
SERİ		CİLT		SAYI		
SERIES	A	VOLUME	53	NUMBER	1	2003
SERIE		BAND		HEFT		
SÉRIE		TOME		FASCICULE		

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
ORMAN FAKÜLTESİ
D E R G İ S İ

REVIEW OF THE FACULTY OF FORESTRY,
UNIVERSITY OF ISTANBUL
ZEITSCHRIFT DER FORSTLICHEN FAKULTÄT
DER UNIVERSITÄT ISTANBUL
REVUE DE LA FACULTÉ FORESTIÈRE
DE L'UNIVERSITÉ D'ISTANBUL



TÜRKİYE MOBİLYA AKSESUARLARI ÜRETİM SEKTÖRÜNÜN YAPISAL ANALİZİ VE ULUSLAR ARASI REKABET GÜCÜNÜN GELİŞTİRİLMESİ¹⁾

Y. Doç. Dr. Tuncer DİLİK²⁾
Ar.Gör.Seda ERDİNLER²⁾

ÖZET

Mobilyaya işlevsellik ve prestij kazandıran, aynı zamanda kalite, estetik ve güzelliğine katkıda bulunarak yeni talep boyutu kazandıran aksesuarların üretim sektörü olarak Türkiye'deki yapısının ortaya konulması ve uluslararası rekabet gücünün geliştirilmesi amacıyla, üretici işletmeler teknik ve ekonomik yönden incelenerek; ölçeklerine, hukuki yapılarına, çalışanlarının niteliklerine göre durumları, üretimde kullandıkları malzemeler, standartlar, yüzey işlemleri vb. gibi özellikleri ile iç ve dış ticarete izledikleri politikaları belirlenmiştir.

Toplam 128 üretici işletmenin tespit edildiği bu sektörde, genel üretimin yaklaşık % 80'nini üreten 67 işletme araştırmaya katılmıştır. Araştırmaya katılmayanların büyük çoğunluğunu küçük ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan işletmelerin; 26'sı büyük ölçekli işletme, 24'ü orta ölçekli işletme, 17'si küçük ölçekli işletme niteliğindedir. Ürün grupları itibariyle, 1995-2000 yılları arasındaki üretim miktarlarının ve dış ticaretinin de belirlendiği araştırmada, Türkiye aksesuar piyasasında yer alan ithal aksesuar markaları ve dış ticaret firmaları ile mümessilleri de belirlenmiştir.

Sektörün genel sorunlarının esas itibariyle gerek ürün grupları, gerekse sanayi grubu olarak tanımlanmamış bir sektör konumundan kaynaklandığının belirlendiği bu araştırmada, sektörün gelişmesi ve uluslararası rekabet gücünün geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Mobilya endüstrisi, mobilya aksesuarı, aksesuar üretimi, aksesuar ithalatı, aksesuar ihracatı, aksesuar markaları.

1. GİRİŞ

Genel olarak, üzerinde oturma, yatma ve içinde eşya saklama ihtiyacını karşılayan mobilya, çatısı itibariyle büyük çoğunlukla ahşap türevli ve kullanım fonksiyonelliğine direkt etkisi olmayan malzemeden oluşur. Ona kullanım rahatlığı, prestijli görünüm ve güvenilirlik açısından ayrıcalık veren

¹⁾ Bu çalışma, İ.Ü.Rektörlüğü Araştırma Fonunca desteklenmiştir. Proje No: 1346/280799

²⁾ İ.Ü.Orman Fakültesi, Orman Endüstrisi, Makinaları ve İşletme Anabilim Dalı

unsur esasen tasarım aşamasından başlayarak buna uygun kullanılan birleştirme elemanları ve aksesuarlardır. Mobilya bunlarla, beğeni ve satış avantajı yakalar.

Mobilyanın kalite, estetik ve güzelliğine katkıda bulunarak yeni talep boyutu kazandıran aksesuarlar, diğer yandan konutuna yerleşen kişilerin mobilya üzerindeki şikayetlerinin odak noktasını oluştururlar. Bunlar; tam kapanmayan veya güç açılıp kapanan kapaklar veya çekmeceler ile kilitleri, sallanan veya oynayan mobilya ayakları ve kolçakları, yerlerinden oynatılmayan ağır ve büyük mobilyalar, zor ve gürtütlü açılıp kapanan çekmeceler ve kapaklar, kısa sürede renkleri değişmiş veya kaplaması bozulmuş mobilya kulp ve tutamakları vb. gibi şikayetlerdir.

Bu nedenle, mobilya aksesuarları; mobilyaların gerek üretiminde, gerekse kullanımında kalite, işlevsellik, estetik ve rahatlık bakımından önemli bulunmaktadır. Diğer yandan, dünya aksesuar piyasasında söz sahibi ülkelerin, dünya mobilya ticaretinde de önemli ülkeler konumunda olduğu gerçeğinden hareketle, ana sanayi-yan sanayi bütünleşmesi veya tamamlayıcı sektörlerin gelişmişlik düzeylerinin bilinmesi uluslararası rekabet gücü açısından önemli bulunmaktadır. Bu nedenle araştırmada, Türkiye'deki bu üretim sektörünün yapısal durumunun tespit edilmesi, sektörün kapasite kullanım oranı ve ihracatının artırılması, kısaca uluslararası rekabet gücünün geliştirilmesine yönelik önerilerin hazırlanması amaçlanmıştır.

Tablo 1: Mobilya ve Yapı Elemanı (Kapı-Pencere) Aksesuarlarının Sınıflandırılması.
Table 1: Classification of Hardware for Furniture and Building Elements.(Door-Window)

URUN GRUPLARI / PRODUCT GROUPS	URUN İSİMLERİ / PRODUCT NAMES
1- Menteşeler / Hinges	a-Kapı-pencere menteşeleri / Hinges of door-window b-Mobilya menteşeleri / Furniture hinges
2-Mobilya ve Kapı-Pencere Sürme Mekanizmaları (sistemleri) / Furniture and slides for doors and windows	a-Raylar, kızaklar ve makaralar / Rails, slides and spool b-Makaslar, zincirler ve durdurucular (stoplar) / scissors, chains and stoppers c-Çekmece sistemleri / drawer systems
3- Tutamaklar ve Kulplar/ Handles and knobs	a-Mobilya kulpları ve tutamakları / Handles and knobs of furniture b-Kapı- pencere kolları ve tutamakları / Handles of door-window
4- Kapama gereçleri* (Kilit, sürgü ve anahtarlar) / Locks and latches	a-Kapı kilitleri ve sürgüleri / Door locks and latches b-Pencere kilitleri ve sürgüleri / Window locks and latches c-Mobilya kilitleri ve sürgüleri /Furniture locks and latches
5- Tespit ve Birleştirme Elemanları / Assembly fittings and connecting elements	a-Ağaç vida, çivi ve civataları / Wood screw,nail and bolts b-Plastik bağlama gereçleri / Plastic connecting elements c-Çektirmeler / connecting fittings d-Köşebent ve takviye elemanları / corner and supporting elements
6- Ayakaltı Gereçleri / Furniture castors, glides and plinth adjusting legs	a-Tekerlek, rulet ve bilyalar/ wheel, roller and ball castors b-Kapsül, kabara ve bilezikler / glides, bolt castors and plugs c-Baza ayakları v.b. ayakaltı mekanizmaları / base adjustment legs mechanism
7- Diğer Aksesuar ve Donanımlar / Other hardware and fittings	a-Çıtçılar, klipsler, pimler / snap fasteners b-Askılık elemanları ve çengeller/ hanger elements and hooks
*) Çıt çıt, klips vb. basit mekanizmalı kapama gereçleri 7. grup içinde değerlendirilmiştir.	
*)Snap fasteners and other simple mechanismed locks and latches are considered in 7 groups	

1.1 Mobilya Ve Yapı Elemanı Aksesuarlarının Tanımı Ve Sınıflandırılması

Çeşitli kaynaklarda; ağaç işleri yardımcı gereçleri, hırdavat malzemeleri, nalburiye malzemeleri, mimari avadanlıklar, yapı gereçleri vb. gibi çok değişik adlar ve gruplamalarla tanımlanmaya çalışılmış olan mobilya ve yapı elemanı aksesuarları; mobilya ve kapı-pencerede tespit, birleştirme, hareket kolaylığı, her türlü dış etkilerden koruyuculuk, estetik ve rahatlık gibi fonksiyonlar üstlenen malzemeler ve gereçler olarak tanımlanmaktadır (DİLİK- 1992). Değişik model ve tipte bir çok çeşidi bulunan mobilya ve yapı elemanı aksesuarları, araştırmada kullanım yeri ve işlevleri esas alınarak 7 ürün grubu şeklinde sınıflandırılmış ve tanımlanmıştır.(Tablo 1)

Menteşeler: Kapı-pencere, mobilya ve sandık kapağı gibi hareketli elemanları gerektiğinde açılıp kapanacak şekilde yerine tuturmaya yarayan gereçlerdir.

Mobilya ve Kapı-Pencere Sürme Mekanizmaları: Sürme ve katlamalı kapı ve pencereler ile mobilya kapak ve çekmecelerinde daha kolay ve kontrollü hareket ile birlikte pratik montaj kolaylığı sağlamak amacıyla kullanılan mekanizmalardır.

Tutamaklar ve Kulplar: Kapı-pencere, mobilya, dolap ve çekmece kapaklarına el ile kolaylıkla açma kapama amacıyla takılan aksesuarlardır.

