.047.389
940340	12.769.162	20.004.059	22.373.432	22.091.508	21.261.269	22.517.661
940350	85.384.020	125.052.247	142.840.021	191.207.689	247.576.073	294.052.898
940360	135.673.071	183.653.556	192.942.686	240.065.477	283.852.638	278.523.682
940370	21.312.826	25.636.147	20.569.683	25.283.400	30.987.897	31.164.835
940381	65.700	28.595	35.348	127.241	52.907	79.720
940389	10.885.070	17.535.860	19.316.447	19.838.816	14.899.444	12.615.344
940390	79.430.521	102.668.247	80.323.733	87.172.988	112.591.146	95.326.688
Ara Toplam	531.232.548	700.282.845	629.753.840	750.290.968	894.529.917	899.246.807
9404	Somylar, kanepeler, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya					
940410	2.614.026	2.575.208	3.236.862	5.164.038	3.296.204	2.847.687
940421	2.720.143	3.758.772	3.727.669	4.837.897	4.949.114	3.200.683
940429	37.781.910	41.805.199	40.013.026	39.535.494	45.478.292	39.540.262
Ara toplam	43.116.079	48.139.179	46.977.557	49.537.429	53.723.610	45.588.632
Genel Toplam	1.032.658.019	1.332.922.279	1.153.520.085	1.363.062.079	1.606.993.772	1.491.449.689
9405 ve 9405 GTİP nolu ürünler listeye dahil edilmemiştir.						

Türkiye mobilya sektörü ürün gruplarına göre değerlendirildiğinde, 632 milyon dolarlık



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

ihracat hacmi ile oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları dikkat çekmektedir. Diğer mobilyalar, aksam ve parçaları ise 894 milyon dolarlık hacimle en fazla satışın gerçekleştiği ürün grubudur. Somyalar, kanepeler, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya grubu 53 milyon olup tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları ise 26 milyon dolar ile en düşük satışın yapıldığı ürün grubudur. 2011 yılı itibari ile toplam ihracat 1,606 milyar dolardır.

Ülkelere göre Türkiye mobilya ihracat verileri Tablo 1.5'te verilmiştir.



Tablo 1.5. Ülkelere göre Türkiye mobilya ihracatı

NO	Ülke	Yıllar (ABD Dolar)					2012
		2007	2008	2009	2010	2011	(9 ay)
1	Irak	68.070.048	104.295.060	136.622.913	207.794.423	284.104.069	300.114.303
2	Almanya	134.288.935	155.271.564	114.889.275	128.563.643	160.814.359	122.090.478
3	Azerbaycan	29.145.466	48.853.789	69.239.912	81.032.699	106.543.529	105.731.459
4	İran	64.995.522	73.348.981	70.618.090	84.502.481	103.462.953	60.099.512
5	Fransa	65.116.202	74.332.390	63.870.729	70.696.886	87.684.330	66.747.579
6	Türkmenistan	12.642.346	23.459.681	38.171.707	46.590.007	75.659.613	49.055.753
7	Hollanda	51.589.965	58.358.948	48.508.813	45.756.767	55.569.786	42.786.962
8	Rusya Fed.	31.104.142	47.183.199	17.117.564	34.961.322	47.639.157	46.596.326
9	Suudi Arabistan	21.594.273	27.530.213	22.736.001	28.891.213	41.520.963	55.299.570
10	Birleşik Krallık	45.171.551	58.653.479	41.715.176	39.111.112	38.993.741	38.901.542
11	İtalya	14.284.221	22.171.784	25.168.821	29.959.111	32.814.174	24.968.476
12	Yunanistan	54.938.813	61.014.780	46.610.991	41.371.837	31.981.220	15.618.876
13	Gürcistan	9.111.577	16.458.368	14.292.583	16.412.652	27.991.242	25.217.062
14	ABD	24.850.702	21.547.622	18.739.806	22.233.433	26.140.730	24.635.671
15	Avusturya	22.435.035	30.288.870	20.508.432	19.421.985	24.352.879	18.484.447
16	İsrail	16.811.183	19.435.159	16.393.913	19.172.607	23.069.439	18.970.699
17	Belçika	15.334.312	17.051.566	17.570.171	18.335.557	22.235.167	18.534.837
18	KKTC	26.931.668	25.633.387	19.660.949	26.206.621	21.680.693	17.206.874
19	Romanya	42.396.282	56.470.838	23.168.101	21.170.309	18.792.043	13.290.579
20	BAE	12.844.881	27.292.446	30.724.570	16.296.125	17.638.230	17.351.997
21	Kazakistan	20.534.051	18.086.559	17.012.524	20.618.579	17.821.158	18.054.928
22	Libya	15.742.775	20.096.346	41.216.134	73.686.034	17.058.561	128.236.615
23	İspanya	19.606.024	18.284.594	8.762.358	11.755.856	14.746.257	8.890.537
24	Mısır	4.739.940	9.431.010	9.711.838	10.654.002	13.954.737	15.490.516
25	Lübnan	3.709.048	5.127.523	7.187.897	9.211.843	13.473.086	10.091.647
Liste Toplam		827.988.962	1.039.678.156	940.219.268	1.124.407.104	1.325.742.116	1.262.467.245
Toplam 214 Ülke		1.032.658.019	1.332.922.279	1.153.520.085	1.363.062.079	1.606.993.772	1.491.449.689
Yıllık artış %		-	29	-13	18	18	-

Kaynak: TÜİK 2012

2011 yılında Türkiye mobilya ihracatı yaklaşık 1,606 milyar dolar ile 214 ülkeye yapılmıştır. Trademap 2012 verilerine göre bu değer 1,658 milyar dolardır (bknz Tablo 5.5). İhracatın yaklaşık %80'ninin ilk 25 ülkeye yapılması dikkat çekicidir. Son 5 yıl genel ihracat



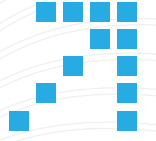
2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

değerlerine bakıldığında 2008'de % 29, 2010 ve 2011'de ise %18'lik artış söz konusu iken 2009'da %13'lük düşüş olmuştur. İlk 5 ülke sırasıyla Irak, Almanya, Azerbaycan, İran ve Fransa olmuştur. 2012 yılı 9 aylık verilerine göre en dikkat çekici artış % 18 oranla Irak'a yapılan ihracattır. Libya'ya yapılan mobilya ihracatı yine dikkat çekicidir. En dikkat çekici düşüşler ise İran, Almanya ve İspanya'ya yapılan ihracatlardadır. Ancak, 2012 yıl sonu itibari ile bu ülkelere yapılan ihracat değerlerinde artış olacağı ve 2012 ihracat değerinin 2011'den fazla olacağı tahmin edilmektedir.

Yakın komşular ve Arap ülkeleri ve Türkiye mobilya ihracat verileri Tablo 1.6'da verilmiştir.

Tablo 1.6. Yakın komşular ve Arap ülkeleri ve Türkiye mobilya ihracatı

NO	Arap Ülkeler	Yıllar (ABD Dolar)		NO	Yakın Komşular ve Orta Asya Ülkeler	Yıllar (ABD Dolar)	
		2010	2011			2010	2011
1	B.A.E.	16.296.125	17.638.230	1	Irak	207.794.423	284.104.069
2	Bahreyn	1.266.948	4.708.272	2	Suriye	16.814.444	11.094.033
3	Cezayir	10.508.626	12.881.703	3	Bulgaristan	12.267.041	12.701.439
4	Cibuti	135.066	69.844	4	Yunanistan	41.371.837	31.981.220
5	Fas	5.993.505	7.956.733	5	Gürcistan	16.412.652	27.991.242
6	Katar	4.950.511	9.528.136	6	İran	84.502.481	103.462.953
7	Komorlar	21.726	364.757	7	K.K.T.C.	26.206.621	21.680.693
8	Kuveyt	3.248.218	6.433.537	8	Özbekistan	3.319.357	2.887.881
9	Libya	73.686.034	17.058.561	9	Azerbaycan	81.032.699	106.543.529
10	Lübnan	9.211.843	13.473.086	10	Kazakistan	20.618.579	17.821.158
11	Mısır	10.654.002	13.954.737	11	Kırgızistan	2.529.785	1.893.814
12	Moritanya	102.062	504.355	12	Tacikistan	1.617.085	2.893.128
13	Somali	-	63.483	13	Türkmenistan	46.590.007	75.659.613
14	Suudi Arabistan	28.891.213	41.520.963				
15	Sudan	1.510.928	2.076.763				
16	Tunus	1.641.688	1.627.979				
17	Umman	1.183.724	1.456.019				
18	Ürdün	5.699.689	7.066.953				
19	Yemen	1.797.760	1.076.829				
20	Etiyopya	421.509	871.854				
	Liste Toplam	177.221.177	160.332.794			561.077.011	700.714.772
	Yıllık artış %		- 10%				25%
	Kaynak TÜİK 2012						



22 ülkeden oluşan Arap ülkelerinin yıllık mobilya ithalatı yaklaşık 15 milyar dolardır. 2011 yılında Türkiye mobilya ihracatının 1,6 milyar dolar artan bir ihracat trendi oluşturmasına rağmen Arap ülkelerine yapılan ihracatta %10'a varan düşüş söz konusudur. Arap ülkelerine yapılan 160 milyon dolarlık mobilya ihracatı çok düşüktür. (Suriye ve Irak hariç). Yakın komşular ve Orta Asya ülkeleri ile yapılan ihracat değerlendirildiğinde, 700 milyon dolarlık ihracat değeri yaklaşık ülke ihracatının yarısına denk gelmektedir. 2011'deki %25 artışın görülmesi komşu ülkelerle olan ticaretin etkin olduğu sonucunu vermektedir. Ancak, sektörün, kendi belirlediği ihracat hedeflerine ulaşması için Arap ülkeleri ve yakın komşu ülkeleri ile ticari ilişkilerin geliştirilmesi, bu ülkelerde pazar payının artırılması gerektiği düşünülmektedir.

Dünya mobilya pazarında söz edinmek isteyen sektörün ithal mobilya rakamlarının ihracat rakamlarının altında kalması sektör adına olumludur. Ürün gruplarına göre Türkiye mobilya ithalatı Tablo 1.7'de verilmiştir.



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

Tablo 1.7. Ürün gruplarına göre Türkiye mobilya ithalatı

GTİP Altılı Kodu	Yıllar (ABD Dolar)					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (9 ay)
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları					
940110	1.646.035	4.488.094	1.053.286	1.011.817	3.500.653	2.402.813
940120	10.695.011	11.490.747	11.078.400	14.604.070	17.930.642	15.792.784
940130	27.877.343	28.974.587	21.940.001	27.728.235	32.016.042	24.117.375
940140	4.415.987	8.196.412	8.525.838	8.292.979	11.247.194	6.767.321
940151	4.205.988	3.358.216	2.117.707	2.911.559	3.481.083	3.774.223
940159	5.640.497	3.268.039	3.212.062	3.044.577	2.426.160	1.726.815
940161	37.873.816	45.408.555	42.747.392	45.468.692	65.064.294	53.003.330
940169	31.292.974	30.362.129	22.664.678	24.052.987	24.238.754	17.107.791
940171	24.368.890	33.562.920	36.000.162	48.522.578	69.078.625	52.612.766
940179	38.680.385	42.412.044	26.974.796	38.125.210	51.761.999	41.568.334
940180	19.921.324	17.433.450	11.790.014	38.274.212	21.894.335	18.686.004
940190	149.491.165	153.617.646	115.719.072	153.332.723	162.785.029	118.621.334
Ara toplam	356.109.415	382.572.839	303.823.408	405.369.639	465.424.810	356.180.890
9402	Tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları					
940210	2.629.465	3.139.012	2.238.477	2.375.968	3.504.894	3.007.400
940290	28.480.662	39.315.920	17.252.226	24.842.110	28.791.254	15.822.047
Ara toplam	31.110.127	42.454.932	19.490.703	27.218.078	32.296.148	18.829.447
9403	Diğer mobilyalar, aksam ve parçaları					
940310	5.046.315	5.305.461	3.069.119	4.842.553	6.581.173	2.556.307
940320	49.983.800	60.959.843	33.741.837	44.692.129	72.447.093	49.282.977
940330	8.536.819	8.146.620	4.625.500	5.156.574	7.266.089	4.998.833
940340	47.196.826	45.333.552	17.893.594	21.240.644	19.987.346	18.474.325
940350	17.876.092	25.436.527	19.411.393	18.765.582	31.506.531	21.015.556
940360	101.693.137	98.060.524	77.559.293	85.026.149	119.675.599	84.060.547
940370	7.357.543	8.617.284	6.088.359	7.917.086	10.006.365	7.377.258
940381	2.421.997	2.196.516	1.208.379	796.464	961.896	1.024.951
940389	14.861.203	21.666.897	22.677.097	26.032.536	37.167.426	26.377.490
940390	30.705.424	30.195.725	22.003.508	27.613.780	43.133.489	27.078.452
Ara Toplam	285.679.156	305.918.949	208.278.079	242.083.497	348.733.007	242.246.696
9404	Somyalar, kanepeler, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya					
940410	791.546	602.391	558.979	658.198	1.091.954	1.006.295
940421	1.714.387	2.238.976	2.624.485	2.636.142	5.592.822	3.465.285
940429	4.764.633	4.416.126	2.607.045	3.753.147	3.879.682	3.621.721
Ara toplam	7.270.566	7.257.493	5.790.509	7.047.487	10.564.458	8.093.301
Genel Toplam	680.169.264	738.204.213	537.382.699	681.718.701	857.018.423	625.350.334
Yıllık artış %	-	9%	-27%	27%	26%	-27%
9405 ve 9406 GTİP nolu ürünler listeye dahil edilmemiştir.						
Kaynak TÜİK 2012						

TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2012



Türkiye mobilya sektörü ürün gruplarına göre değerlendirildiğinde, 465 milyon dolarlık ithalat hacmi ile oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları dikkat çekmektedir. Diğer mobilyalar, aksam ve parçaları ise 348 milyon dolarlık hacimle en fazla ithalatın gerçekleştiği ürün grubudur. Tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları ise 32 milyon olup somyalar, kanepeler, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya grubu 10 milyon dolar ile en düşük ithalatın yapıldığı ürün grubudur.

Ülkelere göre Türkiye mobilya ithalatı Tablo 1.8’de verilmiştir.

Tablo 1.8. Ülkelere göre Türkiye mobilya ithalatı

NO	Ülkeler	Yıllar (ABD Dolar)					
		2007	2008	2009	2010	2011	2012 (9 ay)
1	Çin	173.689.495	212.442.977	162.477.328	237.880.812	292.961.262	218.003.975
2	İtalya	98.941.775	104.258.230	65.956.543	68.235.023	92.424.637	67.324.933
3	Almanya	95.651.809	104.901.504	60.345.034	75.026.846	87.538.878	60.148.359
4	Polonya	36.066.618	40.932.890	40.131.926	38.436.591	50.118.059	39.475.832
5	Fransa	47.778.227	46.835.619	26.036.618	35.836.875	42.243.999	31.863.699
6	İspanya	25.222.755	18.477.218	26.830.774	29.294.199	39.591.556	25.430.433
7	Romanya	7.060.002	8.991.964	9.988.198	14.214.976	26.531.296	22.285.185
8	Endonezya	23.312.480	19.121.243	16.506.623	18.600.945	21.337.381	15.092.597
9	Birleşik Krallık	18.803.684	11.194.433	4.828.113	7.058.769	21.804.148	10.323.227
10	Vietnam	15.756.271	21.313.156	18.507.324	18.167.133	20.558.025	15.821.860
11	Japonya	13.953.947	24.904.598	14.842.818	17.769.143	16.904.171	17.527.321
12	ABD	12.246.989	16.794.825	10.196.551	12.525.357	15.170.042	10.135.596
13	Slovakya	4.353.357	3.596.156	5.077.430	9.015.266	10.386.770	5.858.446
14	İsveç	10.098.374	6.421.948	5.447.414	6.650.275	10.250.722	5.787.781
15	Hindistan	1.664.241	2.322.177	1.718.823	7.775.110	9.287.767	8.757.325
16	Çek cum.	6.608.244	7.669.092	3.610.024	5.890.111	8.417.209	8.020.918
17	Güney Kore	18.702.173	9.610.934	6.141.349	9.877.969	8.046.016	4.170.568
18	Avusturya	6.795.562	7.335.406	4.447.844	7.456.870	7.719.984	5.690.435
19	Tayvan	9.844.646	8.614.700	4.889.546	6.071.174	7.172.312	4.755.573
20	Litvanya	4.974.561	6.030.652	5.271.921	6.661.777	7.063.464	6.151.079
21	Bulgaristan	3.323.533	4.292.096	3.072.082	5.162.556	7.062.485	3.732.992
22	Macaristan	1.241.585	3.871.697	5.528.948	5.006.186	5.687.619	4.035.812
23	Danimarka	10.068.146	7.050.836	6.380.398	5.298.606	4.940.249	2.641.143
24	Hollanda	5.693.241	4.710.960	3.626.534	3.905.500	4.704.001	3.895.002
25	Portekiz	1.115.566	1.494.894	4.577.991	2.873.229	4.619.282	2.978.526
Liste Toplam		652.967.281	703.190.205	516.438.154	654.691.298	822.541.334	599.908.617
Toplam 112 Ülke		680.169.264	738.204.213	537.382.699	681.718.701	857.018.423	625.350.334
Yıllık artış %		-	9%	-27%	27%	26%	-

Kaynak TÜİK 2012



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

2011 yılında Türkiye mobilya ithalatı yaklaşık 857 milyon dolar ile 112 ülkeye yapılmıştır. Trademap 2012 verilerine göre bu değer 941 milyon dolardır (bkz Tablo 5.10). İthalatın yaklaşık %95'nin ilk 25 ülkeden yapılması dikkat çekicidir. Son 5 yıl değerlendirmelerine göre 2008'de %9 artış söz konusu iken, 2009'da %27 oranında anlamlı küçülme olmuştur. 2010'da %27, 2011'de %26 oranında olmak üzere ithalat değerinde son 2 yılda anlamlı artış olmuştur. 2011'de ilk 5 ülke sırasıyla Çin, İtalya, Almanya, Polonya ve Fransa olmuştur. İthal edilen mobilyanın %34 oranında Çin'den gelmesi dikkat çekicidir.

Tablo 1.9. Türk Mobilya Endüstrisi Dış Ticaret Dengesi

Yıllar	Dış Ticaret Dengesi (Bin. ABD Dolar)			
	İhracat	İthalat	Ticari Denge	Karşılama
1997	78.479	158.367	-79.888	-50 %
1998	97.357	175.222	-77.865	-44 %
1999	127.663	145.648	-17.985	-12 %
2000	163.923	182.744	-18.821	-10 %
2001	180.683	111.950	68.733	61 %
2002	260.950	112.426	148.524	132 %
2003	404.844	147.761	257.083	173 %
2004	547.242	254.338	292.904	115 %
2005	645.040	341.596	303.444	88 %
2006	798.585	540.354	258.231	47 %
2007	1.032.658	680.169	352.488	34 %
2008	1.332.922	738.204	594.718	45 %
2009	1.153.520	537.382	616.137	53 %
2010	1.363.062	681.718	681.343	50 %
2011	1.606.993	857.018	749.975	47 %
Son 5 yıl toplam	9.793.921	5.664.897	4.129.021	% 48

Kaynak: TÜİK, 2012, DTM 2012

Türkiye'nin mobilya dış ticareti 2001 yılından beri ihracat yanlı pozitif seyir izlemektedir. 1997 – 2000 arası sürekli açık veren sektör, 2001 – 2005 arası anlamlı artış göstermiş, yakalanan bu artış ivmesi ile son 12 yıl artı yönlü olmuştur. Son 15 yıllık ihracat 9,7 milyar dolar, ithalat ise 5,6 milyar dolar olup dış ticaret dengesi %48'lik oran ile 4,1 milyar dolar olmuştur. Türk mobilya sektörü son 12 yılda göstermiş olduğu performans doğrultusunda ülke ticaretinde dış ticaret açığı vermeyen nadir sektörlerden birisidir. Ancak, 2009 yılı hariç, yıllık ihracat ve ithalat oranlarındaki düzenli artış dikkat çekicidir. Özellikle, Çin'den



ve diğer uzak doğu ülkelerinden getirilen, daha önce yaygın kullanımı olmayan bahçe/dış mekân mobilyaları ithalatın artmasına neden olmaktadır.

2. Sektörün SWOT/GZFT Analizi

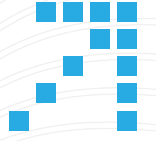
Bu bölümde sektörün mevcut durumu, ihracat ve ithalat boyutu, üretim kapasitesi ve kullanımı, iç ve dış piyasalardaki yeni oluşumları, siyasi istikrarı gibi çok boyutlu bilinmeyenlere göre sektörün içsel ve dışsal olarak değerlendirilmesi yapılmış güçlü, zayıf, fırsatlar ve tehditleri belirlenmiş sektörün geleceği ve rekabet edebilirliği ile ilgili analizler sunulmuştur. Şekil 1.2'de Güçlü, Zayıf, Fırsatlar ve Tehditlere yönelik SWOT analizi verilmektedir.



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

Şekil 1.2. GZFT/SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	TEHDİTLER
Coğrafi konum, Sektörün gelişime açık olması, Sektörün son 10 yıl performansı, Yüksek iş gücü potansiyeli, Sektörün gittikçe artan teknoloji transferi, Modern ve teknolojik üretim yapan firmaların artması, Mobilya üretim ağı/potansiyeli, Hedef pazarlara yönelik ihracat çalışmalarının artırılması, Geniş dağıtım ağı, Malzeme, ürün çeşitliliği.	Ham madde sıkıntısı, Kalifiye iş gücü yetersizliği, AB ülkelerinde yaşanan krizler, Pazarlama eksikliği, Markalaşma sorunu, Enerji sorunu, Düşük standartlar, Kopyalama, Tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği, Düşük maliyetli üretim (3. Dünya), Çin (Büyük İşletmeler),
FIRSATLAR	ZAYIF YÖNLER
Globalleşme, Dünyadaki yeniden oluşum, AB aday ülke olması, Bilgi Teknolojisi ve elektronik networks, Akıllı mobilyalar, Markalı/kimlikli ürünler, Müşteri odaklı ürün ve çeşitliliği, İşbirliği ve yatırıma açık yapısı, Yeni pazar arayışları/genişleme, Üretimdeki artış/gelişme, Mobilya değişimin süresinin azalması, Çevreye yapılan yatırım, Çevreye duyarlı üretim (Kyoto protokolü) Global mobilya tüketiminde artış, 2050'de 1 trilyon Amerikan doları hacim.	Mesleki eğitim yetersizliği, Kalifiye eleman yetersizliği, Tasarım ve korunması, Haksız rekabet, Yüksek hammadde maliyetleri, Tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği, Karayolu ağırlıklı sevkiyat, Düşük standartlar ve çevre sorunu, Markalaşma, kalite, imaj, KOBİ yoğunluğu, Aile şirket kırılmalıkları, Organizasyon/kurumsal yapı, Yönlendirme/devlet desteği, Sermaye/finans yetersizliği, Yenilik yaklaşımı.



2001 yılından itibaren sürekli gelişen Türkiye mobilya sektörünün dünya mobilya ihracatında 2011 yılı itibari ile 214 ülkeye 1,6 milyar dolarlık satış kapasitesi ile 21. sırada olması, Avrupa'da ise altıncı sırada olması, sektörün büyüme potansiyelini ortaya koymaktadır. SWOT analizi tablosunda belirtilen güçlü, zayıf, fırsat ve tehditler bölümlerinde işlenen içerikler sektör tarafından iyi değerlendirildiği, ülke olarak mevcut potansiyelin ve stratejik pozisyonun öneminin farkına varılıp, tanıtım faaliyetleri artırıldığında, uluslararası mobilya pazarında daha iyi pozisyon elde edebilir. Çünkü, 2012 itibari ile Türk mobilya endüstrisi, toplam üretim kapasitesi ile dünya mobilya üretiminin yaklaşık %1 payını oluşturmasına rağmen istenilen düzeyde ve hedefte değildir.

2.1. Sektör İçi Analiz

TÜİK verilerine göre 2009 yılında Türk mobilya sektöründe yaklaşık 6,4 milyar liralık üretim gerçekleştirilmiştir. Kapasite kullanım oranı ortalama %70 civarındadır. Türkiye mobilya sektörü ürün gruplarına göre değerlendirildiğinde, 632 milyon dolarlık ihracat hacmi ile oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları dikkat çekmektedir. Diğer mobilyalar, aksam ve parçaları ise 894 milyon dolarlık hacimle en fazla satışın gerçekleştiği ürün grubudur. Somyalar, kanepeler, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya grubu 53 milyon olup tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları ise 26 milyon dolar ile en düşük satışın yapıldığı ürün grubudur. 2011 yılı itibari ile toplam ihracat 1,606 milyar dolardır.

2011 yılında Türkiye mobilya ihracatının 1,6 milyar dolar artan bir ihracat trendi oluşmasına rağmen Arap ülkelerine yapılan ihracatta %10'a varan düşüş söz konusudur. Arap ülkeleri toplamda yıllık 15 milyar dolar mobilya ithal ederken, Türkiye'den yapılan 160 milyon dolarlık mobilya ihracatının çok düşük olduğu söylenebilir (Suriye ve Irak hariç). Sınır komşusu ve Orta Asya ülkeleri ile yapılan ihracat değerlendirildiğinde bu ülkelere olan 700 milyon dolarlık ihracat değerinin ülke ihracatının yarısına denk gelmekte olduğu ve 2011'deki %25 artışın söz konusu ülkelerle olan ticaretin daha etkin olduğu gözlemlenebilir.

Sektör, Türkiye endüstri alanlarında son 10 yılda dış ticaret açığı vermeyen nadir sektörlerden biri olmuştur. Hızlı gelişim ve değişim sürecinde olan sektör, markası, kalitesi, sektördeki küçük – büyük ölçekli firmaları, coğrafi konumu, ülkenin genel büyüme yönlü politikası, genç nüfusu, kişi başına düşen milli gelirin iyileşmesi sektörün iç ve dış pazarda potansiyel arz etmesine vesile olmaktadır. Ayrıca, AB uyumu, dış politikada komşular ile sıfır sorun yaklaşımı, 2001'den beri sürekli artan ihracat değeri, 2023 yılı için



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

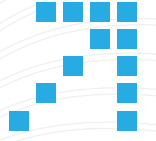
hedef koyduğu 25 milyar dolar üretim kapasitesi, 10 milyar dolar ihracat beklentileri ile dünya'nın 10. büyük mobilya üreticisi olmayı hedefleyen Türkiye önemli bir üretim endüstri alanı olarak tanımlanabilir. Mevcut görüntü, sektörün büyüme potansiyelini açıkça ortaya koymaktadır. Türkiye mevcut potansiyel gücüyle stratejik pozisyonunun sürekliliğini ve gelişimini sağlayabilirse uluslararası mobilya pazarında daha iyi duruma geleceği düşünülmektedir.

Türkiye'nin, dünya mobilya pazarında Şekil 1.2. GZFT analizi tablosunda ifade edildiği gibi payına düşeni alabilmesi için mevcut sorunlarını çözerek fark yaratacak güçlü yanlarını ve fırsatlarını kullanması gerekmektedir. Türkiye mobilya endüstrisinin uluslararası sahada uzun vadeli yer edinebilmesi için marka olması ve birim değerinde artış sağlayabilmesi, haksız rekabeti önlemesi, kalifiye işgücü ve mesleki eğitim gibi sorunlarını ivedi çözümlenmesi gerekmektedir. 21. yüzyıl beklentileri doğrultusunda kullanıcı ihtiyaçları, uluslararası pazarlarda kültür farklılıkları, mobilyadan beklentiler iyi tespit edilmeli ve nokta atışı ürünler ile sektör dünya pazarında yer edinmelidir. Dış ticaret açığı vermeyen ve ülke istihdamına büyük katkı sağlayan sektöre devletin destek sağlayıcı politikalar üretmesi gerekmektedir. Söz konusu politikalar arasında haksız rekabeti önlemek, tasarım bilincinin kökleşmesini sağlayabilmek için tasarım tescil mekanizmasını kolaylaştırarak model hırsızlığına karşı caydırıcı yasal önlemler almak, etkin bir denetim mekanizması oluşturma ve tasarım konusunda var olan insan potansiyelini sanayi-üniversite işbirliği ile geliştirerek yeterli kaynak aktarımı sağlamak sayılabilir. Uluslararası ölçekte rekabet gücünün artırılmasında, devletin ve mobilya işletmelerinin "Modern Tasarım ve AR-GE" ye önem vermeleri yaşamsal önem taşımaktadır. Bunlara ilaveten, mobilya kalite standartlarının belirlenmesi ve denetimlerinin yapılması da kaçınılmaz bir gerekliliktir.

2.2. Çevre Analizi

Son 10 yıllık dönemde Türkiye'nin genel dış ticaret dengesi değerlendirildiğinde dengenin ithalat ağırlıklı olduğu, ancak mobilya sektöründe ise ihracat ağırlıklı olduğu görülmekte olup ticaret açığı vermeyen nadir sektörler arasında olduğu yukarıda ifade edilmişti. Türkiye'nin mobilya ihracatı, 2009 yılındaki ekonomik kriz nedeniyle yaşanan küçük düşüş dışında, son 12 yıl sürekli artış göstermiştir. Son yıllardaki ithalat oranlarındaki düzenli artış ise dikkat çekicidir.

2000 – 2005 yılları arasında Türkiye'nin yakın çevresindeki ülkelerden en fazla ihracat Rusya Federasyonuna, mobilya ihracatında ise Yunanistan'a; en az ihracat Gürcistan'a, en az mobilya ihracatı ise Irak'a yapılmıştır. Avrupa'da ise en fazla mobilya ihracatı Almanya



ve Fransa'ya yapılmaktadır. 2011 yılında ise mobilya ihracatın en yüksek olduğu ülke Irak ve Libya olmuştur. Sektörde Türkiye'nin toplam ihracatının %14,8'i Irak'a yapılmış olup, bu ülkeye 284 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Sektör ihracatında ikinci sırayı 160 milyon dolar ile Almanya almış söz konusu ülke Türkiye'nin mobilya ihracatından %9,6 oranında pay almıştır. Bu ülkeleri sırasıyla Azerbaycan, İran, Fransa ve Türkmenistan takip etmiştir. 2011 yılında Türkiye mobilya ithalatı yaklaşık 857 milyon dolar ile 112 ülkeden yapılmıştır. 2011'de ilk 5 ülke sırasıyla Çin, İtalya, Almanya, Polonya, Fransa ve İspanya olmuştur. İthal edilen mobilyanın % 35'inin Çin'den gelmesi dikkat çekicidir.

Mobilya dış ticaret verileri genel olarak değerlendirildiğinde ihracatın ağırlıklı olarak yakın komşulara yapıldığı, ithalatın ise daha uzak ülkelerden gerçekleştirildiği söylenebilir. Yine ihracat değerleri doğrultusunda 2000'li yılların ortasına kadar en az ihracat yapılan ülke Irak olmuş, ancak biraz huzura kavuşan Irak'a 2011 yılında yapılan 284 milyon dolarlık ihracat zirve yapmıştır. Yakın komşularla ilgili sıfır sorun politikasından taviz verilmeden devam edilmesi, bölgede huzurlu bir ortam oluşturulması adına önem arz etmektedir. Sektör, üretici firma adedi, mevcut istihdam gücü ve kaynaklarıyla Türkiye, Avrupa'nın güçlü mobilya üreticileri olarak görülen Almanya, İtalya, Polonya gibi ülkelerle rekabet edebilir nitelikte görülmektedir. Son yıllarda büyük atılım içinde olan Çin, sektörü gelecekte rahatsız edecek güç olarak tanımlanabilir. Özellikle, Çin'den ve diğer uzak doğu ülkelerinden getirilen, daha önce yaygın kullanımı olmayan bahçe/dış mekân mobilyaları ithalatın artmasına neden olmaktadır.

Dünya mobilya pazarında 2050 yılı itibariyle 1 trilyon doları geçmesi beklenen pazarda Türkiye'nin payına düşeni alabilmesi için sorunlarını çözüp rekabet gücünü artırması gerekmektedir. Türk mobilya sektörünün uluslararası arenada uzun vadeli olarak yer edinebilmesi için hem özel sektör hem de devletin, sektörün sıkıntılarını giderici ve rekabeti sağlayıcı politikalar üretmesi gerekmektedir.

3. Yatırım Ortamının İyileştirilmesi ile Bölgesel Teşvik ve Yardımlar

Bu bölümde, sektörün yatırım ortamı, yatırım ortamındaki engellerin kaldırılması ve yatırımın bölgesel dağılımı, teşvik ve yardımlar konusundaki görüşler sunulmuştur.