Kapama Gereçleri (kilit, sürgü ve anahtarlar): Mobilya, kasa, sandık vb. gibi donatıların kapakları ile bina kapı ve pencerelerine takılan mekanizmalar olup, istenmeyen açma-kapama ve giriş-çıkışları önlemek amacıyla kullanılan gereçlerdir.

Tespit ve Birleştirme Elemanları: Yapı elemanı (kapı-pencere) ve mobilya elemanlarının sökülebilir veya sabit bir şekilde bağlanmasına, birleştirilme yerlerinin kuvvetlendirilmesine yarayan metal, plastik veya metal-plastikten yapılmış gereçlerdir.

Ayakaltı Gereçleri: Mobilya ayaklarının yere basan kısımlarını kısmen veya tamamen kapatacak biçimde yapılan her türlü dış etkiler (vurma, çarpma, rutubet vb.)' den koruyuculuk ile aynı zamanda donatının kolay hareketine ve yükseklik ayarlamalarına olanak sağlayan gereçlerdir.

Diğer Aksesuar ve Donanımlar: Mobilya ve yapı elemanlarına çeşitli amaçlarla takılan, raflar ve tablalar için kapsül ve pimler veya çeşitli eşya asmak amacıyla takılan kanca, çengel vb. askılık elemanları gibi gereçlerdir.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Mobilya ve yapı elemanı aksesuarları üretim sektörünü kapsayan bu araştırmada; anket yöntemi seçilmiş olup, anketler ana sanayi-yan sanayi ilişkisi çerçevesinde aksesuar üreticisi ve aksesuar kullanıcısına yönelik olarak hazırlanmıştır. Bu çerçevede araştırmaya ülkemiz mobilya sanayisinin yoğun olduğu bölgeler (İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir ve Kayseri) başta olmak üzere bütün aksesuar üreticisi ve kullanıcı firmalar ile yüz yüze görüşülmüştür. Katılma oranının, yanıtlama doğruluğunun ve açıklığının yükseltilmesi amacıyla üretim hattındaki gözlemlerle çalışma yürütülmüştür. Araştırmaya dahil edilecek işletmelerin belirlenmesinde;

- Önceki araştırma sonuçları,
- Mobilya ve yapı elemanı aksesuarları üreticilerinin yoğunlaştığı illerdeki sanayi odası vb. meslek kuruluşları kayıtları,
- Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE) kayıtları,
- İlgili basın yayın organları, fuar katalogları ve internet kayıtları,

- Aksesuar satış bayileri ve aracı kurumlarından yararlanılmıştır.

Anket uygulaması için örnekleme yapılması durumunda belirli bir güvenle alınması gerekli örnek büyüklüğünün yani, uygulama için gerekli olan işletme sayısının belirlenmesinde aşağıdaki formülden yararlanılmıştır (KARASAR 1991):

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{(N \cdot D^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q)}$$

- n : Örnek Büyüklüğü / Sample size
 Z : Güven Katsayısı / Confidence coefficient (%95'lik güven için bu katsayı 1,96 alınmaktadır.)
 N : Ana Kütle Büyüklüğü / Mass size (Araştırma çerçevesinde Türkiye'de bu sektörde üretim yapan 128 işletme tespit edilmiştir.)
 P : Ölçmek istediğimiz özelliğin ana kütlede bulunma ihtimali / Probabilty of presence of the desired property in mass size (%70-80 alınmaktadır.)
 Q : 1 - P
 D : Kabul Edilen Örnekleme Hatası / Sampling error (Çalışmamız için %10'luk bir örnekleme hatası öngörülmüştür).

Yapılan anketin doğruluğu için yukarıdaki formülden yararlanılmış ve örnek büyüklüğü 42 bulunmuştur. Bu sonuca göre, 67 işletmenin katılımının sağlandığı bu araştırma sonuçlarının, istatistiki olarak değerlendirilmesinin anlamlı olduğunu ve anket uygulaması ile sektörün durumunun yeterli bir düzeyde belirlenebileceğini göstermiştir.

3. BULGULAR

3.1 Türkiye Mobilya Aksesuarları Üretim Sektörünün Genel Özellikleri

Araştırma kapsamında Türkiye'de 128 işletme tespit edilmiş olup, bunlardan 17 adeti (%13'ü) aksesuar üretiminin yanında başka alanlarda da faaliyette bulunmaktadır. 67 işletmenin katıldığı bu araştırmaya yanıt vermeyen işletmelerin çoğunluğunun küçük ölçekli işletmeler olduğu belirlenmiştir. Sayısal olarak %52 katılımın sağlandığı bu araştırma verilerinin, yanıt veren işletmelerin gerek orta ve büyük ölçekli işletmeler olması, gerekse ürün grupları itibarıyla lider konumdaki işletmeleri kapsamaması sektörü yapısal gelişim açısından ve üretim hacmi bakımından %80 oranında yansıtılabileceği belirtilebilir. Sektör işletmelerinin % 25'i Küçük Ölçekli İşletme(K.Ö.İ.), % 36'sı Orta Ölçekli İşletme(O.Ö.İ.), % 39'unun da Büyük Ölçekli İşletme(B.Ö.İ.) olduğu görülmektedir. Hukuki yapılan dikkate alındığında ise, işletmelerin % 37'sinin Anonim şirket (A.Ş.), % 42'sinin Limited şirket (Ltd.Şti.), % 21'inin de Şahıs veya Adi ortaklık işletmeleri olduğu görülmektedir (Tablo 2). Diğer taraftan, tek kişi veya adi ortaklık gibi şahıs şirketlerinden oluşan bu üretim sektöründeki işletmelerin sermaye şirketlerine dönüşme ve sermaye şirketleri şeklinde yeni bir kuruluş eğiliminde oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 2: Sektör İşletmelerinin Ölçeklerine ve Hukuki Yapılarına Göre Dağılımı
Table 2: Distribution of The Firms According To Their Size and Legal Structure

Mülkiyet Şekli Ownership Form	K.Ö.İ.*	O.Ö.İ.*	B.Ö.İ.*	Toplam / total		
				Adet Number	Yüzde (%) Percent	
Anonim Şirket Joint-stock company	-	10	15	25	37	
Limited Şirket Limited Liability Company	6	11	11	28	42	
Şahıs veya Adi Ortaklık Individual proprietorship or simple partnership	11	3	-	14	21	
Toplam Total	Adet/Number	17	24	26	67	100
	Yüzde (%)/Percent	25	36	39	100	

*) Ölçek kriterleri olarak DIE tarafından yapılan işletme büyüklüğü tanımı esas alınmış ve değerlendirilmeler bu yaklaşıma göre yapılmıştır / Size criteria are based on those used in the most recent census of the industry by DIE.

K.Ö.İ.: Küçük ölçekli işletme (10 kişiden daha az çalışanı bulunan) Small size company (Less than 10 workers)

O.Ö.İ.: Orta ölçekli işletme (10-25 kişi çalışanı bulunan)

Medium size company (10-25 workers)

B.Ö.İ.: Büyük ölçekli işletme (25 ve daha fazla çalışanı bulunan)

Large size company (25 or more workers)

Sektördeki 2000 yılı itibariyle, sektör çalışanlarının işletme ölçeklerine dağılım oranlarında belirgin bir değişikliği olmadığı, ancak işletme ölçeği büyüdükçe çalışanların niteliklerinde artış olduğu açıkça gözlenmektedir. Örneğin, K.Ö.İ.'lerde teknik elemanların oranı %4 iken, O.Ö.İ.'lerde %8, B.Ö.İ.'lerde ise %11'e yükselmiştir. Buna karşılık vasıfsız işçilerin oranı K.Ö.İ.'de % 74' iken, O.Ö.İ.'lerde %66, B.Ö.İ.'lerde ise % 63' e düştüğü görülmektedir (Tablo 3).

Üretim şeklinin ağırlıklı olarak seri+sipariş üretimi şeklinde (% 62) faaliyette bulunduğu sektör işletmelerinin ürün projelendirme ve geliştirmede Tablo 4' de de görüleceği gibi; piyasada mevcut aksesuarların benzerlerini imal etmek şeklinde projelerle çalıştıkları (% 82) belirlenmiştir.

Sektörün üretimde kullandığı hammaddeler olarak, Dekape işlemi görmüş saclar (TS 1111), paslanmaz çelikler (304 K serisi-AISI), pirinç (Ms 58 ve Ms 63), Zamak (Zamak-3 ve Zamak-5), Alüminyum ve alaşımları (ETAL-3 ve ETAL-5), Yayılcı çelik (4312), Yuvarlak demir (St 37), Ara tavlı tel gibi metal alaşımları belirlenmiştir. Plastik malzemeler olarak ise, Polyamid-6, Akrilonitril Butadien Stiren (ABS), Polivinil klorür (PVC), Polietilen (PE), Polipropilen (Moplen), Poliformaldehit (Delrin) gibi plastiklerin kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca, boya ve verniklerin de sektörün hammaddeleri arasında önemli bir yer tuttukları görülmüştür. İşletmelerin bu malzemeleri temin şekli hakkında verdikleri yanıtlardan, bu malzemelerin yurtiçi üretimlerinin olduğu fakat, gerek kalitesizlik, gerekse fiyat istikrarsızlığı gibi nedenlerle ithal malzeme kullanma zorunda kaldıkları belirtilirken, sektörün hammadde ihtiyacını yurt içi (%60) ve yurtdışı (%40) piyasadan direkt veya aracı kuruluşlar ile sağladıkları belirlenmiştir.