Mobilya üreticilerinin Türkiye'deki dağılımına bakıldığında, İstanbul ve Ankara'yı, Bursa, Bolu, Eskişehir, Kayseri, Sakarya, Zonguldak, Trabzon, Balıkesir, Antalya, Burdur ve Adana'nın takip ettiği görülmektedir. Kayseri, mobilya üreticisi illere ve yapılan ihracata göre ön sıralarda yer almaktadır. Türkiye'de 200'den fazla çalışanı olan mobilya üreticisi



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

firma sayısı 40'ı aşmıştır ve bu firmaların 8'i (%20'si) Kayseri'de faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte Türkiye'deki mobilya sektörünün büyük çoğunluğunu oluşturan KOBİ'ler, yeterli finansal destek sağlanması durumunda, ekonomi için daha fonksiyonel bir yapıya kavuşabileceklerdir. Mobilya sektörü hem sağladığı istihdam açısından (imalat sanayi işletmelerinde çalışan işçilerin yaklaşık %23'ünü istihdam etmektedir) hem de her geçen gün artan ihracat değeri ile Türkiye'nin önemli bir imalat sanayisidir. Sektörün son 10 yıllık gelişim sürecine, büyümesine ve dış ticaret boyutu değerlendirmelerine bakıldığında hızlı büyüyen ve yatırım yapmaya açık bir yapısı vardır.

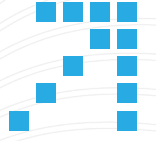
Ancak, sektörün gelişimi, rekabeti ve iç-dış piyasalarda etkinliğinin artırılması için destek ve teşviklere ihtiyacı vardır. Mobilya sektöründe uygulanan yüksek vergi oranlarının Avrupa ülkeleri seviyesinin üstünde olması dış pazarlarla rekabet açısından önemli bir dezavantaj olmaktadır. Türkiye'de SGK primlerinin yüksek oluşu da rekabeti olumsuz etkileyen diğer bir faktördür. Bu nedenle, SGK primlerinin uluslararası uygulamalar ve ülke gerçekleri dikkate alınarak yeniden düzenlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Teşviklerde ihracatı artırmaya yönelik teşvik ve desteklere öncelik verilmesi gerekmektedir. İhracat teşvikleri dar ve geniş anlamda olmak üzere iki şekilde ele alınabilir [Şahbazov ve İnci, 2000]. Dar anlamda ihracat teşvikleri, ihracat sübvansiyonlarını kapsamaktadır. Geniş anlamda ise, ihracatçıların ihracatta karşılaştıkları güçlükleri ortadan kaldıracak ve satışlarını geliştirmek için dinamik bir sistem kurmalarına yardımcı olacak bütün düzenlemeleri içerir. Buna göre; ihracat teşviklerinin en önemli amaçları şunlardır:

- Pazar payının genişlemesi,
- İhracat bilgisinin oluşturulması,
- İhracatla ilgili sınırların azaltılması ya da ortadan kaldırılması,
- Fiili ve potansiyel ihracatçılar için çeşitli yardım türlerinin belirlenmesidir.

İhracata verilen teşviklerin hangi türden olabileceği uluslararası anlaşmalarla belirlenmiştir. Dünya Ticaret Örgütü tarafından kabul edilebilecek ihracat teşviklerinin en önemlileri şunlardır.

- Pazar araştırması,
- Uluslararası ticaret kurulları,
- Uluslararası ticaret fuarları,



- Ticareti teşvik ofisleri,
- Devletin destekleyici olduğu araştırmalar,
- Ticaret finansman programları,

Türkiye’de değişen ekonomik koşullara ve ihtiyaçlara bağlı olarak farklı dönemlerde farklı ihracat teşvikleri kullanılmıştır. 1994 yılı sonunda uluslararası taahhütlere uygun olarak nakit teşvikler kaldırılmış ve ihracatı hem üretim hem de pazar aşamalarında destekleyecek nitelikteki “İhracata Yönelik Devlet Yardımları” uygulamaya konulmuştur. Türkiye mevzuatını, Gümrük Birliği’nin gerçekleştirilmesiyle birlikte de AB mevzuatına göre uyarlamıştır. Teşvikler uyarlanmış olmakla birlikte, ihracat teşviklerine ayrılan kaynaklarda ve uygulamalarda Türkiye ve AB arasında önemli farklar mevcuttur. Türkiye’de yeni teşvik sistemi doğrultusunda mobilya sektörü için teşvikler şu şekilde sıralanabilir.

- Sigorta programları ve dolaylı vergilerde indirim,
- Gümrük vergisi muafiyeti,
- KDV istisnası,
- Sigorta primi işveren hissesi desteği,
- Mobilya üretimine uygun yerlerde yatırım yeri tahsis,
- Faiz desteği,
- KDV iadesi,
- İhracata yönelik devlet yardımları (Araştırma, Geliştirme Yardımı, Yurtdışı Fuar ve Sergilere Katılım Desteği),
- Uluslararası nitelikli fuarların desteklenmesi,
- Pazar araştırması yardımı,
- Eğitim yardımı,
- İstihdam yardımı,
- Çevre maliyetlerinin desteklenmesi,
- Patent,
- Faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım tescili yardımı,
- Türk ürünlerinin yurtdışında markalaşması,
- Marka tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi,
- Tanıtım ile Türk Malı imajının yerleştirilmesine yönelik faaliyetlerin desteklenmesi,
- Yurtdışında ofis mağaza açma, işletme konularında yardım,
- İhracat ve ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı hizmet ve



- faaliyetlerde vergi, resim ve harç İstisnası,
- Eximbank tarafından uygulanan kredi ve sigorta programları,
- Sektörün son yıllarda hammadde konusunda dışa bağımlılığını engellemeye yönelik destekler,

gibi konularda teşvik, yaptırım ve açılımlar konularında sektör, teşvik ve yönlendirmelere ihtiyaç duymaktadır. Genel olarak işletmelerin uluslararası pazarlarda rekabet gücü yaratmalarında devletin üzerine düşen görevler vardır. Bunlar, geliştirilmiş standartlar ile işletme performanslarını yükseltmek için cesaretlendirmek, talep görece ürünleri önceden tespit edip modellemek, özelleştirilmiş girdi üretimine odaklanmak, bölgesel rekabeti engelleyecek doğrudan birliktelikleri (tekelleşme) kısıtlandırmaktır.

4. Sektörde Yeni Yönelimler

Türkiye mobilya sektöründeki genel yapı, üretim metotları ve kullanılan teknoloji son 20 yılda büyük ölçekli firmaların üretim ağına dâhil olması ile değişmiştir. Artan ihracat imkânları ve ihracatçı firma sayısı ile her geçen gün gelişmekte ve Türkiye'nin uluslararası alanda rekabete girdiği sanayi kollarından birisi olmuştur. Diğer taraftan zanaat geleneğinin devam ettirildiği KOBİ nitelikli firmalar ile el yapımı mobilya üretimi ağırlığını/ önemini hala korumaktadır. Sektörde uzun yıllara dayanan altyapı olmasına rağmen, teknolojik anlamda özgün teknolojik birikim oluşturulamamış ve makine-ekipman alt yapısında tamamıyla yurt dışına bağımlı hale gelmiştir. Bu nedenle, yatırım maliyetleri yüksek olmuştur. Bu durum yatırımın geri dönüş hızının düşük kalmasına yol açmaktadır. Sektörde İtalyan ve Alman makine firmalarının ağırlığı fazladır. Sektöre yönelik yerli makine sanayinin ağırlığı oldukça yetersiz olup desteklenmeye ihtiyaç duymaktadır.

Büyükölçekli firmalar bugünkü standartlarında mobilya üretimini gerçekleştirmektedirler. Sektörde ürün tasarımının öneminin anlaşılması, marka bilincinin oluşma veya oluşturulması çabaları ile bu konulara ayrılan bütçe imkânları da artırılmaktadır. Mobilya tasarımcılarının yetiştirilmesine gereken ilginin gösterilmesi (gerek sektör örgütleri ve gerekse İhracatçı Birlikleri'nce sektöre yönelik düzenlenmekte olan tasarım yarışmaları bu yönelimi gösteren önemli organizasyonlardır) ve istihdamlarının sağlanması, sektörün gelişimi açısından büyük önem arz etmektedir. AB ile süre gelen yoğun ticari alışveriş, sektörle ilgili olarak AB'de var olan kalite ve sağlığa ilişkin standartlara uyumu kolaylaştırmaktadır. Fabrikasyon üretimin yaygınlaşması, tüketicinin bilinçlendirilmesi ve artan ihracat da bu ve benzeri gelişmeleri, zorunlu kılmaktadır.



Büyük işletmelerin sektöre girmesiyle hem iç pazara hem de dış pazara yönelen mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bir kısmında sipariş üretimi yapılırken büyük bir çoğunluğunda, oturma grubu (sandalye, çek yat, koltuk) ve tablalı mobilya (mutfak, banyo, ofis, yatak odası, yemek odası, genç odası) üretimleri gerçekleştirilmektedir. Çoğunluğu geleneksel yöntem ve tezgâhlarla çalışan küçük işletmelerin ağırlıkta olduğu sektörde büyük ölçekli firmalar otomasyonlu üretim gerçekleştirmektedir.

21. yüzyılın çıktısı olan ve imalat sektörünü direk ilgilendiren akıllı konut, akıllı araba, akıllı makine gibi akıllı yaklaşımlar mobilya sektörünü etkilemesi beklenmektedir. Bu yüzyılın beklentileri doğrultusunda sektörün çevreye duyarlı, teknolojik donanımlarla güncel farklılık yaratan akıllı mobilya üretimi ağını, tasarım ve üretim yelpazelerine almaları tavsiye edilmektedir.

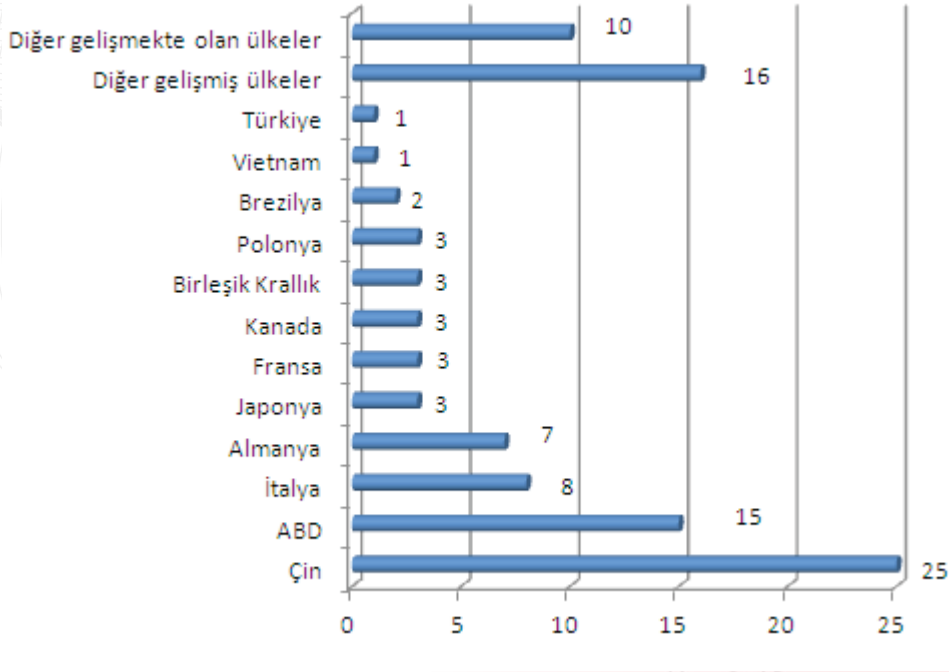
5. Sektörün Dış Piyasalardaki Durumu

Bu bölümde, sektörün ihracat ve ithalat rakamlarına göre dünya sıralamasında yeri, en sık ticari ilişkilerde bulunulan ülkelerin bilgisi sunulmuştur.

2010 yılında dünya mobilya üretimi yaklaşık olarak 376 milyar dolar olurken yaklaşık 200 milyar dolar üretici ülkelerde tüketilmiş 176 milyar dolar uluslararası ticarete konu olmuştur. Dünya mobilya üretiminde öne çıkan ülkelerin pay oranları Şekil 5.1'de verilmiştir.



Şekil 5.1. Dünya mobilya üretimi



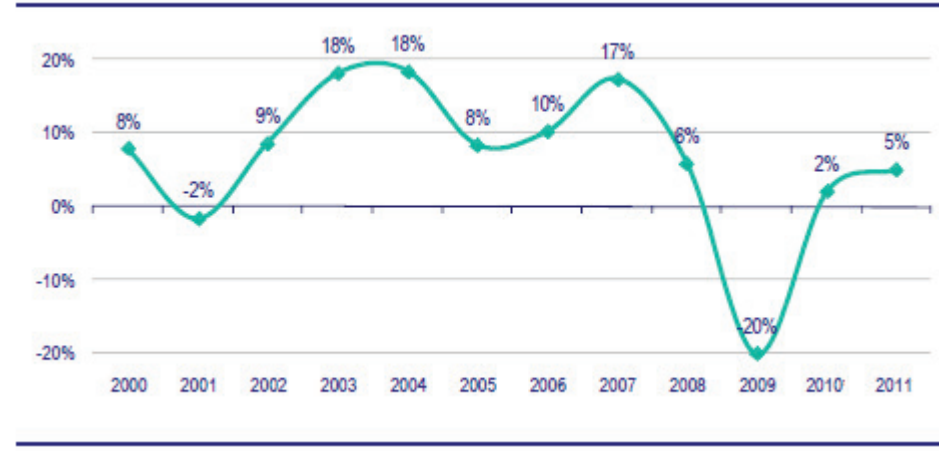
Kaynak: CSIL 2011

Mobilya üretiminde Çin %25'lik oran ile açık ara önde olup ABD %15, İtalya %8, Almanya % 7 pay oranları ile öne çıkan ülkeler olarak gözükmektedir. Bu dört ülke dünya mobilya üretiminin yarısından fazlasını gerçekleştirmişlerdir. %3'lük oranları ile diğer büyük üreticiler Japonya, Fransa, Kanada, Birleşik Krallık ve Polonya'dır. Türkiye yaklaşık 1'lik oran ile Brezilya ve Vietnam'dan sonra gelmektedir. Diğer gelişmiş ülkeler %16, diğer gelişmekte olan ülkeler ise %10'luk pay edinmektedirler. Çin, Polonya ve Vietnam ihracat ağırlıklı üretim ve tasarımları ile hızlı gelişim gösteren ülkeler olarak gözükmektedir.

TÜİK 2009 verilerine göre, Türkiye 3,5 milyar dolar (6,4 milyar Türk lirası) değerinde olup dünya mobilya üretiminin yaklaşık % 1'lik oranını oluştururken istenilen düzeyde değildir. Türk mobilya sektörü, 2023 yılı için mobilya üretim hacmini 25 milyar dolara çıkarmayı öngörmektedir. Dünya mobilya ticaretinde son 10 yıllık gelişim süreci Şekil 5.2'te verilmiştir.



Şekil 5.2 . Dünya mobilya ticareti (Yıllık Trent)



Kaynak: CSII, 2012

Dünya mobilya ticareti 2001’de %2’lik düşüş sonrası 2009 yılına kadar anlamlı büyüme gerçekleştirmiştir. Ancak, 2009 yılında yaşanan küresel kriz sektörün %20 oranında kesin düşüş yaşamasına neden olmuş 2010 yılından itibaren ise tekrar büyüme istikrarına kavuşmuştur. 2010 değerleri ile 376 milyar dolar olan dünya mobilya pazarının 2050 yılında 1 trilyon doları geçeceği tahmin edilmektedir.

Dünya mobilya sektörüne ait 2011 GTİP kodlama sistemine göre ürün bazında ihracat değerleri sırasıyla Tablo 5.1 - 5.5.’de verilmiştir.



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

Tablo 5.1 Dünya mobilya ihracatı, oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları

GTİP	No	İhracatçı Ülkeler	Yıllar (Bin \$)				
			2007	2008	2009	2010	2011
9401 - Oturmaya mahsus mobilyalar, bunların aksam ve parçaları	1	Çin	10.353.508	13.204.550	11.674.720	14.941.056	17.017.294
	2	Polonya	4.033.554	4.286.389	3.689.042	4.031.700	4.867.907
	3	Almanya	3.863.324	4.220.375	3.211.165	3.596.339	4.502.091
	4	Meksika	3.637.941	3.116.225	2.306.161	3.350.276	3.777.848
	5	İtalya	4.367.633	4.270.822	3.289.825	3.154.326	3.414.224
	6	ABD	3.297.619	3.110.825	2.243.411	2.959.926	3.186.037
	7	Çek Cum.	1.522.505	1.696.330	1.380.809	1.660.168	1.971.305
	8	Kanada	1.921.658	1.584.590	1.007.881	1.412.988	1.559.760
	9	Fransa	1.436.880	1.561.070	1.174.835	1.151.272	1.312.251
	10	Japonya	920.886	1.176.224	920.571	1.306.794	1.250.880
	11	Vietnam	679.574	780.811	631.619	755.416	1.071.804
	12	Birleşik Krallık	1.014.392	983.819	653.436	820.206	1.048.949
	13	Romanya	608.575	678.550	725.137	813.834	1.030.433
	14	Macaristan	869.886	904.469	677.235	736.198	893.815
	15	Hollanda	587.036	616.508	505.069	609.654	891.988
	16	Portekiz	732.848	734.300	610.506	671.628	744.229
	17	Kore Cum.	462.024	443.971	406.568	540.011	736.693
	18	Belçika	854.103	883.890	699.362	681.800	633.100
	19	Türkiye	443.919	564.518	459.017	541.828	632.150
	20	Slovakya	424.518	483.041	515.899	527.263	630.235
	21	Malezya	664.981	682.557	559.227	631.732	590.379
	22	Avusturya	570.591	624.430	484.904	489.564	571.620
	23	İsveç	505.400	540.285	409.751	478.032	552.992
	24	İspanya	730.879	690.311	586.391	600.890	542.107
	25	Endonezya	562.386	487.212	385.526	492.213	541.638
Liste toplam			45.066.620	48.326.072	39.208.067	46.955.114	53.971.729

Kaynak: Trademap 2012

224 ülke oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları ürün grubunda uluslararası ticarete söz konusu olmuştur. İlk 25 ülke yaklaşık 54 milyar dolar ihracat hacmi yakalamışlardır. İlk 5 ülke arasında, Çin'in yaptığı ihracat Polonya, Almanya, Meksika ve İtalya'nın toplam ihracatından fazladır. Türkiye, bu ürün grubunda 632 milyon dolarlık hacmi ile 19. Sıradadır ihracat kapasitesinin artacağı düşünülmektedir.



Tablo 5.2. Dünya mobilya ihracatı, tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları

GTİP	No	İhracatçı Ülkeler	Yıllar (Bin \$)				
			2007	2008	2009	2010	2011
9402 Tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları	1	Almanya	460.888	540.276	538.279	556.426	625.818
	2	ABD	388.144	456.415	465.365	519.422	589.391
	3	Çin	191.631	294.480	280.112	339.952	419.069
	4	Kanada	128.969	182.263	154.809	147.644	163.671
	5	İtalya	161.166	175.317	140.162	133.461	135.509
	6	Polonya	69.699	148.963	127.552	133.103	130.432
	7	Çek Cum.	86.442	107.293	99.766	108.963	116.873
	8	Birleşik Krallık	140.856	90.679	87.574	99.584	115.092
	9	Taipei	77.797	86.265	78.701	100.678	111.333
	10	Hollanda	49.445	53.372	59.313	73.994	101.893
	11	Meksika	12.803	40.412	44.090	71.006	81.439
	12	Fransa	111.646	142.744	89.435	72.463	80.003
	13	Japonya	62.380	67.353	47.994	63.818	65.099
	14	Finlandiya	47.099	51.580	35.543	41.335	49.213
	15	Danimarka	83.484	84.512	59.543	46.127	46.627
	16	Belçika	21.613	30.581	33.712	31.690	40.619
	17	İsviçre	32.651	33.530	29.875	30.093	37.499
	18	İsveç	28.339	30.945	27.960	36.354	37.144
	19	İspanya	36.473	40.545	30.565	31.756	34.797
	20	Singapur	19.227	21.849	13.345	26.735	29.829
	21	Avusturya	16.240	25.864	22.399	24.936	29.478
	22	Türkiye	14.390	19.977	17.706	21.470	26.610
	23	Brezilya	23.501	19.716	17.050	20.127	19.622
	24	Endonezya	8.155	8.060	10.853	13.686	18.598
	25	Hindistan	6.887	6.264	13.014	8.888	17.327
Liste Toplam			2.279.925	2.759.255	2.524.717	2.753.711	3.122.985

Kaynak: Trademap 2012

179 ülke tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları ürün grubunda uluslararası ticarete söz konusu olmuştur. İlk 25 ülke yaklaşık 3 milyar dolar ihracat hacmi yakalamıştır. Türkiye bu ürün grubunda 26 milyon dolarlık hacmi ile 22.sırada olup söz konusu ürün grubunda ihracat hacmini artırması beklenmektedir.



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

Tablo 5.3. Dünya mobilya ihracatı, diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları

GTİP	No	İhracatçı Ülkeler	Yıllar (Bin \$)				
			2007	2008	2009	2010	2011
9403 - Diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları	1	Çin	11.811.462	13.737.716	13.654.506	18.040.794	20.915.233
	2	Almanya	6.776.754	7.688.316	6.602.308	6.639.453	7.880.872
	3	İtalya	8.681.005	9.315.116	6.824.131	7.049.262	7.736.548
	4	Polonya	3.029.662	3.643.868	2.675.401	2.920.056	3.459.390
	5	Vietnam	1.647.356	1.841.554	1.739.687	2.129.562	3.104.424
	6	ABD	2.556.966	2.921.610	2.272.284	2.601.266	2.867.847
	7	Kanada	3.301.181	2.874.436	1.799.854	1.992.724	2.090.434
	8	Malezya	1.734.805	1.922.777	1.606.252	1.842.828	1.916.423
	9	İsveç	1.740.487	1.901.183	1.523.250	1.596.411	1.829.797
	10	Fransa	2.053.140	2.235.151	1.779.377	1.430.132	1.468.211
	11	Danimarka	2.141.607	1.944.862	1.486.778	1.362.451	1.425.815
	12	Avusturya	1.630.736	1.725.436	1.374.442	1.267.378	1.386.605
	13	İspanya	1.470.259	1.564.770	1.166.057	1.069.471	1.235.884
	14	Endonezya	1.348.395	1.410.487	1.242.555	1.427.881	1.165.114
	15	Belçika	1.224.920	1.366.894	1.063.356	983.808	1.018.168
	16	Hollanda	871.671	916.658	761.685	794.422	962.655
	17	Birleşik Krallık	1.254.207	1.109.889	769.082	796.341	920.497
	18	Taipei	870.315	855.243	701.956	849.548	913.792
	19	Türkiye	531.233	700.242	629.607	750.498	894.522
	20	Litvanya	634.586	700.246	615.365	677.830	844.558
	21	Meksika	699.537	714.918	620.318	751.817	784.558
	22	Romanya	902.682	916.276	649.759	683.483	777.340
	23	Çek Cum.	673.682	766.573	545.502	561.466	677.188
	24	Portekiz	407.246	476.761	435.228	560.546	645.623
	25	Tayland	674.827	624.198	520.636	593.293	579.954
Liste toplam			58.668.721	63.875.180	53.059.376	59.372.721	67.501.452

Kaynak: Trademap 2012

227 ülke diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları ürün grubunda uluslararası ticarete söz konusu olmuştur. İlk 25 ülke yaklaşık 67 milyar dolarlık ihracat hacmi yakalamışlardır. Çin yaklaşık 20 milyar dolarlık hacimle açık ara önde olup, Türkiye bu ürün grubunda 894 milyon dolarlık hacmi ile 19.sıradadır. Türkiye'nin bu ürün grubunda ihracat hacmini hızla artırması beklenmektedir.



Tablo 5.4. Dünya mobilya ihracatı, somya, kanepeler, yatak takımı ve benzeri eşya

GTİP	No	İhracatçı Ülkeler	Yıllar (Bin \$)				
			2007	2008	2009	2010	2011
9404 – Somya, kanepeler, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya	1	Çin	4.801.200	4.894.232	4.699.780	5.939.623	6.837.199
	2	Polonya	599.095	817.207	697.810	824.496	937.098
	3	Almanya	545.080	592.317	564.111	538.053	663.241
	4	Belçika	438.098	490.537	424.727	419.123	436.694
	5	Danimarka	363.413	340.326	279.715	310.539	368.556
	6	İtalya	369.433	374.994	317.309	321.465	349.992
	7	ABD	337.880	358.945	284.773	315.766	343.583
	8	Hollanda	213.492	219.425	179.950	193.560	272.592
	9	Meksika	207.912	288.956	235.707	251.375	265.607
	10	Hindistan	139.492	157.212	155.431	226.003	265.225
	11	Avusturya	215.006	231.820	200.927	197.737	215.638
	12	Estonya	174.022	177.344	164.028	168.837	211.714
	13	İsveç	204.822	197.530	149.577	155.099	175.961
	14	Fransa	235.290	251.414	212.326	170.076	159.494
	15	Birleşik Krallık	117.495	108.292	101.970	118.629	119.529
	16	İspanya	120.165	118.332	106.949	105.181	118.182
	17	Türkiye	92.371	102.278	91.816	101.165	105.109
	18	Portekiz	66.017	73.614	70.674	72.251	100.421
	19	Macaristan	64.576	76.077	75.832	76.719	90.507
	20	Pakistan	21.740	43.054	70.525	87.397	89.155
	21	Litvanya	52.606	53.102	47.828	51.475	88.710
	22	Norveç	82.979	65.212	52.636	69.443	84.039
	23	Vietnam	35.570	54.981	53.135	75.292	83.532
	24	Malezya	57.506	71.566	60.553	73.584	75.467
	25	Kanada	87.159	75.713	69.853	70.922	74.397
Liste toplam			9.642.419	10.234.480	9.367.942	10.933.810	12.531.642

Kaynak: Trademap 2012

211 ülke somya, kanepeler, yatak takımı ve benzeri eşya ürün grubunda uluslararası ticarete söz konusu olmuştur. İlk 25 ülke yaklaşık 12,5 milyar dolarlık ihracat hacmi yakalamışlardır. Çin yaklaşık 7 milyar dolarlık hacimle açık ara önde iken Türkiye bu ürün grubunda 105 milyon dolarlık hacmi ile 17.sıradadır. Bu ürün grubunda pazar payını artıracığı düşünülmektedir.



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

Tablo 5.5. Dünya mobilya ihracatı ve Türkiye'nin pozisyonu

GTİP	No	İhracatçı Ülkeler	Yıllar (Bin \$)					Pay %
			2007	2008	2009	2010	2011	
9401 - Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları 9402 - Tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları 9403 - Diğer mobilyalar, aksam ve parçaları 9404 - Somya, kanepeler, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya	1	Çin	27.157.802	32.130.978	30.309.118	39.261.424	45.188.795	30.9
	2	Almanya	11.646.046	13.041.284	12.392.211	12.763.658	14.479.882	9.6
	3	İtalya	13.943.333	14.478.076	10.831.608	10.816.823	11.792.773	7.3
	4	Polonya	7.891.881	9.126.315	7.342.109	7.909.354	9.394.828	5.2
	5	A.B.D	6.580.608	6.847.796	5.265.833	6.396.380	6.986.857	5.0
	6	Meksika	4.558.194	4.160.510	3.206.276	4.424.475	4.909.452	3.1
	7	Vietnam	2.365.909	2.694.920	2.434.203	2.978.983	4.264.794	2.4
	8	Kanada	5.438.966	4.717.002	3.032.397	3.624.279	3.888.263	2.3
	9	Fransa	3.836.956	4.190.379	3.255.974	2.823.943	3.019.958	2.2
	10	Çekoslovakya	2.347.140	2.748.299	2.161.483	2.489.633	2.811.956	1.8
	11	İsveç	2.479.049	2.669.944	2.110.539	2.265.896	2.595.894	1.8
	12	Malezya	2.468.408	2.686.509	2.233.804	2.556.327	2.589.447	1.8
	13	Danimarka	3.069.909	2.832.016	2.201.058	2.089.322	2.271.070	1.7
	14	Hollanda	1.721.763	1.808.278	1.506.093	1.671.633	2.229.128	1.6
	15	Birleşik Krallık	2.526.950	2.292.679	1.612.063	1.834.760	2.204.067	1.5
	16	Avusturya	2.432.705	2.607.550	2.082.672	1.979.615	2.203.342	1.5
	17	Belçika	2.538.734	2.771.902	2.221.157	2.116.421	2.128.581	1.5
	18	İspanya	2.362.373	2.556.723	2.053.541	1.807.296	2.023.149	1.4
	19	Romanya	1.525.615	1.612.295	1.394.690	1.521.015	1.841.658	1.1
	20	Endonezya	1.946.126	1.934.002	1.666.875	1.967.763	1.767.244	1.0
	21	Türkiye	1.081.913	1.387.014	1.198.145	1.414.960	1.658.389	1.0
	22	Portekiz	1.268.385	1.413.368	1.273.495	1.311.313	1.501.806	0.9
	23	Taipei	1.353.324	1.352.318	1.086.435	1.336.612	1.459.665	0.9
	24	Japonya	1.065.211	1.342.375	1.034.659	1.449.560	1.413.160	0.9
	25	Macaristan	1.142.380	1.323.104	1.014.058	1.074.285	1.328.388	0.8
Liste toplam			114.749.680	124.725.636	104.920.496	119.885.730	135.952.546	89.2

Kaynak: Trademap 2012

2011 yılında dünya mobilya ihracatı 227 ülke ile ticarete söz konusu olmuş olup ilk 25 ülke yaklaşık 136 milyar dolar ile ihracatın yaklaşık % 90'nını gerçekleştirmişlerdir. Son 5 yıl değerlendirmelerine göre 2009 yılı hariç yükselme eğilimindedir. Trademap verilerine göre, Türkiye 2011'de 1,658 milyar dolar ihracat hacmi ile 21. sıradadır. TÜİK verilerine göre ise 2011 ihracat hacmi 1,606 milyar dolardır. Türkiye'nin edindiği pay ve



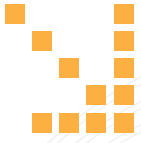
genel sıralamadaki yeri istenilen ve arzu edilen yerde değildir. Pazar büyüklüğü 191,8 milyar dolarlık pazardan sadece % 1,0 pay edinmek Türkiye mobilya sektörü için düşük kalmaktadır. Ancak, 2001 yılından sonra yakalanan ivme ile ihracat hacminin artması ve sektörün 2023 yılında ihracat değerinin 10 milyar dolar olması beklenmektedir.

Dünya mobilya sektörüne ait 2011 GTİP kodlama sistemine göre ürün bazında ithalat değerleri sırasıyla Tablo 5.6 - 5.10'de verilmiştir.

Tablo 5.6. Dünya mobilya ithalatı, oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları

GTİP	No	İthalatçı Ülkeler	Yıllar (Bin \$)				
			2007	2008	2009	2010	2011
9401 - Oturmaya mahsus mobilyalar, bunların aksam ve parçaları	1	ABD	15.580.284	14.413.519	11.191.257	15.426.392	16.214.533
	2	Almanya	5.976.640	6.699.117	5.927.731	6.550.150	7.691.194
	3	Fransa	3.203.457	3.507.886	2.902.413	3.427.574	3.757.109
	4	Birleşik Krallık	3.774.415	3.491.551	2.541.876	2.979.466	3.094.361
	5	Kanada	3.092.413	2.904.540	2.292.185	2.926.256	3.050.553
	6	Japonya	2.022.878	2.134.637	1.620.039	1.983.248	2.187.549
	7	Çin	713.526	751.158	810.357	1.162.292	1.481.724
	8	Belçika	1.648.681	1.668.856	1.276.456	1.299.733	1.478.759
	9	İspanya	1.788.571	1.782.614	1.226.629	1.563.641	1.468.677
	10	Hollanda	1.158.888	1.287.091	1.081.176	1.198.076	1.414.556
	11	Meksika	1.200.839	1.167.683	771.934	1.097.983	1.291.923
	12	Rusya Federasyonu	523.753	729.519	497.273	822.010	1.172.903
	13	Avustralya	816.515	945.694	821.680	957.714	1.149.795
	14	İtalya	1.147.618	1.147.377	944.198	997.090	1.052.659
	15	İsviçre	853.279	954.784	845.761	894.159	1.030.750
	16	Avusturya	910.474	959.425	808.633	834.969	983.184
	17	Çek Cum.	695.972	835.794	742.345	730.701	899.497
	18	Kore Cum.	804.639	743.511	588.852	780.731	815.054
	19	İsveç	867.895	908.859	580.598	715.888	762.558
	20	Polonya	679.879	835.772	603.903	614.125	722.110
	21	Norveç	504.079	559.373	477.466	531.812	604.183
	22	Danimarka	560.416	616.671	488.654	537.685	582.460
	23	Slovakya	650.604	451.602	352.253	444.353	574.046
	24	BAE	170.440	208.614	359.923	352.749	469.468
	25	Türkiye	356.109	382.573	303.803	405.370	465.428
Liste toplam			49.702.264	50.088.220	40.057.395	49.234.167	54.415.033

Kaynak: Trademap 2012



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

231 ülke oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları ürün grubunda uluslararası ticarete söz konusu olmuştur. İlk 25 ülke yaklaşık 54 milyar dolar ithalat hacmi yakalamışlardır. ABD, Almanya, Fransa, Birleşik Krallık ve Kanada ilk 5 ülke olarak öne çıkmaktadır. Türkiye bu ürün grubunda 465 milyon dolarlık hacmi ile 25.sıradadır.