Tablo 3: İşletmelerdeki Personelin Niteliklerine Göre Dağılımı
Table 3: Distribution of The Personelle According To Their Qualifications

Ölçek Size	Nitelik Qualifications	Adet Number	Yüzde (%) Percent
K.Ö.İ.*	Yönetici / Executor	10	11
	Büro personeli / Office Staff	10	11
	Teknik eleman (mühendis,mimar vb.) / Technical Staff	4	4
	İşçi (vasıfsız) / Unqualified worker	69	74
	TOPLAM / TOTAL	93	100
O.Ö.İ.	Yönetici / Executor	62	10
	Büro personeli / Office Staff	93	16
	Teknik eleman (mühendis,mimar vb.) / Technical Staff	49	8
	İşçi (vasıfsız) / Unqualified worker	391	66
	TOPLAM	595	100
B.Ö.İ.	Yönetici / Executor	237	10
	Büro personeli / Office Staff	368	16
	Teknik eleman (mühendis, mimar vb.) / Technical Staff	243	11
	İşçi (vasıfsız) / Unqualified worker	1442	63
	TOPLAM / TOTAL	2290	100
GENEL TOPLAM / TOTAL		2978	100

*) Küçük ölçekli işletmelere ait sayılara işveren ve ortaklar dahildir.
 In small size companies the employers are included in the numbers.

Tablo 4: İşletmelerin Ürün Projelendirme ve Geliştirme Durumları
Table 4: Product Projecting and Developping Situations of The Firms

Üretim Projeleri / Production Projects	İşletme / Firms	
	Adet Number	Yüzde (%)*** Percent
1-İşletmeye ait tasarım* Companies designing their own products	25	37
2- Piyasada mevcut aksesuarların benzerlerini imal etmek** Companies simulating hardware present in the market	55	82
3- Müşteri isteğine göre projelendirme Projecting according to the customer's demand	37	55
4- Lisans ve teknik işbirliği halindeki firmalar ile Companies producing hardware under licence or in cooperation with other companies	3	4

*) Dördüncü seçeneği işaretleyen firmalar dahildir. **) Bütün seçenekleri işaretleyenler dahildir. ***) Oranlar, araştırmaya katılan 67 işletmeye göre hesaplanmıştır

Aksesuarların gerek estetik ve görsel özellikleri, gerekse mekanik özellikleri bakımından önemli bulunan yüzey işlemlerinin üretici firmalarca kısmen yerine getirildiği (%54) ortaya çıkmıştır (Tablo 5).

Tablo 5: Aksesuar Üretiminde Yüzey İşlemlerinin Uygulanma Durumları
Table 5: Status of The Surface Treatment of The Hardwares

Yüzey İşlemlerinin Uygulanma Şekli / Application type of the surface treatments	İşletme / Firms	
	Adet Number	Yüzde(%) Percent
1-Bütün yüzey işlemleri işletme bünyesinde yapılmaktadır / Surface treatments carried out in house	10	15
2-Kısmen işletme içinde kısmen fason olarak yapılmaktadır / Some of the surface treatments carried out in house	36	54
3-Bütün yüzey işlemleri işletme dışında fason olarak yapılmaktadır / Surface treatments carried out by specialized companies under contract	21	31
TOPLAM / TOTAL	67	100

Sektör işletmelerinin kapasite kullanım oranları olarak, 2000 yılı verileri esas alınarak; %40'ının kuruluş kapasitesinin üstünde, % 30'unun kuruluş kapasitesinin altında çalıştığı belirlenmiştir. Bu durum işletme ölçeği bazında incelendiğinde; B.Ö.İ.'lerin ağırlıklı olarak kuruluş kapasitelerinin üstünde, K.Ö.İ.'lerin ise kuruluş kapasitelerinin altında çalıştıkları görülmüştür.

3.2 Türkiye Mobilya Aksesuarları Üretimi ve Ticareti

Mobilya aksesuarları üretim sektörünün tanımlanmamış bir sektör konumundan kaynaklanan yapısı nedeniyle Türkiye'deki üretimi ve ticari gelişimine yönelik sağlıklı bir veri bulunmamaktadır. Bu durum, DİE kayıtlarına göre Türkiye Mobilya ve yapı elemanı aksesuarları üretim miktarları ve satış değerlerinden açıkça görülmektedir. Zira, sektörün ürün grupları; Kilit ve Anahtarlar, Hırdavat malzemesi, çivi ve civata-vida olarak 4 grupta verilmiş olması, verilerin sektörün gerçek yapısını göstermekten ne kadar uzak olduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle, gerek sektörün gerçek üretim miktarlarının belirlenmesi, gerekse sektörün tanımlanması ve sınırlarının çizilmesinin daha kolay ve anlaşılabilir olması açısından bu çalışmada sektörün ürün grupları Tablo 1'de gösterildiği gibi sınıflandırılmıştır.

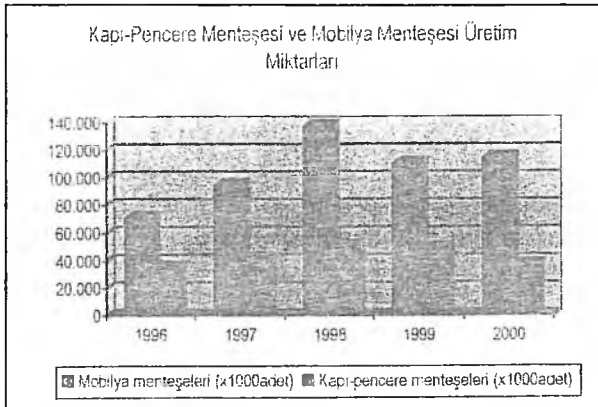
Araştırmada, Türkiye mobilya ve yapı elemanı aksesuarları üretim sektörünün son 5 yıllık (1996-2000) üretim miktarları, Tablo 6'de gösterildiği gibi belirlenmiştir.

Buna göre; Türkiye menteşe üretimi 1996'da mobilya ve kapı-pencere menteşesi olarak toplam 105 milyon adet iken, 2000 yılında 150 milyon adet civarında olduğu görülmektedir. Ayrıca, bu araştırma göstermektedir ki, Türkiye menteşe üretimi içinde mobilya menteşesi üretimi, kapı pencere menteşesi üretimine göre yaklaşık iki kat daha fazla bulunmaktadır (Şekil 1).

Tablo 6: Türkiye Mobilya ve Yapı Elemanı Aksesuarları Üretim Miktarları (1996-2000).

Table 6: Production Amount of Hardware for Turkish Furniture and Building Elements. (1996-2000)

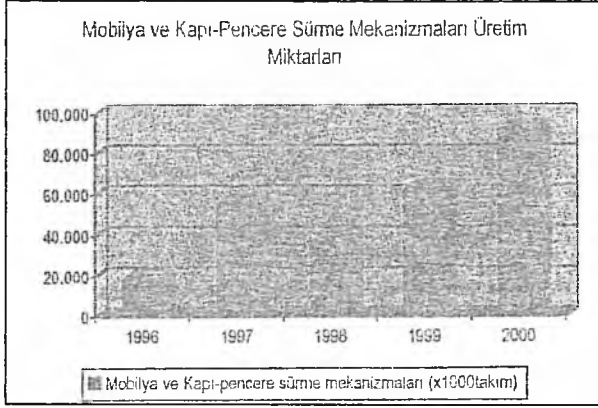
Ürün Grubu /Product Group	1996	1997	1998	1999	2000
1- Mentешeler / Hinges					
- Mobilya mentешeleri (x1000adet) / Furniture hinges	70.658	94.490	137.187	110.080	114.150
- Kapi-pencere mentешeleri (x1000adet) / Door and window hinges	35.000	41.300	50.100	48.750	36.700
2- Mobilya ve Kapi-pencere sürme mekanizmaları (x1000takım) / Furniture and Window-door slides	18.700	55.500	38.090	62.750	92.000
3- Çekmece sistemleri(x1000takım) / Drawer systems	47.550	89.450	92.100	85.320	81.850
4- Tutamak ve Kulplar/Handles and Knobs					
- Kapi-pencere kolları(x1000takım) / Door and window handles	185.000	190.500	205.100	192.000	188.500
- Mobilya kulp ve tutamakları(x1000adet) / Furniture knobs and handles	202.000	278.000	303.750	250.100	265.000
5- Kapama Gereçleri / Locks and Latches					
- Kilitler (x1000adet) / Locks	76.100	78.500	85.600	80.200	85.000
6- Tespit ve Birleşirme Elemanları / Assembly fittings and connecting elements					
- Ağaç vidası (x ton) / Wood screws	3.250	6.600	7.235	7.050	7.000
- Çektirmeler ve plastik bağlama gereçleri (x1000adet) / Plastic connecting elements and knock-down fittings	81.000	105.100	125.800	120.000	125.900
7- Ayakaltı Gereçleri (x1000adet) / Furniture castors,glides and plinth adjusting legs	63.000	71.300	78.550	85.250	91.600
8- Diğer aksesuar ve donanımlar / Other hardware and fittings	-	-	-	-	-



Şekil 1: Yıllara göre kapi-pencere mentешesi ve mobilya mentешesi üretim miktarları.