Tablo 5.7. Dünya mobilya ithalatı, tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları

GTİP	No	İthalatçı Ülkeler	Yıllar (Bin \$)				
			2007	2008	2009	2010	2011
9402 Tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları	1	ABD	505.760	631.763	565.144	654.172	769.565
	2	Almanya	143.768	193.130	181.502	193.068	197.268
	3	Kanada	121.500	140.943	134.250	155.261	194.552
	4	Venezüella	-	39.980	49.002	87.575	169.325
	5	Fransa	135.148	174.800	156.305	160.658	163.543
	6	Hollanda	81.446	100.374	88.923	102.152	141.386
	7	Birleşik Krallık	144.848	154.670	152.556	137.672	126.125
	8	Çin	59.578	65.285	67.980	90.716	101.141
	9	Suudi Arabistan	41.251	2.757	95	82.440	92.543
	10	Rusya Federasyonu	61.925	97.262	48.514	80.078	85.725
	11	Japonya	50.752	56.321	57.090	66.037	85.337
	12	İtalya	53.320	69.583	68.528	86.146	76.206
	13	Polonya	27.082	29.281	46.009	60.237	66.818
	14	İsviçre	51.153	62.999	54.814	57.026	66.707
	15	Belçika	46.575	51.757	54.249	50.066	62.866
	16	Avusturya	61.910	65.435	58.307	54.311	61.769
	17	Avustralya	38.572	48.349	42.344	52.871	58.711
	18	İspanya	71.660	76.276	51.218	59.659	53.375
	19	Meksika	44.691	52.227	47.209	51.896	51.797
	20	Norveç	56.120	74.592	49.802	46.646	50.469
	21	Singapur	20.840	25.035	20.639	36.164	40.255
	22	İsveç	32.865	29.737	29.191	30.909	33.271
	23	BAE	20.534	21.823	29.916	29.534	32.463
	24	Türkiye	31.110	42.455	19.491	27.218	32.296
	25	Brezilya	11.367	34.469	23.746	52.732	31.970
Liste Toplam			1.913.775	2.341.303	2.096.824	2.505.244	2.845.483

Kaynak: Trademap



227 ülke tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları, ürün grubunda uluslararası ticarete söz konusu olmuştur. İlk 25 ülke yaklaşık 2,8 milyar dolar ithalat hacmi yakalamışlardır. ABD, Almanya, Fransa, Birleşik Krallık ve Kanada ilk 5 ülke olarak öne çıkmaktadır. Türkiye bu ürün grubunda 32 milyon dolarlık hacmi ile 25.sırada olup pazar payı oldukça düşüktür.

Tablo 5.8. Dünya mobilya ithalatı, diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları

GTİP	No	İthalatçı Ülkeler	Yıllar (Bin \$)				
			2007	2008	2009	2010	2011
9403 - Diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları	1	ABD	19.272.992	17.855.610	13.486.214	16.165.589	16.380.233
	2	Almanya	4.428.969	4.798.339	4.517.147	4.888.074	5.603.927
	3	Fransa	4.560.860	5.058.148	4.215.795	4.330.088	4.471.999
	4	Birleşik Krallık	5.230.561	5.066.174	3.709.670	3.952.199	3.821.870
	5	Japonya	2.374.211	2.463.026	2.312.637	2.480.261	2.741.451
	6	Kanada	2.468.895	2.711.514	2.135.659	2.475.591	2.651.740
	7	İsviçre	1.890.613	2.037.312	1.754.953	1.842.347	2.186.120
	8	Hollanda	1.930.851	2.116.475	1.637.644	1.650.296	1.926.929
	9	Avusturya	1.530.045	1.746.900	1.545.611	1.466.594	1.756.357
	10	Belçika	1.833.087	2.053.324	1.672.239	1.551.765	1.677.230
	11	Avustralya	1.015.711	1.206.712	1.054.447	1.170.527	1.435.761
	12	Rusya Federasyonu	899.062	1.219.583	936.541	1.128.787	1.415.222
	13	İtalya	1.492.230	1.533.751	1.193.158	1.344.041	1.401.625
	14	İspanya	1.983.395	2.028.918	1.378.991	1.451.385	1.365.808
	15	İsveç	1.236.197	1.324.955	955.274	1.055.304	1.204.962
	16	Norveç	1.212.039	1.311.404	1.021.738	1.058.281	1.204.759
	17	BAE	847.840	1.138.602	889.235	829.600	1.048.627
	18	Suudi Arabistan	477.062	10.365	86.264	599.307	1.029.022
	19	Danimarka	933.280	964.928	712.878	765.528	775.856
	20	Polonya	587.863	803.813	587.302	535.673	611.939
	21	Çin	298.266	365.581	370.383	425.359	605.519
	22	Singapur	469.511	517.424	435.646	527.168	572.363
	23	Cum.	580.518	587.456	420.814	543.779	570.066
	24	Meksika	599.176	616.354	384.410	469.964	545.455
	25	Hindistan	330.196	364.110	270.924	392.991	545.173
	26	Hong Kong	510.368	496.737	428.406	467.179	502.087
	27	Çek Cum.	491.887	594.004	422.593	379.157	464.039
	28	Finlandiya	347.346	421.763	311.139	335.627	368.328
	29	Brunei Sultanlığı	10.501	14.403	27.373	176.897	355.682
	30	Türkiye	285.679	305.919	208.264	242.083	348.733
Liste toplam			60.129.211	61.733.604	49.083.349	54.701.441	59.588.882

Kaynak: Trademap 2012



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

227 ülke bunların aksam ve parçaları, ürün grubunda uluslararası ticarete söz konusu olmuştur. İlk 25 ülke yaklaşık 60 milyar dolar ithalat hacmi yakalamışlardır. ABD, Almanya, Fransa, Birleşik Krallık ve Japonya ilk 5 ülke olarak öne çıkmaktadır. Türkiye bu ürün grubunda 348 milyon dolarlık hacmi ile 30.sıradadır. Türkiye GTİP ürün sınıflandırmasına göre pazar payı oldukça düşüktür.

Tablo 5.9. Dünya mobilya ithalatı, somya, kanepeler, yatak takımı ve benzeri eşya

GTİP	No	İthalatçı Ülkeler	Yıllar (Bin \$)				
			2007	2008	2009	2010	2011
9404 – Somya, kanepeler, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya	1	ABD	2.416.395	2.257.522	2.029.894	2.574.175	2.607.620
	2	Japonya	859.957	923.724	961.430	1.037.953	1.324.522
	3	Almanya	774.525	815.111	904.700	935.901	1.054.297
	4	Fransa	550.775	593.753	548.285	600.963	668.778
	5	Birleşik Krallık	540.006	544.819	451.838	498.994	511.173
	6	Hollanda	345.642	404.876	351.883	376.320	486.360
	7	Kanada	388.676	420.294	356.081	430.767	452.947
	8	İspanya	384.324	391.760	296.812	314.782	329.821
	9	İsveç	286.487	293.519	224.837	257.641	300.988
	10	Belçika	254.643	276.504	261.271	262.923	295.402
	11	İtalya	266.482	259.908	237.455	260.165	289.777
	12	Avustralya	188.012	223.678	209.689	233.975	282.799
	13	İsviçre	209.921	231.041	219.811	238.385	278.483
	14	Avusturya	216.156	239.617	214.514	220.325	246.323
	15	Kore Cum.	195.947	165.029	110.138	172.351	209.238
	16	Danimarka	184.048	192.035	153.052	169.079	194.669
	17	BAE	61.605	105.560	132.716	172.375	191.442
	18	Norveç	159.215	169.586	143.947	159.699	186.899
	19	Meksika	74.255	75.119	68.485	120.230	150.058
	20	Suudi Arabistan	52.368	760	816	80.952	122.827
	21	Hong Kong. Çin	115.143	111.637	108.111	109.745	121.557
	22	Polonya	78.162	100.734	93.647	91.665	120.501
	23	Singapur	64.939	79.873	70.306	86.933	106.872
	24	Türkiye	39.058	45.356	36.089	63.825	94.937
	25	Çek Cum.	69.940	92.258	78.923	73.900	91.887
Liste toplam			8.776.681	9.014.073	8.264.730	9.544.023	10.720.177

Trademap 2012



227 ülke diğer mobilyalar, somya, kanepeler, yatak takımı ve benzeri eşya, ürün grubunda uluslararası ticarete söz konusu olmuştur. İlk 25 ülke yaklaşık 11 milyar dolar ithalat hacmi yakalamışlardır. ABD, Japonya, Almanya, Fransa ve Birleşik Krallık ilk 5 ülke olarak öne çıkmaktadır. Türkiye, bu ürün grubunda 94 milyon dolarlık hacmi ile 24.sıradadır.

Dünya mobilya ithalatında öne çıkan ülkeler ve Türkiye'nin pozisyonu Tablo 5.10'da verilmiştir.

Tablo 5.10. Dünya mobilya ithalatı ve Türkiye'nin pozisyonu

GTİP	No	İthalatçı Ülkeler	Yıllar (Bin \$)					Pay %
			2007	2008	2009	2010	2011	
9401 - Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları 9402 - Tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçaları 9403 - Diğer mobilyalar, aksam ve parçaları 9404 - Somya, kanepeler, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya	1	A.B.D	37.775.431	35.158.414	27.272.509	34.820.327	35.971.951	22,7
	2	Almanya	11.323.902	12.505.697	13.297.014	14.516.894	15.761.443	10,0
	3	Fransa	8.450.241	9.334.588	7.822.798	8.519.282	9.061.429	5,9
	4	Birleşik Krallık	9.689.831	9.257.214	6.855.940	7.568.332	7.553.529	4,8
	5	Kanada	6.071.485	6.177.291	4.918.175	5.987.875	6.349.793	4,3
	6	Japonya	5.307.799	5.577.706	4.951.195	5.567.499	6.338.859	3,9
	7	Hollanda	3.518.778	3.908.815	3.159.627	3.326.844	3.969.231	2,7
	8	İsviçre	3.004.965	3.286.135	2.875.338	3.031.917	3.562.060	2,4
	9	Belçika	3.782.987	4.050.441	3.264.215	3.164.488	3.514.258	2,3
	10	İspanya	4.227.950	4.543.060	3.173.345	3.389.467	3.369.447	2,2
	11	Avusturya	2.718.811	3.011.377	2.627.065	2.576.199	3.047.637	2,2
	12	Avustralya	2.058.809	2.424.432	2.128.158	2.415.087	2.927.065	2,1
	13	İtalya	3.084.998	3.136.143	2.544.423	2.791.882	2.909.323	2,0
	14	Rusya	1.533.460	2.112.019	1.539.320	2.101.804	2.765.344	2,0
	15	İsveç	2.423.443	2.557.070	1.789.900	2.059.741	2.301.779	1,6
	16	Çin	1.105.905	1.225.538	1.293.249	1.731.608	2.251.831	1,5
	17	Norveç	1.931.453	2.114.955	1.692.954	1.796.437	2.046.310	1,5
	18	Meksika	1.918.960	1.911.403	1.272.038	1.740.077	2.039.239	1,4
	19	Arap Emirlikleri	1.100.456	1.474.598	1.411.798	1.384.268	1.742.003	1,2
	20	Suudi Arabistan	712.357	52.406	122.192	1.006.849	1.617.088	1,2
	21	Kore Cumhuriyeti	1.595.632	1.510.972	1.132.662	1.509.564	1.608.965	1,0
	22	Danimarka	1.707.271	1.812.373	1.379.926	1.493.904	1.572.909	1,0
	23	Polonya	1.430.919	1.829.413	1.373.123	1.301.700	1.521.368	1,0
	24	Çekoslovakya	1.269.558	1.578.771	1.316.495	1.296.752	1.470.792	1,0
		25	Türkiye	711.956	776.302	567.647	738.496	941.394
		Liste toplam	118.457.357	121.327.133	99.781.106	115.837.293	126.215.047	82,6

Kaynak: Trademap 2012



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

2011 yılında dünya mobilya ithalatında 231 ülke ticarete söz konusu olmuş olup ithalat hacmi 189,9 milyar dolar olmuştur. Son 5 yıl değerlendirmelerine göre 2008 yılı hariç yükselme eğilimindedir. 2008 yılında ithalatın, 2009 yılında ise ihracatın bir önceki yıla göre düşük seyretmesi dikkat çekicidir. 25 ülke ithalatın % 82,6'sını gerçekleştirmiştir. İlk 5 ithalatçı % 22,7 ile A.B.D, % 10,0 ile Almanya, % 5,9 ile Fransa, % 4,8 ile Birleşik Krallık ve % 4,3 ile Kanada en büyük pazarlar olarak gözükmektedir.

Türkiye ise 2011'de 941 milyon dolar ithalat hacmi ile 25. sıradadır. 189,9 milyar dolarlık pazardan % 0,7 ithalat payı edinmek, ihracatını artırmak isteyen Türkiye mobilya sektörü için pozitif değerlendirilmektedir.

6. Sektörün Yapısal Sorunları ve Çözüm Yolları

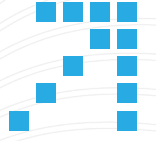
Kanun, tüzük, yönetmelik, tebliğ gibi mevzuatlar ile ilgili sektörün girişimleri ve bu konudaki değişiklik önerileri ve girişimleriyle ilgili bilgiler bu bölümde sunulmuştur. Sektörün rekabet gücünün artırılması ve verimlilik bölümünde ifade edilen toplam 10 sorun ile ilgili kanun, tüzük, yönetmelik ve uygulama alanlarında yaşanan eksiklikler vardır. Sorunlar ile ilgili durum şu şekilde özetlenebilir.

Mobilya sektörünün en önemli sorunları haksız rekabet, kayıt dışı oranının yüksek olması ve fikri hakların korunmasıdır. Konu ile ilgili mevcut yasa, yönetmelik ve mevzuatlar olmasına rağmen takip ve denetleme konularında eksiklikler vardır.

Sektörün diğer sorunu, hammadde ile ilgili yapılması gerekenlerdir. Yoğunluklu olarak dışa bağımlı olması şu şekilde özetlenebilir.

Orman kanunu güncellenmeli, ormanların verimli kullanılmamasının önüne geçilmeli ve orman ürünlerinde uygulanan %8'lik fonun kaldırılması ile ilgili çalışma yapılmalıdır. Mevcut orman kanunu güncel değildir. Endüstriyel odun üretiminde dışa bağımlılığa alternatifler üretilmeli ve endüstriyel ağaç üretimine izin verilmeli (İsveç Örneği), özel ormancılık desteklenerek, orman köylüsü probleminin çözülmesi ve üretimin artırılması yönünde bir iyileşme için gerekli yasal ve alt yapı düzenlemelerinin yapılması gerekmektedir. Endüstriyel odunun pahalı elde edilmesi, panel levha üretiminde tekelleşme söz konusu ve maliyetlere direk etkisi önlenmeli, lif levha (MDF), ve yonga levha (Sunta) gibi ürün yelpazesine çevreye duyarlı alternatif kompozit malzeme arayışları teşvik edilmeli bu konuda mevzuatlar oluşturulmalıdır.

Tekstil, sünger, polyester, kuş tüyü gibi döşemeli mobilyalarda yerli hammadde sağlanmasına yönelik alternatif düşünceler oluşturulmalıdır. Saç, metal profil malzeme çeşitliliği sağlanmalı, sektörde mobilya üretiminde uygun saç ve metal profil konusunda sıkıntılar giderilmelidir. Bu ürünler ile ilgili hammaddenin teminine yönelik teşvik



edici yasaların ve yaptırımların çıkarılması sektörün gelecekte hammadde sıkıntısını engelleyebilir.

Hammadde temininde AB standartlarına uyum sağlanmalı ve sertifikasız hammadde girişinin önüne geçilmeli, (Kyoto protokolü çerçevesinde en az E1 standardı), ürün yaşam döngüsü göz önüne alınarak insan sağlığına zarar veren malzeme kullanımına izin verilmemeli, bu konuda mevzuat eksiklikleri giderilmelidir. Ülke genelinde çevreye duyarlı ürünlerin standart testlerin yapılabileceği uygun laboratuvar ortamları sağlanmalı ve bu konuda çalışmalar yapılmalıdır.

Sektörün diğer önemli sorunu mesleki eğitim sorunudur. Bu durum sektörün gelişimini ve rekabet gücünü etkilemektedir ve Avrupa Birliği Katılım Bildirgesi'nde de Türkiye'nin Mesleki eğitim politikasını geliştirmesi ve uygulaması gereken öncelikler arasında sıralanmıştır.

Diğer sorun ise mobilya sektöründe uygulanan yüksek vergi oranlarının Avrupa ülkeleri seviyesinin üstünde olması ve dış pazarlarla rekabet için önemli bir dezavantaj olmasıdır. Türkiye'de SGK primlerinin yüksek oluşu da rekabeti olumsuz etkileyen diğer bir faktördür. Bu nedenle, SGK primleri uluslararası uygulamalar ve ülke gerçekleri dikkate alınarak yeniden düzenlenmelidir.

Mobilya sektöründeki ihracatta yakalanan başarılı sürecin daha da gelişerek devam ettirebilmesi için, sektörün yapısı dikkate alınarak, firmaların yatırım ve ihracat teşviklerinden daha fazla ve daha yaygın olarak yararlanmaları gerekmektedir.

Mobilya sektöründeki ürünlerin büyük çoğunluğu geniş hacimli ve ağır ürünler olduğundan nakliye, firmalar için ihracatta maliyeti artıran en önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Sektörde çoğunlukla dünyanın en pahalı taşıma şekli olan karayolu taşımacılığı kullanılmaktadır. Bu konuda demir ve deniz yolunun kullanımı ve güzergâhının artırılmasına yönelik yaptırımlara ihtiyaç vardır.

Fuar ve nakliye desteği teşviklerle sektör mutlaka desteklenmelidir. 16.07.2009 tarihinde Resmi Gazete' de yayımlanan yatırımlarda "Devlet Yardımları Hakkındaki Karar"da, yonga levha, MDF, sunta, kontrplak bölge bazında desteklenecek sektörler arasında sayılmakla birlikte sektörle ilgili önemli sayıda imalat ve ihracatçının bulunduğu İstanbul teşvik kapsamı dışında bırakılmıştır. Aynı kararda mobilya imalatı "metalden ve plastikten imal edilenler hariç" tutularak hem karmaşa yaratılmış hem de teşvik kapsamı daraltılmıştır. Bu karar mobilya yan sanayinin gelişmesine katkı yapmadığı gibi (hırdavat, bağlantı



elemanları, aksesuar vs) mobilya kalitesini olumsuz etkilemekte dış piyasalarda sektörün rekabet gücünü etkilemektedir. Bu nedenle mobilya yan sanayinin desteklenmesine ve gelişimine yönelik tedbirler alınmalıdır.

İhracatçı Birlikleri'nce kapatma işlemleri yapıldıktan sonra ithalatların yapıldığı (teminatların tutulu olduğu) gümrüklerin başmüdürlüklerine teminat çözümü için yazılı olarak gereği bildirilmektedir. DİİB kapatma ve teminat çözümüyle ilgili işlemler başmüdürlüklerde Ekonomik Etkili Gümrük Rejimi servisleri tarafından takip edilmekte ve bağlı gümrük müdürlüklerine (teminatların tutulu olduğu) teminat iadesi için talimat verilmektedir. Gümrük Müdürlüğü de saymanlığına talimat vermektedir. Kapatma yazısı ile teminat iadesi arasında geçen sürenin ortalama 1-1,5 ay olduğu ifade edilmektedir. İzin belgelerinin kapandı yazıları alındıktan sonra, bu belge ile ilgili gümrük müdürlüklerine başvuruda bulunulduğu takdirde teminat mektuplarının biran önce teslim edilmesi sağlanmalıdır.

Sektörde son zamanlarda çekler ile ilgili yaşanan sorunlar giderilmeli ve konu ile ilgili net düzenlemeler yapılmalıdır.

Çin ve Uzak doğu ülkelerinden ithal edilen kalitesiz ucuz ürünler ihracatta rekabeti etkilemektedir. Çin ve Uzakdoğu ülkelerinden yapılan ithal ürünler (özellikle de laminatlar), uluslararası anlaşmalar çerçevesinde kontrole tabi tutulmalıdır. Bu konuda uygulama ve denetleme sıkıntıları vardır.

ATR dolaşım belgesi, Euro 1, Menşe Şehadetnamesi belgeleri satış ve belge onay işlemlerinin elektronik ortamda yapılabilmesi için gerekli altyapının kurulması, firmaların zaman kaybına uğramaması için önem arz etmektedir.

7.Sektörün AB Uyum Sürecinde Geldiği Nokta, Karşılaştıkları Uyum Sorunları

Türkiye mevzuatını, Gümrük Birliği'nin gerçekleştirilmesiyle birlikte de AB mevzuatına göre uyarlamıştır. Ancak, uygulanabilirlik konularında hala sıkıntılar olduğu söylenebilir.

Orman Yönetim Konseyi Sertifikası (FSC) Avrupa Birliği ülkelerinde mobilya ile ilgili bütün ahşap içerikli ürünlerde istenmektedir. Avrupa Birliği ülkelerine yapılan mobilya ihracatlarında, FSC Sertifikası arandığı ve mobilya ihracatçısı bu sertifikayı temin etmekte zorlanmaktadır. Orman ve Su İşleri Bakanlığınca, mobilya üretiminde kullanılan ağaçların, plantasyon ormanlarından elde edildiğini gösteren FSC Sertifikasının verilmesiyle sorunun aşılacağı düşünülmektedir.



Çevreye duyarlılık ve Kyoto protokolü çerçevesinde kapalı ortamlarda mobilyadan açığa çıkan zararlı gazların ölçümü ve kontrolü ile ilgili bir yapılanma yoktur. Bu konuda İnegöl'de bir laboratuvar sınırlı boyutta hizmet vermektedir. Üretici ve ihracatçı mobilya firmalarının yurt dışından ithal ettikleri hammaddeler ve ihraç ettikleri ürünler, akredite laboratuvarlarda bazı testlere tabi tutulmakta olup, İnegöl, Ankara Siteler ve Kayseri gibi mobilya üretim ve ihracatında önemli paya sahip illerimizde laboratuvar bulunmaması nedeniyle, söz konusu firmalar ihracat işlemlerinde sıkıntı yaşamaktadırlar. Mobilya test laboratuvarlarının mobilya üretimin yaygın olduğu bölgelerde açılması ve dış ticarete yönelik akredite olmuş nitelikte raporların verilmesi sağlanmalıdır.

Sektörde iş güvenliği konularında yaşanan sıkıntılar hala AB standartlarında değildir.

8. Sektörel Yapılanma

Mobilya sektörü ile ilgili Mobilya Sanayicileri Derneği (MOSDER), Mutfak Mobilya Üreticileri Derneği (MUDER) ve Ofis Mobilyacılar Derneği (OMSİAD) gibi dernekler, Mobilyacılar Derneği (MOBDER), Mobilya Sanayi İşadamları Derneği (MOBSAD), Kalkınma Ajansları ve devlet destekli KOSGEB gibi kuruluşlar vardır. Sektörü temsil eden bir federasyon yoktur. Sektörün etkinliğinin ve verimliliğinin artırılması için adı geçen derneklerin sektörü bilgilendirme ve sektörün güncel gelişmeleri takip etmelerine katkı sağladıkları düşünülmektedir. Verimlilik Genel Müdürlüğü ile iletişim, Ticaret Odalarına aktif katılım, Şirket etütlerinin iyi analiz edilmesine yönelik yöneticilere seminerler verilmesi, üretimde katma değersiz faaliyetlerin etkili kullanımı önemli hususlar olarak ifade edilebilir. Bu kapsamda model olarak özel teşebbüs oluşumuna uygun örneklerin araştırılması önerilebilir. Bu bakımdan, İtalya, Almanya, ABD örnekleri model alınabilir. TOBB çatısı altında kurulan Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi ile ilgili STK, Kamu Kurumu ve Özel şirketler bir bütün içinde katılım sağlayarak sektörü temsil etmektedir.

9. Sektörün Rekabet Gücünün Artırılması ve Verimlilik

Sektörün büyümesi, uluslararası piyasalarda rekabetin artırılması ve geliştirilmesine yönelik temel 10 sorun tespit edilmiştir. Bunlar;

- Haksız rekabet (Kayıt Dışılık, Fikri hakların korunması)
- Eğitim, Kalifiye iş gücü, İstihdam, Deneyim eksikliği,
- Verimlilik, yönetim ve kurumsallaşma
- Tasarım, Ar-Ge,
- Tanıtım, Markalaşma ve Pazarlama,



- Hammadde,
- Yan sanayi,
- Lojistik, nakliyat,
- Kamu sektör ilişkileri,
- Sermaye / Finansman

9.1. Haksız rekabet

Mobilya sektörünün en önemli sorunlarının haksız rekabet, kayıt dışı çalışma oranının yüksek olması ve fikri hakların korunmasında yaşanan eksiklikler olduğu yukarıda belirtilmişti. Konu ile ilgili detaylı açıklama ve bilgiler sektörün Türkiye ekonomisindeki yeri bölümünde verilmiştir (Bknz bölümler 1.2., 1.2.1 ve 1.2.2).

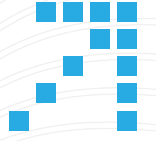
9.2. Eğitim, Kalifiye iş gücü, İstihdam, Deneyim eksikliği

Sektörün genel yapısına ve temel sorunlarına bakıldığında, diğer önemli bir sorunun genel anlamda eğitim ve meslek eğitim olduğu ifade edilebilir. Eğitim eksikliği, sırasıyla kalifiye işgücünde aksaklıklara, istihdam sorunlarını ve deneyim eksikliğini getirmektedir. Mesleki eğitimdeki noksanlık, sırasıyla kalifiye işgücü, istihdamının ve deneyim eksikliğine neden olabileceği yukarıda ifade edilmişti. Bu durum ise sektörün gelişimini ve rekabet gücünü etkilemektedir. Avrupa Birliği Katılım Bildirgesi'nde, Türkiye'nin Mesleki eğitim politikasını geliştirmesinin Türkiye'nin sektör açısından öncelikleri arasında olduğu ifade edilmiştir. Mobilya meslek eğitimi, kalifiye iş gücü okullar, yöneticiler ve çalışanlar olarak incelenebilir. Konu ile ilgili detaylı açıklama ve bilgiler sektörün Türkiye ekonomisindeki yeri bölümünde verilmiştir (Bknz bölüm 1.3., 1.3.1., 1.3.2. ve 1.3.3).

9.3. Verimlilik, yönetim ve kurumsallaşma

Mobilya, çok küçük ölçekli veya büyük ölçekli işletmelerden oluşan tek sektör olarak tanımlanabilir. Üreticilerin altyapı, sistem, kurumsallık ve diğer birçok yönden farklılaşması sonucunda sektörde yönetim ve organizasyonel eksiklikler dikkat çekici boyutlardadır.

Üretimde verimliliği etkileyen sorunların başında, yenilikçi tasarım ve inovasyon olgusunun olmaması, hem proje oluşumlarında hem de üretim süreçlerinden itelikli iş gücünde yaşanan sıkıntılardır. Bu duruma ülkenin genel mesleki eğitim politikasının etkisi olmasına rağmen diğer etkileyici faktör sektör şirketlerin yönetim tarzları, kurumsallaşma konusundaki yetersizliği ve organizasyon yapılarıdır. Sektör şirketlerinin, insan ve ürün kaynaklarının etkili ve verimli kullanımında sorunlu olduğu ifade edilebilir. Genel olarak sektörde kayıt dışılık nedeniyle çalışanların hakları büyük oranlarda karşılanmamaktadır.



Bu ise ürün kalitesinden verimliliğe, yenilikçilikten katılımcı yönetime kadar temel performans sonuçlarında ve yönetim kalitesinde kendini göstermektedir. Sektör genelinde hali hazırda çalışanların büyük çoğunluğunun usta-çırak tarzında atölye kültürü ile yetişmeleri gelişen teknoloji ve bilgi altyapılarının sektöre uyarlanması en büyük problemlerinden birisidir.

Kurumsal gelişmişlik düzeyi, şirketlerde süreçlerin ve sistemlerin oluşturulmasında ve iyileştirme mekanizmalarının işletilebilmesinde, piyasada oluşan risklerin erken tespiti ve karşı önlemlerin yerinde ve zamanında alınmasında önemli rol oynamaktadır. Kurumsal gelişim için gerekli olan deneyimlerden ders çıkarma kültürü, sürekli gelişimin önünü açacak lider vasfında yönetici ve mal sahibi sayısı sektörde oldukça sınırlıdır. Kişisel yönetim, liderlik farkı veya mevcut yapıdaki yeni oluşum şirketlerin piyasada çabuk yükselmesine, yeni markaların oluşmasına neden olmakta, fakat kurumsal oluşumda ve kimlikte yaşanan eksiklikler nedeniyle aynı hızda yok olmalarına, bölünmelerine ve nihayetinde de rekabet açısından yetersiz kuruluşlar haline gelmelerine de neden olmaktadır.

9.4. Tasarım, Ar-Ge

Tasarım, bireysel beklentilerden sosyal beklentilere, milli beklentilerden uluslararası beklentilere, pazarlamacıdan üreticilere ve daha önemlisi çevresel beklentilere kadar farklı alanlara cevap veren ve aynı zamanda sosyal, kültürel, siyasi etkinliği olan güç potansiyelini üzerinde bulundurmaktadır [Çınar, 2005]. Çünkü, tasarım dünyayı hareket ettirme, yönetme güç ve yeteneğine sahiptir [Marzano, 1993]. Bu bağlamda verilebilecek iki örnek model İtalya ve İngiltere'dir. Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne giriş ile ilgili Komisyon Rapor'una göre [EC Report, 2004], Türkiye endüstriyel tasarıma önem vermesi ve ürünlerin hukuksal boyutta korunurluğuna yönelik önlemler alması gerektirir. Küreselleşen dünyada ülkelerin rekabet etkinliğinde en etkili rol tasarıma verilen önemdir.

Gelişmiş ülkelerde algılanan tasarımın anlam ve manası ülkemizde henüz istenilen düzeyde gelişmemiştir. Mobilya sektöründe 1990'lı yıllardan önce tasarımdan bahsetmek zordur. Son 15 yılda, büyük ölçekli firma sayıları ve iş tecrübelerinin artması ile dış ticarete rekabet gibi faktörlerle şirketler, yeni mobilya tasarımları, ürün yelpazesi, hitap edilen kitlenin kültürü, refah düzeyi, tüketim alışkanlıkları, bölge ve sosyal özelliklere göre kimlikli mobilya oluşumuna yönelik hız kazanmıştır. Ancak, son yıllarda her ne kadar şirketler tasarıma önceki yıllara oranla daha fazla önem verseler de tasarımın ruhu ve özü yeterince anlaşılmadığı için özgün ve markaları diğerlerden ayırtacak tasarımlardan



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

çok taklit ve pragmatist bir yaklaşımla piyasada bulunan ürünlerin benzerlerinin vücuda getirilmesi söz konusu olmaktadır ve bunların gelecek için ümit vaat etmediği görülmektedir. Bu durumun ilerleyen dönemlerde sektör dışında yaşanan telif hakları ve patent davalarında yaşanan olumsuzlukları da beraberinde getirecektir. Sektörde tasarım bilincinin artması için yapılması gereken konular şu şekilde sıralanabilir.

- Tasarım Konseyi/enstitüsünün kurulması (Devlet destekli),
- Sektör adına, mobilya tasarımı öne çıkarılmalı (Üniversite düzeyi),
- Üretime yönelik tasarım düşüncelerinin oluşumu,
- Tasarım yarışmaları etkinleştirilmeli,
- Yurt dışı desteği ve örnek modeller alınmalı,
- Öğrenci projeleri endüstri ile birleştirilmeli (ortak çalışma),
- Ülke genelinde mobilya üretiminin yaygın olduğu merkez bölgelerde tasarım okulları açılmalı, mevcut olanların ise 21.yüzyıl beklentileri doğrultusunda güncellenmeli,

Türk mobilya endüstrisinin uluslararası arenada uzun vadeli olarak yer edinebilmesi, birim değerinde artışın sağlanabilmesi, ancak özgün tasarımı ve ürünleri ile mümkün olabilir. İhracatın avantajlarından yararlanabilmeyi sürekli kılmak öncelikle uluslararası bir marka olmayı ve bunun gereklerini yapmayı gerektirir. Etkin bir kontrol mekanizmasını oluşturmak ve tasarım konusunda var olan insan potansiyelini sanayici-üniversite işbirliği ile geliştirerek yeterli kaynak aktarımını yapmak devletin, firmaların ve sektör örgütlerinin çabasını gerektirmektedir. Bu bağlamda uluslararası arenada rekabet gücünün artması için hem devletimizin hem de mevcut mobilya sektörünün "Tasarım ve AR-GE" ye önem vermeleri gereklilik olarak ifade edilebilir. Bu konuda gelişmiş ülke modelleri örnek alınmalı; yeni, orijinal kimlikli ürünlerin oluşumuna yönelik öncülük edecek devlet destekli tasarım enstitüsünün kurulması önem arz etmektedir. Bu konuda Avrupa ve özellikle uzak doğu ülkelerine model teşkil etmiş olan İngiltere'de faaliyet gösteren devlet destekli Design Council (Tasarım Konseyi) örnek alınabilir. Devlet destekli Tasarım Konsey'i hem mobilya sektörüne hem de genel imalat sektörüne örnek model teşkil edebilir.