Figure 1: Production amounts of door-window and furniture hinges due to years

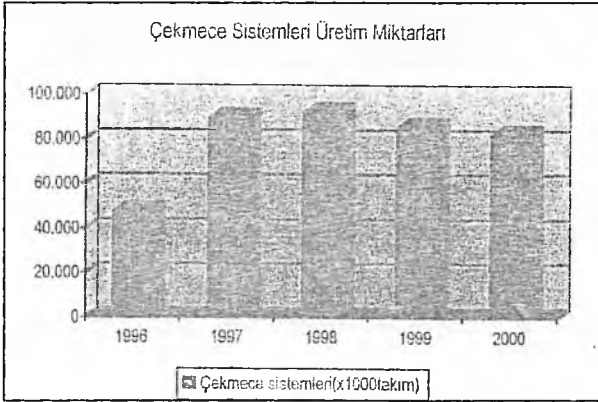
Mobilya ve kapı-pencere sürme mekanizmalarının toplam üretimi ise, 1996 yılında 18 milyon takım iken, 2000'de 92 milyon takım civarında gerçekleşmiştir. (Şekil 2).



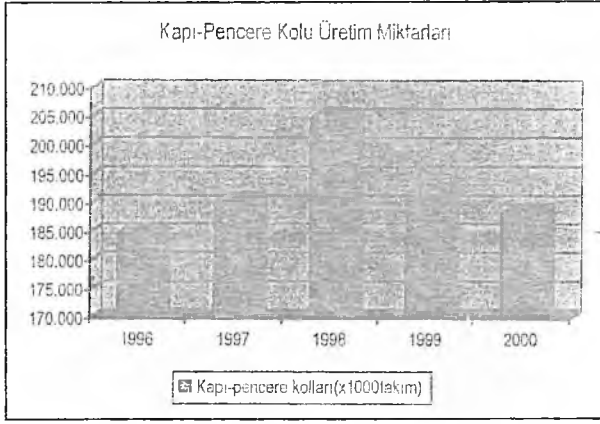
Şekil 2: Yıllara göre mobilya ve kapı-pencere sürme mekanizmaları üretim miktarları
Figure 2: Production of sliding mechanism for furniture, doors and windows according to years

Yerli üretim olarak ülkenin talep düzeyi karşısında hem miktar hem de kalite olarak yetersiz kaldığı belirtilen bu ürün grubunda sektörün, özellikle 1990'lerden sonra hızlı bir atılım içine girdiği görülmektedir. Zira, 1990'a kadar başlıca 3 firmanın çalıştığı sürme mekanizmalarında bugün 14 firmanın çalıştığı belirlenmiştir.

Çekme sistemleri üretimi, bu çalışmada ayrı bir ürün grubu olarak değerlendirilmiş ve Türkiye'deki toplam üretim miktarları, 1996 yılında 47 milyon takım iken, 2000'de 81 milyon takım civarında gerçekleşmiştir (Şekil 3).



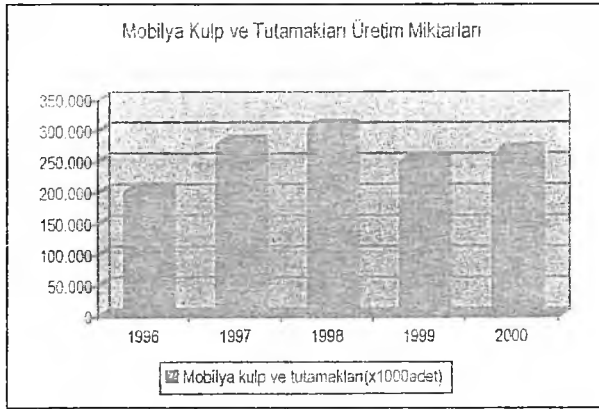
Şekil 3: Yıllara göre çekme sistemleri üretim miktarları
Figure 3: Production amounts of drawer systems according to years



Şekil 4 : Yıllara göre kapı-pancere kolları üretim miktarları

Figure 4: Production amount of door and window handles according to years

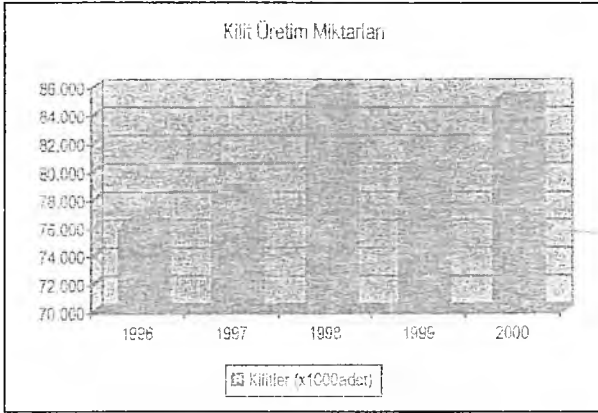
Mobilya kulp ve tutamakları üretim miktarları ise, 1996 yılında 202 milyon adet iken, 2000'de 265 milyon adet olarak tespit edilmiştir (Şekil 5).



Şekil 5 : Yıllara göre mobilya kulp ve tutamakları üretim miktarları

Figure 5: Production amount of handles for furniture according to years

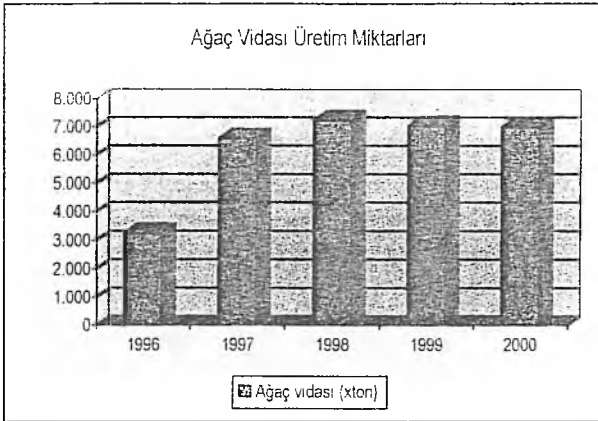
Kapama gereçleri ürün grubu altında verilen ve her türlü kilidi kapsayan Türkiye kilit üretimi ile ilgili veriler ise; 1996'da 76 milyon adet civarında iken, 2000' de 85 milyon adet civarındadır (Şekil 6).



Şekil 6: Yıllara göre kilit üretim miktarları

Figure 6: Production amount of locks according to years

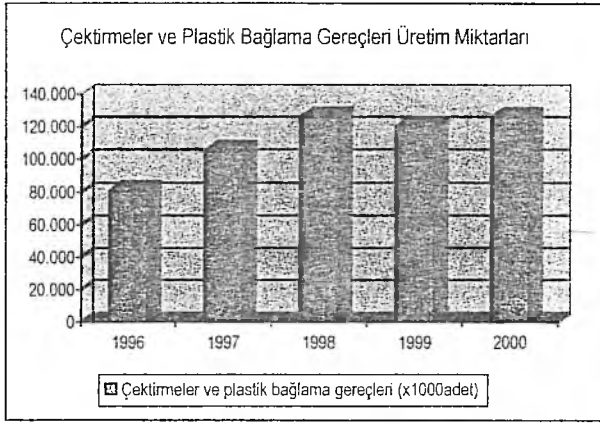
Ağaç vidası üretimi ile ilgili veriler ise, 1996'da 3.2 ton civarında iken, 2000 yılında da 7 ton üretim şeklinde belirlenmiştir (Şekil 7).



Şekil 7: Yıllara göre ağaç vidası üretim miktarları

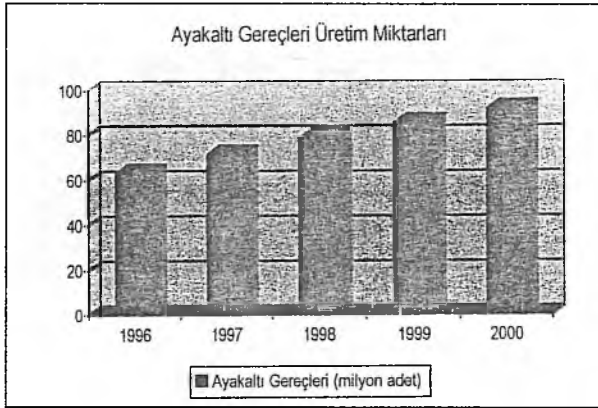
Figure 7: Production amount of screw according to years

Çektirmeler ve plastik bağlama gereçleri adı altında verilen tespit ve birleştirme elemanlarının Türkiye'deki üretimi ile ilgili veriler de, 1996'da 81 milyon adet iken, 2000'de 125 milyon adet üretim şeklinde tespit edilmiştir (Şekil 8).



Şekil 8: Yıllara göre çektirmeler ve plastik bağlama gereçleri üretim miktarları
 Figure 8: Production amount of plastic connecting elements and knock-down fittings according to years

Ahşap ayak hariç her türlü ayak altı mekanizmaları ve elemanlarını kapsayan ayak altı gereçlerinin Türkiye'deki üretimi ise, 1996'da 63 milyon adet civarındayken, 2000'de 91 milyon adet olarak belirlenmiştir (Şekil 9).



Şekil 9: Yıllara göre ayakaltı gereçleri üretim miktarları
 Figure 9: Production amount of furniture castors, glides and plinth adjusting legs according to years

3.2 Türkiye Mobilya Aksesuarları Dış Ticareti

Araştırmada belirlenen üretim miktarlarının aynı zamanda ticarete konu olan aksesuar miktarı olduğu söylenebilir. Diğer taraftan, Türkiye'nin aksesuar ticaretinde ithalat ve ihracat değerlerine bakılacak olursa (Tablo 7), ithalatın ve ihracatın giderek arttığı görülmektedir.

Tablo 7: Türkiye Mobilya Aksesuarları Dış Ticareti (DİE-2001)

Table 7: Foreign Trade of Hardware for Turkish Furniture (DİE 2001)

Yıllar	İthalat(\$)/ Import	İhracat \$)/Export
1995	45,542,155	17,310,770
1996	75,457,586	20,962,103
1997	79,576,980	27,063,426
1998	79,778,451	30,083,514
1999	67,087,588	34,991,137
2000	59,464,480	26,497,103

Türkiye aksesuar dış ticareti ile ilgili olarak belirlenen bu değerler, aksesuar üretiminde gelişmiş bazı ülkelerin dış ticareti ile karşılaştırıldığında oldukça düşük değerler olduğu açıkça görülmektedir. Diğer taraftan, bu ülkelerde ihracat değerleri ithalat değerlerinden yüksek olurken, Türkiye'de ihracat değerleri ithalat değerlerinden düşük olduğu görülmektedir. (Tablo 8).

Tablo 8: Bazı Avrupa Ülkelerinin Mobilya Aksesuarları İhracat ve İthalat Değerleri (Cbı 1995, Beschlage Hk-1996, Assofermet-2000, Die 2000).

Table 8: Exporting and Importing Values of Hardware for Furniture and Building Elements in Some Countries (Cbı-1995, Beschlage Hk-1996, Assofermet-2000, Die 2000).

Ülke Country	İhracat (Milyar \$)* Export (Billion \$)*		İthalat (Milyar \$)* IMPORT (Billion \$)*	
	1995	1996	1995	1996
Almanya	2.10	2.30	0.82	0.91
İtalya	1.75	1.96	0.71	0.83
Hollanda	0.39	0.43	0.29	0.34
Türkiye	0.02	0.02	0.05	0.08

*) Değerler yuvarlatılarak verilmiştir.

Values are rounded

Örneğin, Almanya 1995 yılında 2,1 milyar USD (\$) ihracata karşılık, 0.82 milyar USD (\$) ithalat gerçekleştirmiştir. 1996'da ise 2,3 milyar USD (\$) ihracat, 0.91 milyar USD (\$) ithalat yapmıştır. İtalya'nın 1995'de 1.75 milyar USD (\$) ihracatına karşılık 0.71 milyar USD (\$) ithalatı bulunurken, 1996'da 1.96 milyar USD (\$) ihracat ve 0.83 milyar USD (\$) ithalatı görülmektedir. Buna karşılık Türkiye'nin aynı yıllara ait dış ticaretine bakacak olursak, 1995'de 17.3 milyon USD (\$) ihracata karşılık, 45.5 milyon USD (\$) 'lık ithalatı bulunurken, 1996'da 21.9 milyon USD (\$) 'lık ihracata karşılık, 75.4 milyon USD (\$) 'lık ithalatı bulunmaktadır.

Tablo 9'da görüldüğü gibi dünya aksesuar piyasasında önde gelen ülkelerin firma ve markaları Türkiye piyasasında da yer almaktadır. Almanya ve İtalyan firmalarının çoğunlukta olduğu pazarda, son zamanlarda Avusturya, İspanya, İsviçre ve İngiltere gibi diğer Avrupa ülkelerine ait firmalarla, Tayvan, Çin gibi Uzakdoğu ülkelerine ait firmalarında yer aldığı görülmektedir.

Tablo 9: Türkiye Mobilya Aksesuarları Pazarında Yer Alan İthal Aksesuar Markaları
Table 9: Import Hardware Brands That Take Place in The Turkish Market of Hardware Furniture

FİRMA - MARKA / FIRM - BRAND	ULKE / COUNTRY	ÜRÜN GRUBU / PRODUCT GROUP	MÜMESSİLİ / AGENT
BLUM	Avusturya	Menişeler, Çekmece sistemleri, Bağlantı elemanları ve Askılıklar / Hinges, Drawer systems, fitting elements and hangers	Ölüm GmbH (İribat Bürosu)
HAFELE	Almanya	Bütün Aksesuar Grupları / All hardware groups	Hafele GmbH (İribat Bürosu)
HETTICH	Almanya	Bütün Aksesuar Grupları / All hardware groups	
FRATELLI	İtalya	Çekmece Sistemleri (Bilyalı Ray), Sürgü sistemleri / Drawer systems, slide systems	TEM İnş. Mat. San. ve Tic. Ltd. Şti.
SIRC	Avusturya	Kulplar, Kapı Kolu, Askılık Elemanları / Handles, knobs and hooks	
GRASS	Avusturya	Menişeler, Çekmece Rayları, Bağlantı Elemanları / Hinges, drawer rails, connecting fittings	Ulpasın Tic. A.Ş.
HÜWIL	Almanya	Kilitler, Kulplar, Bağlantı Elemanları / Locks, handles, connecting fittings	
SCHOCK METAL	Almanya	Çekmece Sistemleri (Bilyalı ray) / Drawer systems	
FSS	Almanya	Kapı ve pencere kolları / Door and window handles	
SERVETTO	İtalya	Askılık Mekanizmaları / Hanger mechanism	
SIRFO	İtalya	Banyo Aksesuarları / Bathroom hardware	
PEKA METALL AG	İsviçre	Mutfak Mobilyası Mekanizmaları / Kitchen furniture mechanism	
JASMIN	İngiltere	Mutfak mobilyası mekanizmaları / Kitchen furniture mechanism	
FGV	İtalya	Menişe, Çekmece sistemleri / Hinges and drawer systems	
DANCO	İtalya	Menişe / Hinges	
DECONTI	Tayvan	Menişe / Hinges	
TERNO	İtalya	Sürme kapı ve kapak mekanizmaları / Sliding doors and mechanisms	
COSMOV, BM, TONTORI, CORBETTA, CITTERIO, CONFALONIERI	İtalya	Kulplar ve tutamaklar / Knobs and handles	Top İmpex A.Ş.
COSMOV	İtalya	Askılık mekanizmaları / Hanger mechanism	
CIEFFE	İtalya	Baza aydınlatma / Base adjustment leg	
PREMAR, POGGIMARIA NI	İtalya	Kapı kolları / Door handles	
ESTAM, METALORFE, EGOKI	İspanya	Kulplar / Knobs	
UNION KNOPFT	Almanya	Kulplar / Knobs	
CAS	İtalya	Kilitler / Locks	
DERK - FGV	İtalya	Vidalalar / Screws	
PEPRARI	İtalya	Menişe / Hinges	
ESPANSO	İtalya	Bağlantı elemanları / Connecting fitting elements	Kent Dış Tic. Ltd. Şti
LCH	İtalya	Çekmece sistemleri (Bilyalı ray) / Drawer systems	
TAIMING	Çin	Çekmece rayı / Drawer rail	
STAMM, SH	İtalya	Menişe / Hinges	
FULTERER	Avusturya	Çekmece sistemleri (Bilyalı ray) / Drawer systems	
DONATI	İtalya	Çekmece rayı / Drawer rail	
ARMSTRONG	Tayvan	Kilit sistemleri / Lock systems	
BMB	Almanya	Kilit sistemleri / Lock systems	Şaman Mob. Aksesuar Ltd. Şti.
CITTERIO	İtalya	Kulplar / Knobs and handles	
EUROMID	İtalya	Bağlantı sistemleri / Fitting systems	
OLIVARI	İtalya	Kapı kolu / Door handle	
CROWN	Tayvan	Ahşap vidaları / Wood screw	
O.G.T.M, POZZI	İtalya	Mobilya tekerlekleri / Wheels and castors	
INDAUX	İspanya	Menişe, Çekmece rayları / Hinges, drawer rails	Sarıpaçoğlu Hırdavat
OJMAR	İspanya	Kapı kolu, kulplar / Door handle and knobs	
DMGE	İtalya	Çekmece sistemleri / Drawer systems	Teta Dış Tic. A.Ş.
TM	İtalya	Menişe / Hinges	
WURTH	Almanya	Bütün Aksesuar Grupları / All hardware groups	
MEPLA	Almanya	Menişe, Çekmece sistemleri / Hinges, drawer systems	Würth Oto. ve Mon. San.
HAWA AG	İsviçre	Sürgü sistemleri ve mekanizmaları / Slide systems and mechanism	
EKU AG	İsviçre	Sürgü sistemleri ve mekanizmaları / Slide systems and mechanism	Möbelle Ahşap Möble San.
HEKNA	Almanya	Kilit sistemleri / Lock systems	
HOPPE	İtalya	Kapı ve pencere kolları / Door and window handles	
SH, G.E.M., GUSTI, ROS	İtalya	Menişe, kulplar, kapı kolları / Hinges, knobs, door handles	Teknik Mob. ve Aksesuar Ltd. Şti.
CINETTO, STEINCO	İtalya	Sürgü sistemleri, tekerlekler / Slide systems, wheels	
LAMA	Slovenya	Menişe / Hinges	Gürdal Tic.
ACCURIDE	İngiltere	Çekmece rayları / Drawer rails	Kanca Tic.
KNAPP	Avusturya	Bağlantı elemanları ve sistemleri / Connecting fitting elements and fixing systems	İstanbul Dış Tic. Ltd. Şti.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

4.1 Sektörün Genel Özellikleri

- Mobilya ve yapı elemanı aksesuarları üretim sektörü, ürün grupları itibariyle, İmalat sanayi içinde Metal eşya sanayiinin alt sektörlerinde dağılmış olarak (35590125-Mobilya tekerlekleri, 38110201-Kilit ve anahtarlar, 38110301-Hırdavat malzemesi, 38190301-Çivi, 38190901-Cıvata,vida vb.) gözükmektedir.