9. 5. Tanıtım, Markalaşma ve Pazarlama

9.5.1. Tanıtım: Bilgi çağında en önemli faktör bilgi ve iletişim ile oluşturulan tanıtımdır. İç ve dış pazarlara ulaşımı belirleyen ana unsurlar tanıtım faaliyetleri, kalite ve satış sonrası destek ağının yeterliliğidir. Sektör ağırlıklı olarak KOBİ'lerden oluştuğu için tanıtım, pazarlama gibi konular firma içerisinde mevcut imkânlarla/elemanlarca yürütülmeye çalışılmakta ve dış piyasalarda yetersiz kalınmasına sebep olmaktadır. Ulusal tanıtım reklam harcamaları ile sağlanırken, uluslararası tanıtım yurt dışı fuarlara katılım ile sağlanmaktadır. Firmaların bu yönde devlet teşvikleriyle desteklenmesi ve satış sonrası hangi ülkede olursa olsun destek ağının bulunması söz konusu pazarlara erişimi etkilemektedir.

9.5.2. Pazarlama: Mobilya üreticileri genel olarak aracı pazarlama şirketleri veya diğer aracı kurumlar üzerinden ürünlerini tüketicilere ulaştırmaktadırlar. Türk mobilya sektörü, bazı markaları ile uluslararası pazarda başarı için gerekli şartları oluşturmuş, ihracat rakamlarını her yıl artırmaya devam ettirmektedir. Sektörün hazırladığı fuarlar pazar etkinliğine, pazarlamaya ve tanıtıma etki etmektedir. İç piyasada ise Türkiye'nin nüfus artışı, zenginleşmenin getirdiği mobilya değiştirme süresi, kentleşme nedeniyle artan mobilya ihtiyacı iç pazarı sürekli hareketli ve canlı tutmaktadır. Avrupa'dan ithal edilen katma değerli ürünler ise sektör pazarında anlam ifade etmekte olup yerli alternatifler üretmek, Uzakdoğu'dan gelen ekonomik ürünlerde de belli bir kota koymanın sektöre pozitif etki edeceği düşünülmektedir.

Ancak, yukarıda ifade edilen durum sektör genelinde geçerli değildir. Pazar bilgisi, tüketicinin marka algısı, mobilya değiştirme sıklığı ve daha birçok konuda müşteri deneyimi, davranışı ve sesini almayı sağlayan kanallar etkili bir şekilde kullanılamamaktadır. Ayrıca satış sonrası hizmet desteğini etkili şekilde sağlamak adına gerekli bilgi ve servis alt yapısının oluşturulamaması sektörde firmaların sürdürülebilirlikleri konusunda şüphe uyandırmaktadır. Sektörün/firmaların pazarlama ve tanıtım kabiliyetini geliştirici eğitim ve bilgilendirme çalışmaları artırılmalı ve bu eksiklerin giderilmesine dönük, marka tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi, istihdam ve eğitim yardımı gibi teşviklerin kullanımının artırılması sağlanmalıdır.

9.5.3. Markalaşma: Marka oluşumunu etkileyen birçok faktör vardır. Ancak, sektörün başarısını ve gelişimini etkileyen ilk 4 faktör sektörde marka oluşmasına veya oluşmamasına direk etki etmektedir. Marka ve markalaşma çok boyutlu stratejik düşünme ve planlamayı gerektirmekte olup işletmelerin rekabet gücünde en önemli faktördür.

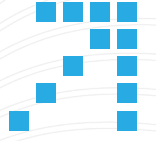


Her ülke sahip olduğu markalar kadar güçlü ve her sektör tasarım yeteneği kadar rekabetçidir. Sektörün öne çıkan üreticilerinin marka olgusuna verdiği önemi ve yaptıkları yatırımı orta ve küçük ölçekli firmaların da yapmaları gerekliliği görülmektedir. Türkiye mobilya sanayicilerinin temel misyonu, Türk mobilya marka ve ürünlerinin olgunlaşmasını sağlamak olmalıdır. Dünya standartlarına uygun, kaliteli ve özgün tasarımlı mobilyalar ile rekabetçi fiyatlara sahip olan *Türk Mobilyası Kimliği* marka oluşumunu sağlamaları uluslararası boyutta rekabetini etkileyecek önemli bir unsur olarak gözükmektedir. Marka oluşumu hem firmalar tarafından hem de devlet tarafından teşvik edilmeli ve markaya ödül verilmelidir. Bu konuda Turquality sahiplenilmeli, tanıtılmalı ve işlevselliği artırılmalıdır. İngiltere Kraliyet Marka Ödülleri, İtalya Tasarım Ödülleri buna örnek teşkil edebilir. Tanıtım, markalaşma ve pazarlama ile ilgili temel hedef ve tavsiyeler şu şekilde sıralanabilir.

- Türk mobilya kimliği ile pazar edinimi,
- Kontratlı üretimlerde yabancı menşeli ürünlerde seçici olma,
- Fason üretim yerine kendi ürününü üretme,
- Yan sanayi hizmetlerinin oluşumunun sağlanması, artırılması,
- Müşavirlik hizmetlerinde yapılanma,
- Yurt dışı tanıtımlarda devlet desteği sağlanması,
- Türkiye tanıtım fonundan mobilya sektörüne pay ayrılması,
- Dağıtım kanalları dünya standartları seviyesine getirilmeli,
- Marka mağazalar etkinliği oluşturulmalı,
- Etkili olunan pazarlara girmek hedeflenmeli,
- Yakın komşulara yönelmek ve pazarı artırmak,
- Rusya pazarı (Türk mağaza zinciri ile girilebilir),
- AVM'lerin oluşumu için devlet desteği sağlanmalı.

9. 6. Hammadde

Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçı Birlikleri Sektör raporuna göre, mobilya sektöründe günlük 30 bin metre küp yonga levha ve lif levha tüketilmektedir. Gerekli olan hammadde miktarı için yıllık 15 milyon endüstriyel oduna ihtiyaç duyulmaktadır. Bu hammadde miktarının 9 milyon tonu iç piyasadan elde edilmekte, diğer kalan bölüm ise



ithal edilmektedir. Türkiye’de ileri teknoloji ile sunta ve MDF üretimi yapılırken, üretim için gerekli hammadde tedarikinde sorun yaşanması üretimi etkilemekte, kapasite oranlarını düşürmekte ve bu durum fiyatlandırmalara etki etmektedir. Endüstriyel odunun yurt içinden Orman Genel Müdürlüğü’nden yurt dışından ise Güney Amerika, Şili, Arjantin, Kanada ve Amerika’dan temin edilmektedir. Endüstriyel odunun dış kaynaklı olarak ucuz temin edilmesi (ABD, Romanya, Rusya) iç piyasada sıkıntı olduğu anlamını taşımaktadır.

Ülkemizde hammadde konusunda rekabetçi piyasa şartları oluşmadığı gibi orman kaynaklarının önemli bir kısmı (yaklaşık %50) yakacak odun olarak kullanılmaktadır. Buna ilaveten yanlış kesim sonucu endüstriyel odun kalitesinin düşmesi, yanlış depolama sonucu ardaklanma, çürüme gibi nedenlerden dolayı yine yakıt olarak kullanılması bu alanda yetişmiş eleman sıkıntısına bağlanabilir. Bu nedenle, kaynakların ağırlıklı olarak endüstride değerlendirilmesi yanında hammadde israfının önlenerek üretimde zayıfın en aza indirilmesi için politika üretilmelidir.

Mobilya üretiminde kullanılan diğer malzemeler; hırdavat malzemeleri yoğunluklu olarak ithal edilmektedir. Döşemecilik sektöründe kullanılan kumaş, sünger, kuş tüyü gibi malzemelerin tedariki yoğunluklu olarak ithal ürünlerden oluşmaktadır. Sektörün hammaddesinin yoğunluklu olarak dışa bağımlı olması gelecek hakkında sorun yaşanmasına neden olabileceği düşünülmekte olup sektörün hammadde ile ilgili diğer sorunları özetle şu şekilde sıralanabilir.

- Orman kanunu güncellenmeli,
- Orman ürünlerinde uygulanan %8’lik fonun kaldırılması,
- Ormanların verimli kullanılamaması,
- Endüstriyel odun üretiminde dışa bağımlılığa alternatifler üretilmeli,
- Endüstriyel ağaç üretimine izin verilmeli (İsveç Örneği), özel ormancılık desteklenerek, orman köylüsü probleminin çözülmesi ve üretimin artırılması yönünde bir iyileşme için gerekli yasal ve alt yapı düzenlemelerinin yapılması,
- Odunun pahalı elde edilmesi ve maliyetlere direk etki etmesi önlenmeli,
- Lif levha (MDF), ve Yonga Levha (Sunta) gibi ürün yelpazesine çevreye duyarlı alternatif kompozit malzeme arayışları teşvik edilmeli,
- Panel levha üretiminde tekelleşme söz konusu ve fiyatlandırma da sıkıntılar giderilmeli,



- Mobilya üretiminde kullanılan 18 mm sunta ve MDF kalınlıkları 16 mm'ye indirilmeli,
- Tekstil, Sünger, Polyester, Kuş tüyü gibi döşemeli mobilyalarda yerli hammadde sağlanmasına yönelik alternatif düşünceler oluşturulmalı,
- Saç, metal profil malzeme çeşitliliği sağlanmalı, sektörde mobilya üretiminde uygun saç ve metal profil konusun da sıkıntılar giderilmeli,
- Nihai üründe katma değeri yükseltici faaliyetler teşvik edilmeli,
- Ürün yaşam döngüsü göz önüne alınarak insan sağlığına zarar veren malzeme kullanımına izin verilmemeli,
- Hammadde temininde EU Standartlarına uyum sağlanmalı ve sertifikasız hammadde girişinin önüne geçilmeli, (Kyoto protokolü çerçevesinde en az E1 standardı),
- Yerinde gözetim sertifikası istenmeli,
- Ülke genelinde çevreye duyarlı ürünlerin Standart testlerin yapılabileceği uygun laboratuvar ortamları sağlanmalı,

Türk mobilya sektöründeki işletmelerin uluslararası arenada yeterli düzeyde rekabet gücü elde edememesinde, yetersiz olan hammadde kaynaklarının önemli bir rolü vardır. Türkiye, ahşap, sunta, kaplama, hırdavat ve diğer girdiler gibi uygun temel materyal arzına sahip olduğu halde iyi kalite yerli girdileri yeterli miktarda ve rekabet edebilir fiyatlarla elde etmek mümkün değildir. Mobilya endüstrisinin gelişmesindeki bir diğer engel, yerel olarak üretilen Avrupalı ürünlerin düşük kaliteli bir kopyası olan metal aksesuarlar gibi ara mallardır. Bu yüzden firmalar çok az seçenekle karşı karşıya kalmakta ve ancak ithal girdileri kullanmak mecburiyetindedirler. Türkiye de yüzde yüz yerli malzeme ile çalışan mobilya sektörü, son dönemde yüzde 75 oranında hammadde ihtiyacını dış pazardan temin etmektedir. Hammaddenin dış pazardan temin ediliyor olması ve döviz kurlarındaki yakın zamana kadar gözlenen dalgalanma maliyetleri yükseltmektedir. Bu durum mobilya sektöründeki fiyat rekabeti avantajını ülkemiz aleyhine çevirmektedir.

9.7. Yan Sanayi

Otomotiv, beyaz eşya gibi önde gelen sektörlerin önemli bir özelliği güçlü yan sanayi desteğine sahip olmalarıdır. Yan sanayiler tasarım ve yenilik konularında dahi ana sanayiye yönlendirebilmekte, ortak projeler ile toplam değer yönetimine katkı sağlamaktadır. Mobilya sektöründe ise yan sanayi tamamen ana sanayinin yönlendirmesi ile çalışmakta olup, sadece fason üretici mantığında hizmet verme durumundan kurtulamamaktadır. Bu



durum sektörde uzun vadeli dönüşümü ve katma değerli iş yapma anlayışının gelişmesini mümkün kılmamaktadır. Yan sanayi firmalarının kalite başta olmak üzere nitelikli üretim yapabilir hale getirilmesi sektör için önem arz etmektedir. Mobilya sektöründe (tekstil, demir, cam vb.) kullanılan yan sanayi ürünlerinin tamamında girdi konusunda bir darboğaz beklenmemekle birlikte endüstriyel odun hammaddesinde önlemler alınmazsa gelecekte sıkıntılar yaşanmasına muhtemel gözüyle bakılmaktadır.

Tekstil konusunda dünya devleri ile yarışan, demir-çelik üretiminde ön sıralarda bulunan ve cam konusunda önde gelen liderler arasında olan sektörler ile mobilya sektörü değerlendirildiğinde bu ana sektörlerle ait yarı mamul ürünlerin ağırlıklı olarak ithal edilmesi çelişki doğurmakta ve iletişimsizlik olduğu anlamı çıkmaktadır. Yan sanayinin oluşumu için büyük ölçekli ve küçük ölçekli firmaların iletişim kurmaları gerekmektedir.

9.8. Lojistik, nakliyat

Satılan mobilyalar alıcıya sağlam ve eksiksiz olarak ulaştırılmalıdır. Demonte paket mobilya üreten firmalar haricindekiler (özellikle ihracat yapanlar) ürünlerinin farklı ölçülerde olması ve ihraç edilecek ürün adedinin az olması nedeniyle gerektiği gibi ambalajlama yapamamakta, ambalajları oluklu karton ve havalı naylon ile sınırlı kalmaktadır. Mobilyaların alıcıya sağlam ulaşması için kullanılan paketleme sistemi, koli adet/birim fiyat oranı göze alındığında, seri üretim yapan firmalar haricinde uygulanmamaktadır. Markalaşmanın gerektirdiği ürün paket tasarımı disiplininde ambalajlamanın yapılması sektörün rekabeti ve güvenilirliği için önem taşımaktadır. Kaba yük taşımaya alışmış nakliyatçılar, hazır mobilya gibi yükleri taşıırken gerekli özeni göstermemekte, bazı firmalar ise mobilyayı alıcıya teslim etmeden önce aktarma yapmakta, özen gösterilmeden yapılan nakliye ve aktarma işleri mobilyalarda hasara sebep olmaktadır. Bu olumsuzluğu giderecek iyi organize edilmiş bir dağıtım sistemine ihtiyaç vardır.

Ürünlerin üreticiden büyük şehirlere uygun araçlarla taşınması veya lojistik firmaları ile ekonomik olarak taşınması, uygun ve düşük maliyetli depolarda stoklanması, bayilerden gelen satış emirlerine göre ekonomik rota ve montaj planı çerçevesinde müşterilere kadar ulaştırılması, yerine teslimi ve montajının müşteri memnuniyetini sağlaması gerekmektedir.

Mobilya havaleli ürün olması sebebi ile karayolu taşımacılığının birinci alternatiflikten çıkarılması, ucuz nakliye alternatifi demiryolu, denizyolu taşımacılığını yaygınlaştırılması müşteriye ulaşım hızını artıracığı ve maliyetleri düşüreceği tahmin edilmektedir. 3 tarafı denizlerle çevrili ülkemizde deniz ulaşımının etkisizliği %10 - %15'li değerlerde navlun



maliyetlerine neden olmaktadır. Nakliyatda kullanılan araçların taşımacılık standartlarına uygun zamanında ve sağlam ürünün teslim edilmesi konularında profesyonel olmaları öngörülmektedir.