- Bu araştırmada sektörde üretici firma olarak faaliyet gösteren 128 işletmenin bulunduğu tespit edilmiştir. Bu işletmelerin dağılımındaki yoğunlaşma ülkemiz mobilya endüstrisindeki işletmelerin yersel dağılımına paralellik göstermektedir.

- Araştırmada, çalışmaya katılan sektör işletmelerinin %25'inin küçük ölçekli, %36'sının orta ölçekli, %39'unun da büyük ölçekli olduğu, bunların %21'inin şahıs veya adi ortaklık, %42'sinin limited şirket, %37'sinin anonim şirket durumunda olduğu tespit edilmiştir.

- Sektörün 2000 yılı itibariyle 2978 kişiyi istihdam ettiği görülmektedir. Araştırmaya katılım oranının %52 olduğu düşünüldüğünde sektörün toplam istihdam kapasitesinin daha fazla olduğu söylenebilir. Bunların %10'u teknik eleman niteliğini taşıırken, %64'ü vasıfsız işçi niteliğindedir. Çalışanların niteliklerinde işletme ölçeği büyüdükçe küçük de olsa artış gözlenmektedir. (Tablo 2). Bu durum sektörün teknolojik gelişiminde eğitim boyutunun önemini ortaya koyması bakımından değerlendirilmelidir.

- Üretim şeklinin genel olarak (seri+sipariş) üretimi şeklinde (%62) bulunduğu sektör işletmelerinin ürün projelendirme ve geliştirmede izledikleri yollara göre durumları Tablo 3'da görüldüğü gibi, piyasada mevcut aksesuarların benzerlerini imal etmek şeklinde projelerle çalıştıkları (%82) belirlenmiştir. Halbuki, günümüz tüketici profili özgün ürünler arayan bir karakter sergilemektedir. Diğer taraftan, uluslararası piyasalarda rekabet edebilmek için öncelikle profesyonel tasarımcı eksikliği, hammadde teminindeki aksaklıklar, yetersiz sermaye birikimi, eski teknolojilerin yol açtığı yüksek maliyet ve düşük kapasite sorunlarını aşmak gerekmektedir.

- Türkiye'de mobilya aksesuarlarının yıllara göre (1996-2000) üretim miktarları Tablo 6'de gösterildiği gibi tespit edilerek, sektörün üretim hacmi belirlenmeye çalışılmıştır. Ülkenin talep düzeyi karşısında gerek kalite, gerekse kantite olarak yetersizliğinin gözlemlendiği mobilya ve yapı elemanı aksesuarlarının 1996-2000 yılları arasındaki üretim miktarlarının 1999 yılına kadar hızlı bir artış eğiliminde olduğu, 1999 ve sonrasında ise durağanlaştığı, bununda globalleşen dünyadaki ekonomik krizle beraber ülkemizde yaşanan deprem felaketleri, ekonomik istikrarsızlık ve daralan yatırım çalışmaları gibi nedenlerden kaynaklandığı söylenebilir.

- Aksesuar yüzey işlemlerinin, kısmen üretici firmalarca yerine getirildiği (%54) ortaya çıkmıştır (Tablo 4). Yüzey işlemlerinin kalitesizliği, kullanıcı ve pazarlamacı işletmelerde de, yerli üretim aksesuarların tercih edilmemesinin nedenlerinden biri olarak görülmektedir.

- Hemen her ülkede birlik veya demek çatısı altında örgütlenmiş bulunan sektör işletmelerinin Türkiye'de bir birlik oluşturmadığı görülmektedir. Hiç biri yurt dışında var olan üretici birliklerini tanımamakta ve işlevlerini bilmemektedirler. Araştırmaya katılan işletmelerin verdiği cevaplara göre, böyle bir birliğin yararına inanan işletmelerin oranı %78 ile oldukça yüksektir.

- Sektör işletmelerinin İşletmelerin %70'inin gelecekle ilgili üretim ya da kapasite planlaması yapmadığının görüldüğü bu çalışmada, planlama yapan işletmelerin % 63'ünün kısa vadeli (1yıl) plan, %24'ünün orta vadeli plan, % 13'ünün de uzun vadeli planlar yaptığı görülmektedir.

- İşletmelerin ürünlerini satarken genelde birkaç yöntemi bir arada kullandıkları (%51) görülmektedir. Satışlarını doğrudan fabrikadan yapan işletmelerin oranı %15, aracı pazarlama kuruluşları aracılığı ile yapanların oranı %20, satış bayileri aracılığıyla yapanların oranı da % 14 olarak belirlenmiştir.

- İşletmelerin %97'si satış sonrası hizmetlerinin varlığını bildirirken, bu hizmetin sadece bir yıllık garanti ve yenileme şeklinde olduğunu bildirmiştir.

- Türkiye aksesuar ihracatında, hemen bütün dünya ülkeleri yer alıyor gibi görünse de Ortadoğu ülkeleri ile Türki Cumhuriyetler ve Balkan ülkelerinin halen önemli bir pazar olduğu görülmektedir.

- Son zamanlarda, dış ticaretin geliştirilmesinde yaygınlaşan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ) ile işbirliğiniz var mı sorusuna, sektörde oluşturulmuş bir STDŞ olmaması nedeniyle bütün işletmeler hayır derken, araştırmaya yanıt veren işletmelerin %67'si kendi sektörlerinde STDŞ' lerin oluşturulmasına olumlu bakmaktadır.

- Sektör işletmelerinin sadece 14 'ünde (%21) kalite belgesi sahipliğinin bulunduğunu görmekteyiz. Bu belgelerin 7'si TSE, 2'si TSEK, 5'i Marka tescilli şeklindedir. ISO 9001,9002 vb. kalite belgesine sahip bir işletme bulunmamaktadır. Ancak, almak için çalışmalarını sürdüren işletmeler bulunmaktadır. Sektörde patent veya lisans sahipliği ile çalışan bir işletmeye rastlanmamıştır. Ayrıca, şirket evliliği (yerli ve yabancı ortaklarla) konusunu gündemine alan veya çalışan hiçbir işletme bulunmamaktadır.

4.2 Sektörün Genel Sorunları

Ülkemiz imalat sanayiinin başlıca özelliklerinin genel olarak bu üretim sektöründe de görüldüğü araştırma sonuçlarından ortaya çıkmaktadır. Böylece, sektörün belirlenen başlıca sorunlarının da ülkemiz imalat sanayiinin genel sorunlarına ve darboğazlarına benzerlik gösterdiği, ancak bazı sorunların öncelik sıralarının değişimi gibi farklılıklar ortaya koyduğu görülmektedir. Belirlenen bu sorunları önem sırasına göre şu şekilde sıralayabiliriz;

- 1- Her türlü bilgi iletişimi ve koordinasyon eksikliği
- 2- Finans yönetimi ve eksikliği
- 3- Standardizasyon eksikliği ve tanımlanmamış bir sektör konumu
- 4- Hammadde ve yarı mamul malzeme temini ve kalite sorunları
- 5- Teknik eleman sorunları
- 6- Yan sanayi eksikliği

4.3 Genel Sorunların Giderilmesine Yönelik Öneriler

Ana başlıklar halinde belirlenen bu sorunlar karşısında çözüm önerileri getirmenin, dünya ekonomisindeki gelişmelerle beraber ülkemizin ekonomik durumu ve imalat sanayii göz önüne alındığında kolay olmadığı bir gerçektir. Ancak, araştırma sonuçlarına göre sektörün mevcut yapısı dikkate alınarak şu öneriler getirilebilir.

Sektör sorunlarının esas olarak belirsizlikten yani tanımlanmamış bir sektör konumundan kaynaklandığı kanısı ortaya çıkmaktadır. Belirsizlik olarak adlandırılan koordinasyon ve bilgi iletişimi eksikliğinin giderilmesinin sektörün gelişmesi için gerekli olduğu anlaşılmıştır. Bunun da sektör işletmelerinin bir araya gelerek “ Türkiye mobilya ve yapı elamanı aksesuarları üreticileri birliği” nin kurulması ile gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir. Bu arada meslek grubu veya iş kolu olarak sınıflandırılmasında kullanılabilen adının da ortaya çıktığı görülmektedir.

Böyle bir birliğin sektörün belirtilen eksikliklerinin ve sorunlarının giderilmesi yanında, işletmelerin tek başlarına gerçekleştirmekte zorlandıkları tanıtımı yapmak açısından da büyük yararları olacağı açıktır.

Bunların yanında, bütün aksesuarlar için standartların hazırlanması ile bunların yurtiçi ve yurtdışında emsalleriyle rekabet gücüne kavuşturulabileceği, ihracat potansiyelinin yüksek olduğu ülkeler başta olmak üzere, diğer ülkelerin resmi standart teşkilatları ile yakın işbirliği içinde uyum çalışmaları mümkün olabilecektir.

Diğer taraftan, birliğin bünyesinde oluşturacağı branşlaşma ile malzeme kaliteleri ve fiyat dalgalanmalarında etkili olunabileceği gibi yetersiz malzeme bilgisinin giderilebileceği, malzeme standartlarının hazırlanması ve geliştirilmesi mümkün görülmektedir.

Sektördeki işletmelerin hemen hemen tamamının bugüne kadar ilişkiye geçmediği üniversitelerin konu ile ilgili birimlerinin sektör hakkında bilgilendirilmesi, Üniversite-Sanayi işbirliğinin zaman geçirilmeden kurulması gerekmektedir.

Ayrıca, oluşturulacak bir birliğin, devlete sanayi teşvik ve kredi politikaları hakkında sektör muhatabı olarak cevap vermesi, dilek ve şikayetlerde bulunabilmesi gibi avantajları da beraberinde getireceği açıktır.

Üretim çeşitleri, üretim fonksiyonları ve ürün bazında uzmanlaşmayı teşvik edici düzenleme ve işbirliklerinin gerçekleştirilmesi halinde sektör daha verimli, daha karlı ve daha rekabetçi bir yapıya ve güce kavuşacaktır.

4.4 Uluslararası Rekabet Gücü Açısından Türkiye Mobilya Aksesuarları

Üretim Sektörü

Sektörde en büyük sorun işletme ölçeklerinin küçüklüğüdür. İşletmecilik açısından önemli sorunların yaşandığı sektörde kapasite kullanım oranı düşüktür. Sektördeki işletmelerin büyük bir kısmı teknolojik düzey, eğitilmiş teknik eleman ve pazarlama kanalları açısından çeşitli yetersizlikler içerisindedir.

İnsanların çok çeşitli ihtiyaçlarının karşılanması için üretilen ürün çeşitlerinin artması, seçeneklerin çoğalması, rekabet ve tanıtım tekniklerinin gelişmesi gibi sebepler yüzünden tüketici davranış eğilimleri değişmiş, bu durum üreticileri ürün geliştirme ve marka yönetimi çalışmalarında daha dikkatli davranışlar içine girmeye zorlamıştır.

Özgün tasarımlar arayan günümüz tüketici profili işletmeleri, yüksek para ve zaman maliyetli ürün geliştirme projelerine yönelmektedir. Bu projeleri finanse etmek, geliştirilen tasarımlar üzerinde belirli süre tekel hakkı kazanmakla mümkündür.

Uluslararası piyasalarda rekabet edebilmek için kaliteli ve ucuz üretim yapmak, pazarlamada örgütlenmek ve tasarımı bir imaj oluşturmak gerekmektedir. Gümrük Birliği sonrası büyük bir dış rekabet baskısı altında kalan sektörde bu perspektife uygun bir politika zaman geçirilmeden uygulanmalıdır.

Gümrük Birliği ile birlikte dış ticarete, özellikle sınai mülkiyet hakları ve rekabet bakımından gelişmiş mevzuat, kurum ve uygulamalara sahip olan Avrupa ile ilişkileri revize eden Türk Sanayii ile birlikte bu sektörde, markalı mal satma ve imaj oluşturma konusunda bilinçli bir gayretin içerisine girme gereğini anlamış bulunmaktadır.

Gümrük Birliğine girilmesiyle küçük işletmeler için üretimde etkinlik ve kalite önem kazanmıştır. Sektörün rekabet gücünün artırılması küçük işletmelerin kendi aralarında birleşerek, teknik ve ekonomik güçlerini bir araya getirmeleri ile daha mümkün görülmektedir. Mobilya sektöründe bu tip birleşmelerin örnekleri olarak MOSAŞ (Mobilya Sanayicileri Dış Ticaret Şirketi) ve Ankara Mobilya Dış Ticaret A.Ş. verilebilir. Ancak, araştırma konusu sektör içinde böyle bir birleşme örneği bulunmamaktadır. Bu işletmelerin bünyelerinde mutlaka bir AR-GE birimi olmalı, gelişen teknoloji takip edilmelidir. Üniversite-Sanayi işbirliği çerçevesinde, Üniversitenin bilgi birikimden yararlanılmalıdır. Ürün sorumluluğu ve ürün güvenliği ile tüketiciler korunmalıdır. Kaliteli hammadde ve yardımcı malzeme temini olanaklarının ve teknoloji transferinin kolaylaşması, ihracat olanaklarının ve işletmelerin kendilerine olan güvenlerinin artması Gümrük Birliğinin sektöre sağladığı avantajlar olup, piyasaya daha uygun fiyatlı ürünlerin girmesi üreticileri rekabet ortamına sokmuştur.

Türkiye’de mobilya aksesuarları sektöründe bazı standartlar olmasına rağmen, standartlara uygun mal üretimi yeterli seviyede değildir. Avrupa’ya göre temel girdi maliyetleri yüksek olduğundan, mamul fiyatları da yüksek olmaktadır. Bunların sonucunda da aksesuar ihracatı düşüktür. Bu nedenle, sektöre üretim, pazarlama ve tasarım aşamasında ihtiyaç duyduğu destekler verilmelidir.

4.5 Uluslararası Rekabet Gücünün Geliştirilmesine Yönelik Öneriler

Gerek araştırmaya katılan işletmelerin yanıtlarının incelenmesi ve değerlendirilmesi, gerekse sektör ürünlerinin tüketicisi konumundaki mobilya ve kapı-pencere üreticileri ile aksesuar pazarlamacısı konumundaki işletmelerin yanıtlarının değerlendirilmesi sonucu ortaya çıkan veriler ışığında Türkiye mobilya aksesuarları üretim sektörünün rekabet gücünün geliştirilmesine yönelik öneriler aşağıdaki gibi belirtilebilir:

- Dış ticaret ile ilgili rejim kurallarının açık, anlaşılır ve ayrıntılı bir şekilde düzenlenmesi ve yapılacak değişikliklerin uygun bir süre sonra yürürlüğe konulması.
- Yurtdışı piyasalar hakkında (dış ticaret rejimi, mevzuat, standartlar vb. gibi hususlar başta olmak üzere) düzenli ve sürekli bilgi sağlanması.
- İşletmelerde çalışan personele eğitim verilmesi yolu ile: mevzuat bilgileri, standart bilgileri, piyasa bilgileri ve teknik (üretim, makine, patent vb.) bilgilerin yaygınlaşmasının sağlanması.
- İşletmelerin yukarıda belirtilen bilgilere ulaşmasını sağlayacak enformasyon teknolojisinin olanaklarından yararlanılması
- Araştırma ve geliştirme (AR-GE) faaliyetlerinin artırılması.
- Türkiye’de yürürlükteki standartların yanı sıra, uluslararası alanda geçerli standartlar, patentler, markalar, faydalı modeller vb. konular hakkında bir bilgi bankasının oluşturulması.

- Ülkemizde, hemen bütün endüstri dalları için geçerli olmak üzere söylenebilecek standart yetersizliğinin yanı sıra halen pek çok standardın uygulamasının ithalat ve ihracatta zorunlu, yurtiçinde ise isteğe bağlı olduğu dikkate alınarak, standartların önemi konusunda hem kamuoyu hem de işletmeleri bilinçlendirici bir eğitim programının gerçekleştirilmesi.
- İşletmelere sadece yurt dışında değil, Türkiye’de de marka tescili, standart uygunluğu vb. işlemlerini yerine getirmek üzere destek sağlanması.

Bu önerilerin yerine getirilebilmesi için ilgili kamu kuruluşlarının veya sektör bünyesinde oluşturulacak bir birliğin, erişimin hızlı ve kolay olduğu kapsamlı internet sitesi oluşturması ve sürekli güncellemesi zorunludur. Ayrıca, işletmelere erişim sağlayabilecekleri altyapıyı kurmak, personeli hem bu konuda, hem mevzuat hem de teknik konularda eğitmek için destek sağlanmalıdır. Ancak, tüm bu hususlar işletmelerimiz arasında karşılıklı bilgi alışverişi olmasının da gerekli olduğunu göstermektedir.

Son olarak, piyasalarda engellerin giderilmesi durumunda hem iç hem dış ticaretin artacağına açık olarak ifade edildiği bu çalışmada; bu itibarla, üreticinin yanı sıra tüketiciyi koruma ve rekabet mevzuatının geliştirilip, uygulamanın denetlenmesi ile Türkiye’nin iç mevzuatının en çok ticari ilişkilerde bulunduğu ülkelerin yer aldığı Avrupa Birliği (AB) mevzuatı başta olmak üzere dünya ticaret örgütü mevzuatı ile uyumunun sağlanması yönündeki faaliyetlerin hızlandırılmasının da üretim ve dış ticareti arttıracağı ileri sürülebilir.

THE STRUCTURAL ANALYSIS OF TURKISH HARDWARE PRODUCTION SECTOR FOR FURNITURE AND DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL COMPETITION

Y.Doç.Dr.Tuncer DİLİK
Ar.Gör. Seda ERDİNLER

Abstract

Hardware plays great role on the appearance, comfort and function which are important for furniture. In this article, Turkish companies producing hardware for furniture were examined in terms of their technical and economical characteristics, the materials they use in production, standards and surface treating methods they apply, legal structure and their policies in the foreign and domestic trade.

67 of 128 companies represent 80% of the national production were included within this research. The companies which excluded were small scaled ones. 26 of considered companies were large, 24 were medium and 17 were small sized. Imported hardware brands, foreign trade companies and their representatives were determined in this research. The production amounts and foreign trades between the years 1996-2000 regarding to the product groups were determined and given in tables.

The main problem found for the sector derives from its being undefined as a group of production or industry.

The following recommendations were made: First of all the definition of sector must be given and its place in the production industry must be determined, higher level of technology and product quality should be established, special designs and products for special brands should be prepared, productivity should be increased, dissemination of the information, guidance and support should be provided, financial resources should be developed, integration of main, side and sub industry should be maintained, common marketing systems should be formed, support and improvement of the cooperation between the companies and e-trading should be provided.

Key Words: Furniture industry, Furniture Hardware, Hardware production, hardware import, hardware export, hardware brands

1. INTRODUCTION

Furniture, which is used for sitting, resting, or keeping items in, is mostly made of wood based materials and the materials which would not effect its functions directly. Furniture gains the properties like usefulness, prestige, and safety from its design and hardware. By these, furniture has the advantage for appreciation and selling.

Hardware improves the quality of furniture. Otherwise the consumers may complain about such a furniture with low quality. Some of the complaints are; doors, drawers and their locks can not be operated smoothly and easily, the legs and arms are not firm, furnitures are heavy and can not be moved easily, drawers and covers are noisy and difficult to use, handles and varnish provide short service. For this reason, hardwares are important both in production and use to provide quality, usefulness, esthetics and comfort. On the other hand, as the world's most important countries for hardware market are also important for world furniture trade. It is important to know the level of the main, side and sub industry for international competition. In this research, recommendations to improve international competition by determination of structure of production in Turkey, capacity in use in the sector and increasing exports are made.

2. THE DEFINITION AND CLASSIFICATION OF HARDWARE FOR FURNITURE AND BUILDING ELEMENTS

The main functions of the hardware for furniture and building elements are to fix the parts of the units, to attach the doors and windows, to help to move smoothly, to make them more durable, attractive and comfortable.

Hardware have different varieties of models and types. In this study, they are classified in 7 product groups according to their functions and uses.

- Hinges
- Slides for drawers and gears for sliding door-window and furniture
- Handles and knobs
- Shutting equipments (locks and latches)
- Assembly fittings and connecting elements
- Underfoot equipments (castors and glides, under frames)
- Other hardware fittings

3. MATERIAL AND METHOD

The companies involved in the production of hardware for furniture and building elements were investigated using a questionnaire. The questionnaire was prepared both for manufacturers and users in the frame of main and side industry. The regions where the firms are intensively located were chosen for questionnaire (İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir and Kayseri). Questions were asked personally in most firms to be sure about the reliability of the answers and the work stations were also observed.

The firms to be taken in consideration in this research were chosen with reference to:

- The results of a previous research
- The records of chamber of industry in the cities where the furniture and hardware producers are mainly located
- Records of Institute of Statistics
- Records of foundations related with this profession
- Related press organs, fair catalogues and internet
- Hardware sellers

4. DISCUSSION AND CONCLUSION

4.1 General Characteristics of The Sector

- The hardware manufacturing sector is considered as a part of the sub-sectors of the metallic items sector within the manufacturing sector.(35590125-Furniture wheels, 38110201-Locks and Keys, 38110301-Hardware, 38190301-pin,38190501-bolt, screw etc.)in terms of product groups.

- It was found that 128 firms have been operating in Turkey. Hardware manufacturers are intensively located close to the location of the firms of the furniture.

- 25% of the companies took part in the investigation were considered small, 36% medium size and 39% large; 37% of the companies investigated were joint-stock companies, 42% limited liability, 21% individual proprietorship and simple partnership (Table 2).

- It was found that this sector had 2978 employees in the year 2000. When it is considered that the attendance ratio to the investigation is 52% it will be clear that the total employment capacity is higher.10% of the employees were technical, while 64% were non-qualified workers. The qualifications of the employees were better in larger companies (Table 3).

- The projects that the companies are following today shown in Table 4 are imitating the existing products (82%). In fact todays consumers demand new and different products. On the other hand, for the competition in the international market the problems like old technology, less capacity, insufficient finance and the lack of professional designers should be solved.

- The productions through out the years (1996-2000) were shown in Table 6. It was found that the production was not enough for the demand both in quality and quantity. As shown in the table till 1999, the production rate increases and then remains the same because of the economical problems.

- The surface treatment of the hardware are done by the producers by 54% (Table 5). The low quality of this process is the main reason for the consumers' low demand for these products.

- There is no community of this sector in Turkey. For that reason, they have no idea about the international firms and foundations. 78% of the attending companies agree to have a community.

- 70% of the firms have no plans for the future. 63% make short – term plans (1 year), 13% make long –term plans.

- 51% of the firms sell directly from the factory, 20% have marketing combinations and 14% have subsidiaries.

- 97% state that they provide service after purchase, but this is either one year guarantee or replacement.

- Most companies don't have partnership with foreign trade companies. 67% would like to have a foreign partner.

- 21% of the firms have quality certificate. 7 of them are TSE, 2 TSEK and 5 are trade mark. None of the companies have ISO 9000, 9002, etc.

4.2 General Problems of the Sector

The problems can be listed in the order of descending significance as follows:

- 1- Lack of communication and coordination.
- 2- Unsufficient financial sources and unsatisfactory financial administration.
- 3- Lack of standardization and clear definition of the sector.
- 4- Difficulty in obtaining raw and semi manufactured materials of satisfactory, quality and quantity.
- 5- Problems in recruiting qualified technical staff.
- 6- Lack of related industry.

4.3 Recommendations to Remove General Problems

It is hard to solve the problems that have been identified because of the economical position of the country.

The main problem seems that the sector is undetermined. Lack of coordination and communication should be rectified. It is thought that this could be possible by establishing the "Turkish Furniture and Hardware Manufacturers Union". This will also help the companies introduce themselves to the market.

Another thing is that standards should be prepared to compete with the national and international firms. In this way, it will be possible to coordinate with the countries having standards.

There should be coordination between the companies and the university. On the other hand, the union should be recognised by the government for credits.

4.4 Turkish Hardware Manufacturing from the View of International Competing Power

The main problem here is that most of the firms are small-sized firms. The capacity is generally low. Most of the firms are insufficient with the technological level, qualified technical employee and marketing.

The variety of products should be increased and the product development should be done. Today's consumer look for new designs. This means higher costs and time. To finance this, the designs should be very original and should be kept special for a particular firm.

For international competition, inexpensive and high quality production is very important. Especially after the customs union, the competition conditions lead the firms for higher quality production.

After the customs union, small-sized companies came together like partnership, bringing their technology and economic power together. MOSAS and Ankara Furniture Trading are examples. There should be a researching and developing unit in these firms and there should be connection with the universities.

Qualified raw material and side material, easier technology transfer, exports and the self confidence of the firms are the advantages of the customs union.

Although there are some standarts for the hardware, the production is not always suitable for the standarts. As the cost of the products are higher than in Europe, exporting potential is low. For that reason, the support needed in manufacturing, marketing and designing should be supplied to the firms.

4.5 Recommendations For Developing An Internationally Competitive Industry

According to the answers to the questionnaire the following suggestions could be made:

- Setting clear, understandable and detailed rules for foreign trade.
- Providing continuous news about the foreign markets.
- Educating the personel about the standarts, markets and technics.
- Using information technology to reach the issues stated above.
- Increasing the researching and developing activities.
- Developing an information center about international standards, patents, brands, useful models, etc. besides Turkish standards.
- An education programme should be planned for training the firms and the consumers about the importance of the standards since the standards are left to the producers' own choice in the national market where there are strict rules for importing and exporting.
- Supporting the firms for applying standards, trade marks, etc. in Turkey as well as abroad.
- A union would be very helpful for applying these suggestions. A background for the firms and training the employees is a must for development. There should be an interreaction between the companies.

Finally, it will be helpful to rectify the problems in the markets. With watching both the manufacturer's and consumer's rights, controlling the application and adjusting the rules due to the European Union and World Trade rules will increase both production and exporting.

KAYNAKLAR

ASSOFERMET., 2000: Italian Lock and Hardware Manufacturers' Association, Italy.

BESCHLAGE MAGAZIN., 1996: Supplement von Holz- Zentralblatt und HK, 1996, Germany.

DİE., 2001: Devlet İstatistik Enstitüsü verileri, 2001, Ankara.

DİLİK, T., 1992: "Türkiye Mobilya ve Yapı Elemanı Aksesuar Üretim Sektörü ve Sorunları Üzerine İncelemeler", Yüksek Lisans Tezi, İ.Ü.Fen Bilimleri Enstitüsü, Eylül-1992, İstanbul.

DİLİK, T., 1994: “Mobilya ve Yapı Elemanı Aksesuarları”, Orman Ürünleri Ahşap Araştırma Teknoloji, Tasarım ve Dekorasyon Dergisi, Sayı 6, Mayıs 1994, s.35-38, İstanbul.

GERRITSEN, J.L. 1995: Fasteners And Builders' Hardware: A Survey of The Netherlands' And Other Markets In The European Community”, CBI, J.L.Gerritsen Gedempte Buerghwal 45 2512 BS The Hauge The Netherlands, April 1991.

GÖNLÜYÜCE, V., 1997: “1. Ulusal Mobilya Kongresi Bildiri Kitabı”, Hacettepe Üniversitesi M. T. Y. O. Ağaççileri Endüstri Müh. Böl., 17-18 Kasım 1997, Ankara.

KURTOĞLU, A., 1998: Mobilya Endüstrisi Ders Notu, İ.Ü. Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, 1998, İstanbul.

KURTOĞLU, A., 1998 : Ağaç Konstrüksiyonları Ders Notu, İ.Ü. Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, 1998, İstanbul.

KARASAR,N. 1991: “Bilimsel Araştırma Yöntemi”, 4. Baskı, Ankara

8.BYKP 2001-2005: Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, DPT 2000, Ankara.

KAYACIKLI, T., ÖZSU, B., AYTAÇ, M., KIRMANLI, N., 2000: “Türk Sanayinin Durumu”, İstanbul Ticaret Odası- Yayın No:2000-38, İstanbul.

Mobilya Sektör Raporu; 1998: Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, OAİB Sekreterliği Rapor No: 8, Ankara.

ONUR, G., 2000: Türkiye Mobilya Sanayii Sektör Föyü, İGEME Araştırma ve Geliştirme Başkanlığı Sanayi Dairesi., Ankara.

TOBB., 2001: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği verileri, Ankara