Bu konuda diğer önemli bir sorun gümrüklerde yaşanmakta, kontrol amaçlı ambalajlar bozulmaktadır. Gümrüklerde yaşanan kararsızlık durumları da numune ürün alıkoymak veya İhracatçı Birlikleri'nden ekspertiz istenmesidir. Bu ise, ürünün alıcıya geç ulaşmasına neden olmaktadır. Bu nedenle gümrüklerde görevli muayene memurlarını mobilya konusunda eğitmek ya da ihtisas gümrükleri oluşturma konularında çalışmalar yapılmalıdır.

9.9. Kamu sektör ilişkileri

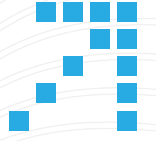
Kamu kurum ve kuruluşlarının mobilya tedariklerinde aktif katılımı ve kullanıcı beklentilerine göre proje oluşturmaları büyük ölçekli veya küçük ölçekli KOBİ'lerin gelişmesinde önemli bir kaynak sağlayabilir. Ancak, bunların genelde büyük ihaleler olması küçük ve orta büyüklükteki sanayi işletmelerinin bu ihalelere girmesini zorlaştırmaktadır. Bu bakımdan büyük ihalelerin parçalanması ve KOBİ'lere pay aktarılması sektörün gelişmesine yardımcı olabilir. Buna ilaveten, KOBİ'lerin ortak alım ve satım şirketleri kurmaları, ortak hareket etmeleri ve güç birliği içine girmeleri özendirilebilir. Konu ile ilgili öneriler şu şekilde sıralanabilir.

- Şartnamelerin düzenlenmesinde sıkıntılar giderilmeli,
- TOKİ şartnameleri (garanti belgesi şartının aranması),
- İş yurtlar (cezaevlerinde mobilya üretimi sektörün iş kalitesine ve haksız rekabete neden oluyor).

Kamu alımlarında kullanılan girdinin niteliğini belirten şartnameler oluşturulurken marka vs verilmeden şartnameler oluşturulmalı böylece yerli üretici bu konuda desteklenmelidir.

9.10. Sermaye / Finansman

Sektörün sermaye/finansman sıkıntısı ve kredi maliyetlerinin yüksekliği önemli sorunlar arasında yer almaktadır. İşletmeler para piyasalarından, özellikle ticari bankalardan uygun koşullarda kredi temininde zorlandıklarından, faaliyetlerini genellikle öz kaynaklarından finanse etmektedirler. Bunun sonucu olarak, sürekli işletme sermayesi sıkıntısı yaşanmaktadır. Güçlü ve sürdürülebilir sermayenin sağlanması için yapılması gerekenler şu şekilde sıralanabilir.



Sermaye piyasalarının gelişmesi uzun vadede piyasa istikrarı açısından önem arz etmektedir. Firmaların büyümesi için uzun süreli sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır. Banka kredilerinin yüksek olduğu ve kredi almanın zor olduğu bu dönemde mobilya işletmelerinin yeni sermaye edinimleri için İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'na (İMKB) açılmaları söz konusu olabilir. Bu durum kurumsallaşma ve yönetim konularındaki sıkıntıların giderilmesine katkı sağlayacağı gibi haksız rekabet, sosyal güvenlik sistemi, vergilendirme, marka güvenilirliği, kalifiye personel istihdamı, kalite ve ürün bilincinde gelişme, müşteri memnuniyeti sağlama gibi konularda sektöre öncülük edebilir. İMKB bünyesinde yer alan firmalar gelen sermaye yatırımı ile uzun vadeli büyümeyi kolaylıkla yakalayabilir. Sektörde halka açık Kelebek, Yataş, İdaş olmak üzere 3 şirket bulunmaktadır. Ancak bundan sonra ki 5 yıllık süreçte yaklaşık 5 markanın daha halka açık sermaye piyasasında olacağı öngörülmektedir.

Diğer bir konu ise, yabancı sermayenin bu sektöre çekilmesi için bazı Doğu Boğu ülkelerinde yapıldığı gibi çok avantajlı devlet teşviklerinin sağlanması gerekmektedir. Bu doğrultuda, Türk Eximbank'ın ülke bazında ve proje bazında kredi vermesi sağlanabilir. Eximbank'ın dış kaynaklı kredilerinde vadelerin uzun tutulması ve faiz oranlarının AB ülkeleri seviyelerine çekilmesi sektörün üretim-satış döngüsüne uyum sağlaması bakımından önem taşımaktadır. Dış ticaretin finansmanı için uluslararası finans kuruluşları, kalkınma ve yatırım Bankaları ile ortak çalışmalar yapılması önerilebilir. Sermaye sıkıntılarının giderilmesine yönelik diğer durumlar şu şekilde özetlenebilir.

- Türkiye'de kamu kesimi genel dengesi içinde yer alan küçük ve orta ölçekli sanayi geliştirme ve destekleme fonu kaynakları artırılmalıdır.
- Sektör firmalarının genelinde finansman yönetiminin uzman kişilerce yapılmaması nedeniyle kaynakların etkin ve verimli kullanılması noktasında zafiyet yaşanmasına neden olmaktadır.
- Firmalar kurumsallaşma ve bilgi yönetimi konusuna gerekli özeni göstermemeleri nedeniyle operasyonlarını amatörce yönlendirmekte, bu nedenle elde ettiği gelirlerden uygun miktarda kaynağı ayırmamaktadırlar. Bu kaynakları faaliyet dışı harcamalara yönlendirmeleri beklenmedik bir şekilde finansal yetersizlikle karşı karşıya kalmalarına neden olmakta ve sürdürülebilir nitelikli faaliyet geliştirmelerine engel olmaktadır.



- Firmaların kazancının önemli bir bölümünü ödenmiş sermayelerine aktarmaları büyümelerine ve sermaye sağlamalarına katkı sağlayabilir.

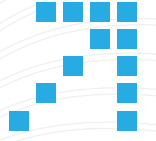
10. Genel Değerlendirme

Türkiye mobilya endüstrisinde çoğunluğu geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmeler ağırlıktadır. Ancak, 1990'lı yıllardan itibaren orta ve büyük ölçekli işletmelerin katılımlarıyla ülke imalat sanayisi içinde %3'lük üretim katkısıyla önemli bilgi ve sermaye ağırlıklı imalat kolu olmuştur. Mobilya üretim miktarı ölçümlerinde üretici firma sayısı, üretim miktarları, satış fiyatları, ihracat rakamları ile birlikte değerlendirildiğinde ve inşaat sektörünün büyüklüğüyle sektördeki kayıt dışılık dikkate alındığında Türkiye mobilya sektörü üretimi 2023 yılında 25 milyar doları bulacağı tahmin edilmektedir.

2001 yılından itibaren sürekli gelişen Türkiye mobilya sektörünün dünya mobilya ihracatında 2011 yılı itibari ile 214 ülkeye 1,6 milyar dolarlık satış kapasitesi ile 21. sırada olması, Avrupa'da ise on 14. sırada olması, sektörün büyüme potansiyelini ortaya koymaktadır. Türkiye mevcut potansiyelinin ve stratejik pozisyonunun önemini kavrayıp tanıtım faaliyetlerini ve birebir ilişkilerinin etkinliğini ve sürekliliğini artırabilirse, uluslararası mobilya pazarında daha iyi pozisyon elde edebilir. Türk mobilya endüstrisi, toplam üretim kapasitesi ile dünya mobilya üretiminin yaklaşık %1 payı oluşturmasına rağmen istenilen düzeyde ve hedefte değildir.

Çin, gelecekte sektörü tehdit edecek bir güç olarak tanımlanabilir. 2020 yılı itibariyle 500 milyar ABD dolarlık bir hacme ulaşması hesaplanan dünya mobilya pazarında Türkiye, payına düşeni alabilmesi için mevcut sorunlarını çözerek rekabet gücünü artırmalıdır. Türkiye mobilya endüstrisinin uluslararası sahada uzun vadeli yer edinebilmesi için;

- Haksız rekabet (Kayıt Dışılık, Fikri hakların korunması)
- Eğitim, Kalifiye iş gücü, İstihdam, Deneyim eksikliği,
- Verimlilik, yönetim ve kurumsallaşma
- Tasarım, Ar-Ge,
- Tanıtım, Markalaşma ve Pazarlama,
- Hammadde,
- Yan sanayi,
- Lojistik, nakliyat,
- Kamu sektör ilişkileri,
- Sermaye / Finansman



olmak üzere 10 başlıkta toplanan temel sorunlarına aktif çözümler getirmesi ve önemli ihracat ve istihdam sağlayan sektöre devletçe destek sağlayıcı politikalar üretmesi gerekmektedir.

Haksız rekabeti önlemek ve tasarım bilincinin kökleşmesini sağlayabilmek için tasarım tescil mekanizmasını kolaylaştırarak model hırsızlığına karşı caydırıcı yasal önlemlerin alınması, etkin bir denetim mekanizması oluşturulması ve tasarım konusunda var olan insan potansiyelini sanayici-üniversite işbirliği ile geliştirerek yeterli kaynak aktarımı sağlaması gerekmektedir. Uluslararası ölçekte rekabet gücünün artırılması, devletin ve mobilya işletmelerinin “Modern Tasarım ve AR-GE”ye önem vermeleri yaşamsal önem taşımaktadır. Mobilya kalite standartlarının belirlenmesi ve denetimlerinin yapılması da kaçınılmaz bir gerekliliktir. Küreselleşmenin bir sonucu olarak liberalleşme eğilimlerinin hız kazanması, sermayenin serbest dolaşımındaki artış, ticaretin serbestleşmesi, ürün niteliklerinde uluslararası standart aranması sonucu üretim ve hizmet sektöründeki çeşitlenmeler, sanayinin ihtiyaç duyduğu kalifiye insan gücü niteliğindeki gelişme ihtiyacını beraberinde getirmektedir. Avrupa Birliği Katılım bildirdesinde, Türkiye’nin mesleki ve teknik eğitim politikasını geliştirmesi ve uygulamanın Avrupa Birliği kriterlerine uyumu konusu yer almaktadır.

Bölüm 3’de ifade edildiği gibi eğitim ve yatırım ortamının iyileştirilmesi ile bölgesel teşvik ve yardımlar konusunda sıralanan konulara göre eğitim ve teşvik politikalarının yapılması sektörün geleceği ve gelişimi açısından önem arz etmektedir.

Son 10 yıldır cari açık vermeyen ve iş bulma sıkıntısı olmayan sektörün eğitim tercih alanlarında sonlarda olması tanıtım eksikliğine bağlanmakta olup sektörde meslek eğitiminin cazip hale getirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) tarafından Teknik Eğitim Fakülteleri’ndeki Mobilya ve Dekorasyon Bölümleri’nin kapatılıp, Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği alanlarına çevrilmiş olması mobilya sektörünü tam olarak temsil etmeyen yan disipline girmesine neden olmuştur. Önemli bir üretim kolu olan mobilya sektörünün kendi adı altında meslek eğitiminin hem meslek liselerinde hem de üniversite düzeyinde verilmesi sektör adına önemli bulunmaktadır. Sektörde üniversite – sanayi işbirliğini sağlayacak mekanizmaların oluşturulması, bu kapsamda yapılması önem taşıyan etkinliklerden biri olarak değerlendirilmelidir. Ayrıca, hizmet içi eğitim yanında yaşam boyu eğitim programlarının geliştirilerek yaygınlaştırılması ve yetişkinlerin eğitimine kaynak ayrılması sektörün temel sorunlarının çözülmesinde ve gelişmesinde fayda sağlayacağı düşünülmektedir.



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

Sonuç olarak, sektör, Türkiye endüstri alanlarında son 10 yılda dış ticaret açığı vermeyen nadir sektörlerden biri olmuştur. Hızlı gelişim ve değişim sürecinde olan sektör, markası, kalitesi, sektördeki küçük – büyük ölçekli firmaları, coğrafi konumu, ülkenin genel büyüme yönlü politikası, genç nüfusu, kişi başına düşen milli gelirin iyileşmesi sektörün iç ve dış pazarda potansiyel arz etmesine neden olmaktadır. Ayrıca, AB uyumu, dış politikada komşular ile sıfır sorun yaklaşımı, 2001’den beri sürekli artan ihracat değeri, 2023 yılı için hedef koyduğu 25 milyar dolar üretim kapasitesi, 10 milyar dolar ihracat beklentileri ile dünya’nın 10. büyük mobilya üreticisi olmayı hedefleyen Türkiye önemli bir üretim endüstri alanı olarak tanımlanabilir. Mevcut görüntü, sektörün büyüme potansiyelini açıkça ortaya koymaktadır. Uluslararası pazarlarda rekabet gücüne sahip olabilmesi ve devamlılığı arz ettirmesi için sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasında stratejik işbirliği oluşturulmalı, devletin denetleme ve destekleme görevini gerçekleştiren birimleri ile sektör arasındaki işbirliği ve iletişim güçlendirilmeli, oluşacak sinerjinin ekonomik değere dönüşeceği ve uluslararası mobilya pazarında daha iyi duruma geleceği düşünülmektedir.



Kaynaklar

Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçı Birlikleri Sektör Raporu, 2011, Endüstriyel odun ve kereste üretimi. Türkiye.

Aksayar, F. M., 2006, Türkiye Mobilya Sanayisinin Avrupa Birliği Ölçeğinde Rekabet Gücü, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ocak, Ankara.

CSIL, 2011, World Furniture Outlook 2010/2011 Annual Percentage Changes (Dünya Mobilya Ticareti (Yıllık Trent)), Milano, Italy.

CSIL, 2011, World Furniture Outlook 2010/2011, World Furniture Production Share (Dünya Mobilya Üretimi)

Çınar, H., 2005 Social, Cultural and Economical Approaches to Design. *1st International Vocational and Technical Education Technologies Congress*. Marmara University, Technical Education Faculty, Istanbul.

DPT, 2007: Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013), Ağaç Ürünleri ve Mobilya Özel İhtisas Komisyon Raporu. Devlet Planlama Teşkilatı. Ankara.

DTM 2012 Mobilya ithaat ihracat verileri. Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara.

EC Report 2004, Commission Of The European Communities 6.10.2004 SEC. Brussels.

İGM, 2012, İhracat Genel Müdürlüğü, Yıllar İtibariyle Türkiye Mobilya Üretimi, Sektör Raporları, Maden, Metal ve Orman Ürünleri Daire Başkanlığı, Ekonomi Bakanlığı.

Kayseri Marangozlar, Mobilyacılar ve Döşemeciler Odası 2011. İstihdam ve işyeri dağılımı. Mobilya sektörü. Kayseri.

Marzano, S., 1993, Chocolate for Breakfast, In: Myerson, J., (ed.) 1993: Design Renaissance, Selected Papers from the International Design Congress, Glasgow, p.13-16.

NACE, 2012, Mobilya imalatı kapasite kullanım oranları

Şahbazov R. ve Aybüke İ., 2000, "Küreselleşen Avrupa'da ihracat Teşvikleri", Vergi Sorunları Dergisi, Sayı: 140, Mayıs.



2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU

Trademap 2012, International Trade Center, Trade Statistics, Exports 2001-2011 International Trade in Goods Statistics by Product Group. (Dünya Mobilya İhracatı ve Türkiye'nin pozisyonu)

Trademap 2012, International Trade Center, Trade Statistics, Imports 2001-2011 International Trade in Goods Statistics by Product Group. (Dünya Mobilya İthalatı ve Türkiye'nin pozisyonu)

Trademap, 2012, International Trade Center, Trade Statistics, Exports & Imports 2001-2011 International Trade in Goods Statistics by Product Group.(Türk Mobilya Endüstrisi Dış Ticaret Dengesi).

Trademap, 2012, International Trade Center, Trade Statistics, Exports 2001-2011 International Trade in Goods Statistics by Product Group. (Ülkelere Göre Mobilya İhracatı).

Trademap, 2012, International Trade Center, Trade Statistics Imports 2001-2011 International Trade in Goods Statistics by Product Group. (Ülkelere Göre Türkiye Mobilya İthalatı).

TÜİK, 2010 , istihdam verileri ve iş yeri sayısı, ISIC-REV.3 No:3611-3614.

TÜİK, 2010, Gelir gruplarının ilk 5 Harcama Grubu Oranı

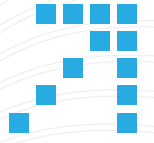
TÜİK, 2012, Mobilya ürün gruplarına göre Türkiye mobilya ihracatı

TÜİK 2012, Ülkelere göre Türkiye mobilya ihracatı

TÜİK 2012 Mobilya ürün gruplarına göre Türkiye mobilya ithalatı

TÜİK 2012 Ülkelere göre Türkiye mobilya ithalatı

Uzay N., 2002, İhracatı Teşvik Politikalarının Etkinliği. Kayseri İmalat Sanayi Örneği, Kayseri Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 42. Kayseri.





2012 TÜRKİYE MOBİLYA ÜRÜNLERİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU