

TÜRKİYE MUTFAK MOBİLYASI SEKTÖRÜNDE TÜKETİCİ TERCİH ÖNCELİKLERİNİN BELİRLENMESİ

Ersin UÇAR¹, Tuncer DİLİK^{2*}, Ahmet KURTOĞLU³

¹ İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, 34473, İstanbul, Türkiye

² İstanbul Üniversitesi, Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, 34473, İstanbul, Türkiye

³ Doğuş Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, İstanbul, Türkiye
*tuncerd@istanbul.edu.tr

Özet- Bu bildiri, mutfak mobilyası sektöründeki üretim ve projelendirme çalışmaları üzerindeki tüketici tercihlerinin öncelikleri incelenmiştir. Bu kapsamda, tüketicilerin mutfak mobilyasından olan beklentileri ve tercihleri Türkiye'deki mutfak mobilyası üreticileri üzerinde yapılmış olan araştırma sonuçları çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu amaçla, 6 kriterin (özgün tasarım, temizlenebilirlik ve hijyen, imaj, güvenlik, standartlaşma ve diğer faktörler) tüketici beklenti ve tercihleri üzerindeki öncelikleri belirlenmiştir. Bu çerçevede elde edilen bulgulara göre, öncelik sırasının; özgün tasarım, temizlenebilirlik ve hijyen, imaj, güvenlik, diğer faktörler (fiyat-ekonomiklik) ve standartlaşma şeklinde olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçta, sektör işletmelerinin genellikle sipariş (proje) tipi üretimle çalışmasının etkili olduğu görülmektedir. Zira, işletmeler ürettikleri her projeyi farklı ve özgün bir tasarım olarak tanımlamaktadır. Sonuç olarak, Türkiye mutfak mobilyası sektörünün, dünya mutfak mobilyası sektörü için trend belirleyici konumdaki Almanya ve İtalya mutfak sektörlerindeki özgün tasarım ve imaj önceliklerinden kısmen de olsa etkilenmekte olduğu görülmekte olup, mutfak sektörü için belirlenen tercihlerdeki öncelik sıralaması neden-sonuç ilişkisi içinde açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler- Türkiye mutfak mobilyası sektörü, ahşap mutfak mobilyası, mutfak mobilyasından beklentiler.

DETERMINATION OF CONSUMER PREFERENCE PRIORITIES IN TURKISH KITCHEN FURNITURE SECTOR

Abstract- In this study, the priorities of consumer preferences on production and project work have been examined in the kitchen furniture sector. In this context, the expectations and preferences of consumers have been evaluated within the framework of research results that have been made on the kitchen furniture manufacturers in Turkey. For this purpose, the priorities of 6 criteria (original design, cleanability and hygiene, image, safety, standardization and other factors) on determined on consumer expectations and their preferences. According to the findings in this framework, the

Bu makale, 4. Uluslararası Mobilya ve Dekorasyon Kongresi'nde sunulmuş ve İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi'nde yayınlanmak üzere seçilmiştir.

priority order has been determined as original design, cleanability and hygiene, image, safety, other factors (price-economy) and standardization. Sector enterprises generally work with order (project) type production. That seems to be effective in this result. Companies define each of the projects they produce as a distinct and original design. As a result, it is seen that the Turkish kitchen furniture sector is partially influenced by the original design and image priorities in the German and Italian kitchens sector, which is a trendsetting position for the global kitchen furniture sector, and the order of priority in preferences for the kitchen sector has been tried to be explained in the cause and effect relationship.

Key Words- Turkish kitchen furniture sector, wooden kitchen furniture, expectations from the kitchen furniture.

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Günümüzde her alanda yaşanan küreselleşmenin etkisiyle hızlı bir şekilde gelişen trendler ve yansımaları mutfak mobilyası üretiminde ve ticaretinde de kendini göstermektedir. Literatür çalışmalarında da görüleceği üzere global trendlerin ve yansımalarının Türkiye mutfak mobilyası sektörüne yönelik etkilerinin malzeme ve boyut tercihleri üzerinde doğrudan etkili olduğu ortaya konulmuştur [1-6].

Bu araştırmada, Tablo 1. de açıkça görüleceği üzere Türkiye mobilya sektörü içindeki alt sektörlerdeki verimlilik ve üretim endeksleri bakımından en önde gelen bir alt sektör konumundaki mutfak mobilyası üretim ve projelendirme çalışmaları üzerindeki tüketici tercihlerinin öncelikleri incelenmiştir. Bu amaçla, sektör işletmelerinin son 5 yıllık (2011-2015) üretim ve projelendirme çalışmalarındaki tercih değişim düzeyleri ile ilgili olarak Türkiye'deki mutfak mobilyası üreticileri üzerinde yapılmış olan araştırma bulguları değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Mobilya imalatı sanayi alt sektörlerinde verimlilik (kişi başına üretim) endeksleri (2005=1000) (ISO, 2015) [4].

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
31	Mobilya İmalatı	92,4	115,8	133,5	136,9	136,1	153,7	134,9	146,3
31.01	Büro ve Mağaza Mobilyaları	94,5	164,3	186,6	153,1	120,1	142,5	130,0	136,3
31.02	Mutfak Mobilyaları	93,6	127,8	219,8	261,2	361,1	484,2	389,9	420,4
31.03	Yatak Odası Mobilyaları	93,8	84,9	75,9	88,6	89,7	87,4	94,7	103,8
31.09	Ev ve Bahçe Mobilyaları	91,3	104,2	113,3	123,0	123,2	135,5	120,1	131,6
C	İmalat Sanayi	104,6	107,7	106,5	104,7	114,3	116,7	113,5	113,6

Bilindiği gibi, sektörel gelişmelerdeki trendlerin yakalanması ve takibinde, sektörlerin sahip olduğu teknolojik ve ekonomik alt yapısıyla birlikte etkileşim içinde bulunduğu kişi, kurum ve kuruluşların tercihleri doğrudan etkili olmaktadır [7]. Bu amaçla, mutfak mobilyasında etkileri en çarpıcı olduğu belirlenen faktörlerden 6 kriterin (özgün tasarım, temizlenebilirlik ve hijyen, imaj, güvenlik, standartlaşma ve diğer faktörler (fiyat-ekonomiklik)) tüketici beklenti ve tercihleri üzerindeki öncelikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada, tüketici tercihlerine ait değerlendirmeler üreticiler üzerinden sorgulanarak elde edilmiş olup, doğrudan tüketiciye yönelik tercih sorgulaması yapılmamıştır. Çünkü mutfak

mobilyası üretiminin tüketici talebine dayanan proje tipi üretimden oluştuğu gerçeğinden hareketle, doğrudan tüketici sorgulaması kapsam dışı bırakılmıştır [1-5].

2. YÖNTEM (METHOD)

Araştırmada, anket çalışması ve literatür araştırmasına dayanan bir yöntem kullanılmıştır. Bu kapsamda, Türkiye'deki mutfak mobilyası sektörünü temsil edecek nitelikte ve sayıda seçilerek belirlenmiş olan mutfak mobilyası üretici firmalarından oluşan (165 adet) bir çerçeve toplum belirlenmiştir. Çerçeve toplumun belirlenmesinde Türkiye'deki 7 coğrafi bölgenin temsili ve çalışmaya katılımın garanti altına alınması esas alınmıştır. Ayrıca, anketlerin yüz yüze görüşme şeklinde uygulanması esas benimsenmiştir. Belirlenen bulgular, dünya mutfak trendleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Değerlendirmelerde esas alınan global yönelimler ve trendler, EuroCucina fuarı çerçevesinde elde edilen 2012 ve 2014 trend raporlarına göre yapılmıştır. Zira, bu fuar sektördeki trendlerin belirlendiği ve dünya mutfak mobilyası sektörüne yön veren marka ve ülkelerin bir araya geldiği bir fuar niteliğindedir [8-10].

Verilerinin istatistiksel olarak değerlendirilmesi aşamasında, önem derecelerinin belirlenmesine yönelik olan bulgularda etki faktörlerinin puanlandırılması suretiyle ağırlıklı ortalamalar yöntemi kullanılmıştır. Diğer bulgulara ait verilerin değerlendirilmesinde ise, aritmetik ortalamaları esas alan grafik yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada planlanan çerçeve toplum değerlendirilmesinde %100 katılım sağlandığı için güvenilirlik ve homojenlik testlerine gerek duyulmamıştır [11].

3. BULGULAR (FINDINGS)

Mutfak mobilyası üretim ve projelendirme çalışmaları üzerindeki tüketici tercihlerinin öncelikleri, sektör işletmelerinin 2011-2015 tarihleri arasındaki 5 yıllık üretim ve projelendirme çalışmalarındaki tercih değişim düzeyleri üzerinden belirlenmiştir.

3.1. Tüketicilerin mutfak mobilyasından beklentileri ve tercihleri (Consumers' expectations and preferences from kitchen furniture)

Araştırmada, tüketicilerin mutfak mobilyasından olan beklentileri; standartlaşma, özgün tasarım, imaj, güvenlik, temizlenebilirlik ve hijyen ile diğer özellikler olarak belirlenmiş olan kriterlere göre önceliklendirilerek Tablo 2'de gösterildiği gibi belirlenmiştir.

Buna göre, mutfak mobilyasından olan beklentilerin başında özgün tasarım beklentisinin geldiği, bunu sırasıyla; hijyen, imaj, güvenlik, diğer faktörler ve standartlaşma beklentisinin izlediği görülmektedir. Bu durum, sektör işletmelerinin genellikle çalıştığı sipariş (proje) tipi üretim yöntemlerini tercih etmesiyle de desteklenmektedir. Zira, işletmeler ürettikleri her projeyi farklı ve özgün bir tasarım olarak tanımlamaktadırlar. Buradan, standartlaşmanın mutfak mobilyasından beklentileri sıralamasında son öncelik olarak görülmesinin de bu durumdan kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 2. Tüketicilerin mutfak mobilyasından olan beklentileri ve istekleri (Expectations and wishes of consumers from kitchen furniture)

Öncelik Puanı	Mutfak mobilyasından olan beklentiler ve istekler											
	Standartlaşma		Özgün Tasarım		İmaj		Güvenlik		Temizlenebilirlik ve Hijyen		Diğer Faktörler	
	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan
6	6	30	69	345	14	70	17	85	24	120	42	210
5	4	16	43	215	36	180	22	110	43	215	3	15
4	13	52	29	116	39	156	22	88	41	164	3	12
3	22	66	14	42	43	129	42	126	22	66	0	0
2	81	162	1	2	16	32	27	54	17	34	2	4
1	39	39	9	9	17	17	35	35	18	18	115	115
Toplam	165	375	165	798	165	598	165	515	165	641	165	398
Ortalama Puan	2,27 (6)		4,83 (1)		3,62 (3)		3,12 (4)		3,88 (2)		2,41 (5)	

3.2. Mutfak mobilyası üretiminde aksesuar tercihleri ve beklentileri (Accessory preferences and expectations in kitchen furniture production)

Mutfak mobilyasında kullanılan aksesuar çeşitlerinin en çoktan en aza doğru kullanım durumlarını belirlemek amacıyla üretimde kullanılan tüm aksesuarlar 6 grupta sınıflandırılmış olup, bu çerçevede elde edilen öncelik sıralamasına ait bulgular Tablo 3’de gösterildiği gibi ortaya çıkmıştır.

Tablo 3. Üretimde en çok kullanılan aksesuar çeşitleri. (The most widely used accessories in production)

Öncelik Puanı	Üretimde Kullanılan Aksesuar Grupları											
	Menteşe		Sürme Kapı ve Kapak Mekanizmaları		Tutamak ve Kulplar		Kalkar Kapak Sistemleri		Çekmece Rayları		Tespit ve Birleştirme Elamanları	
	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan
6	128	768	3	18	7	42	7	42	23	138	9	54
5	18	90	9	45	43	215	26	130	48	240	4	20
4	4	16	10	40	27	108	32	128	52	208	13	52
3	4	12	9	27	27	81	24	72	18	54	12	36
2	0	0	17	34	9	18	21	42	4	8	22	44
1	11	11	117	117	52	52	55	55	20	20	105	105
Toplam	165	897	165	281	165	516	165	469	165	668	165	311
Ortalama Puan	5,43 (1)		1,70 (6)		3,12 (3)		2,84 (4)		4,04 (2)		1,88 (5)	

Buna göre, mutfak mobilyasında en çok kullanılan aksesuar grupları sırası ile; Mentese, çekmece rayları, tutamak ve kulplar, kalkar kapak sistemleri, tespit ve birleştirme elemanları ile sürme kapı ve kapak mekanizmaları şeklinde ortaya çıkmaktadır. Buradan, mutfak mobilyası aksesuarları için en önemli aksesuar grubunun menteşe grubu aksesuarlar olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumun aksesuar sektöründe en geniş ürün yelpazesine sahip menteşe sanayiindeki gelişmişlik düzeyiyle de ilişkili olduğu ortaya çıkmaktadır.

Ayrıca bu kapsamda, işletmelerin aksesuarlardan olan beklentileri de önem sırasına göre Tablo 4’te gösterildiği gibi belirlenmiştir.

Tablo4. Üreticilerin aksesuarlardan olan beklentileri.(Manufacturers' expectations from accessories)

Öncelik Puanı	Üreticilerin Aksesuarlardan Olan Beklentileri											
	Fiyat		Fonksiyonellik		Estetik Özellikler		Kullanım Ömrü ve Garanti Süresi		İthal ve Yerli Olma Durumu		Özgünlük ve İmaj Geliştirme	
	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan	Firma (adet)	Puan
6	54	324	44	264	9	54	50	300	7	42	5	30
5	43	215	49	245	20	100	41	205	6	30	3	15
4	33	132	37	148	34	136	32	128	14	56	7	28
3	15	45	15	45	46	138	29	87	26	78	16	48
2	7	14	10	20	36	72	7	14	37	74	53	106
1	13	13	10	10	20	20	6	6	75	75	81	81
Toplam	165	743	165	732	165	520	165	740	165	355	165	308
Ortalama Puan	4,50 (1)		4,43 (3)		3,15 (4)		4,48 (2)		2,15 (5)		1,86 (6)	

Buna göre, aksesuarlardan olan beklentilerin önem sırası; fiyat, kullanım ömrü ve garanti süresi, fonksiyonellik, estetik özellikler, ithal ve yerli olma durumu, özgünlük ve imaj geliştirme şeklinde belirlenmiştir. Buradan, fiyat uygunluğunun incelenen diğer beklentilerin önüne geçen en önemli kriter olduğu açıkça ortaya çıkmıştır.

3.3. Mutfak mobilyası sektöründeki tüketici şikayetleri (Consumer complaints in kitchen furniture sector)

Mutfak mobilyası sektöründeki tüketici-müşteri şikayetlerinin belirlenmesi amacıyla işletmelere “son 5 yıldaki ürettiğiniz mutfak mobilyası projelerinize göre, ürettiğiniz mobilyalardaki müşteri şikayetlerinin dağılım oranları nasıldır?” Sorusu yöneltilmiş olup, bu çerçevede elde edilen bulgular Tablo 5 gösterildiği gibi belirlenmiştir.

Tablo 5. Mutfak mobilyası sektöründeki tüketici şikayetleri. (Consumer complaints in kitchen furniture sector)

Müşteri Şikayetleri	Şikayet Yok		Az Düzeyde		Orta Düzeyde		Fazla Düzeyde	
	İşletme Sayısı		İşletme Sayısı		İşletme Sayısı		İşletme Sayısı	
	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)
Malzeme Kaynaklı	81	49,1	56	33,9	21	12,7	7	4,2
Aksesuar Kaynaklı	72	43,6	59	35,8	25	15,2	8	4,8
Yüzey İşlemi Kaynaklı	69	41,8	49	29,7	35	21,2	11	6,7
Fonksiyonellik Kaynaklı	104	63,0	42	25,5	17	10,3	3	1,8

Bu sonuçlara göre, işletmeler müşteri veya tüketici şikayetleri olarak genellikle her bir tasnif grubu için ağırlıklı olarak yok veya az düzeyde seçeneğini belirtmiş olmakla birlikte, fazla düzeyde şikayet oranlarına sahip müşteri şikayetlerinin; Yüzey işlemi kaynaklı şikayetler (%6,7), aksesuar kaynaklı şikayetler (%4,8), malzeme kaynaklı şikayetler (%4,2) ve fonksiyonellik ilgili şikayetler (%1,8) şeklinde sıralandığı ortaya çıkmıştır. Bu durumda, mutfak mobilyasında en fazla yüzey işlemi kaynaklı şikayetlerin geldiği sonucu ortaya çıkmış olmakla birlikte, araştırmada fazla düzeyde yüzey işlemi kaynaklı sorunları olduğunu belirten işletmelerin tamamının küçük ölçekli işletmeler olması dikkat çekici bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA (CONCLUSION AND DISCUSSION)

Türkiye mutfak mobilyası sektörüne yönelik tüketici tercih önceliklerinin belirlendiği bu araştırmada, tercihler üzerinde özellikle sipariş tipi üretimle çalışan işletmelerin sektörde ağırlıklı olmasının sonuçlar üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmada Türkiye mutfak mobilyası sektöründeki tüketici veya müşteri tercihlerinin mutfak mobilyasından olan beklenti ve istekleri; standartlaşma, özgün tasarım, imaj, güvenlik, temizlenebilirlik ve hijyen ile diğer faktörler (fiyat-ekonomiklik) olarak belirlenmiş olan 6 ana kriter üzerinden incelenmiştir. Bu kapsamda, elde edilen bulgulara göre tüketici tercihlerinin öncelik sırasının;

- Özgün tasarım,
- Temizlenebilirlik ve hijyen,
- İmaj
- Güvenlik,
- Diğer faktörler (fiyat-ekonomiklik)
- Standartlaşma

şeklinde olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar üzerinde, sektör işletmelerinin genellikle sipariş (proje) tipi üretimle çalışmasının etkili olduğu söylenebilir. Zira, işletmelerin ürettikleri her projeyi farklı ve özgün bir tasarım olarak tanımladıkları görülmektedir. Ayrıca, standartlaşmanın bu sıralamada son öncelik olarak görülmesinin de bu durumdan kaynaklandığı söylenebilir. Bununla birlikte, büyük ölçekli işletmelerin, küçük ve orta ölçekli işletmelere göre standartlaşmaya daha fazla önem verdiği görülmüştür.

Bu alanda, dünya trendlerine yönelik gelişimler değerlendirilecek olursa; örneğin Alman mutfak tasarımlarında, özellikle ergonomi ve dayanıklılık dizayn alternatiflerinin ön plana çıktığı görülürken, İtalyan mutfak tasarımlarında ise akdeniz insanına hitap eden renklerin parlak ve ahşapla kombin edilmiş halleriyle özgün tasarımlar ve imaj olarak ön plana çıktıkları görülmektedir.[8-10]

Mutfak mobilyasında kullanılan aksesuarların sektörün gelişiminde oldukça önemli olduğu bilinmekte olup, bu amaçla çok fazla çeşit ve tipte aksesuarlar kullanılmaktadır. Ayrıca, aksesuarların sektörde rekabet unsuru oluşturduğu görülmektedir. Zira, sektörde sadece aksesuar değişikliği yapılan bir mutfak modeli yeni bir tasarım olarak pazara sürülebilmektedir. Aksesuarlar, bu araştırmada 6 grupta sınıflandırılarak, işletmelerce her bir grubun mutfak mobilyasındaki kullanım durumu ve önemi belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, elde edilen sonuçlara göre; mutfak mobilyası için en önemli aksesuar grubunun menteşe grubu aksesuarları olduğu ortaya çıkmıştır. Bunu önem sırasına göre; çekmece rayları, tutamak ve kulplar, kalker kapak sistemleri, tespit ve birleştirme elemanları ile sürme kapı ve kapak mekanizmalarının takip ettiği görülmektedir.

Bununla birlikte, mutfak mobilyası sektörünün aksesuarlardan olan beklentisine yönelik elde edilen bulgular (Tablo 3) incelenecek olursa; başta fiyat uygunluğunun en önde gelen beklenti olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla, kullanım ömrü ve garanti süresi, fonksiyonellik, estetik özellikler, ithal ve yerli olma durumu ile özgünlük ve imaj geliştirme beklentilerinin izlediği görülmektedir.

Türkiye mutfak mobilyası sektöründeki müşteri şikayetlerinin belirlenmesine yönelik elde edilen sonuçlar incelendiğinde; işletmelerin müşteri veya tüketici şikayetleri olarak tasnif edilmiş şikayetlerin işletmeler tarafından genellikle her bir tasnif grubu için ağırlıklı olarak yok veya az düzeyde şikayet var şeklinde belirtilmiş olmakla birlikte, fazla düzeyde şikayet oranlarına sahip müşteri şikayetlerinin;

- Yüzey işlemleri kaynaklı şikayetler (%6,7),
- Aksesuar kaynaklı şikayetler (%4,8),
- Malzeme kaynaklı şikayetler (%4,2)
- Fonksiyonellik ile ilgili şikayetler (%1,8)

şeklinde sıralandığı ortaya çıkmıştır. Bu durumda, mutfak mobilyasında en fazla yüzey işlemleri kaynaklı şikayetlerin geldiği sonucu ortaya çıkmıştır. Ancak, araştırmada fazla düzeyde yüzey işlemleri kaynaklı şikayetler olduğunu belirten işletmelerin tamamının küçük ölçekli işletmeler olması dikkat çekici bir sonuç olarak ortaya çıkmıştır. Bunun da küçük ölçekli işletmelerin hemen hemen tamamının endüstriyel tipte yüzey işlemleri ve cila hatlarına sahip olmayıp, manuel olarak uygulanan hatlar ile çalışılmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Teşekkür (Acknowledgement)

Bu çalışma, İ.Ü.Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü ve BLUM TR Mobilya Aksesuarları San. Ve Tic. Ltd. Şti. işbirliği ile gerçekleştirilmiş olan araştırma sonuçlarından yararlanılarak hazırlanmıştır

5. KAYNAKLAR (REFERENCES)

- [1]. Uçar E., Dilik T., Kurtoğlu A., (2017). Global Trendlerin Türkiye Mutfak Mobilyası Sektöründeki Yansımalarına Yönelik Bir Araştırma", *Mobilya ve Dekorasyon Dergisi*, Ocak-Şubat 2017, 138:40-52., İstanbul.
- [2]. Dilik, T. and Uçar, E., (2017). A research on the preferences of material and size in the Turkish kitchen furniture industry. *Journal of the Faculty of Forestry Istanbul University* 67(2): 116-122.
DOI: 10.17099/jffiu.292737. <http://dx.doi.org/10.17099/jffiu.292737>
- [3]. Kurtoğlu, A. and Dilik, T., (2016). *Mobilya Endüstrisi Ders Notu* (Basılmamıştır), İ.Ü. Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, Bahçeköy/İstanbul.
- [4]. İSO, (2015). *Sektör Stratejileri Projesi – Mobilya İmalat Sanayi*, ISBN, 978-605-137-432-1, İstanbul Sanayi Odası, İstanbul.
- [5]. Uçar, E., (2016). *Mutfak mobilyası alanındaki global yönelimlerin Türkiye mutfak sektöründeki yansımaları, Yüksek Lisans Tezi*, İ.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- [6]. Kurtoğlu, A. and Dilik, T., (2016). *Mobilya ve Ahşap Konstrüksiyonları Ders Notu* (Basılmamıştır), İ.Ü. Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, Bahçeköy/İstanbul.
- [7]. Gijs van W., (2013). *The Innovation Expedition*, BIS Publishers, Amsterdam. ISBN:978-605-4789-07-8, TIM, December 2014, İstanbul.
- [8]. Blum TR, (2015a) and (2015b). *Trend Raporu*, İtalya 2014 Eurocucina Fuarı, İstanbul.
- [9]. Hafele, TR, (2015a) and (2015b). *Trend Raporu*, İtalya 2014 Eurocucina Fuarı, İstanbul
- [10]. Kesseböhmer GmbH, (2015). *Trend Raporu 2014/2015*, <http://www.kesseboehmer.com/news/news/article/eurocucina-trend-report-20142015-1/> (Ziyaret Tarihi:1 Şubat 2016).
- [11] Kalıpsız, A., (1988). *İstatistik Yöntemler*, İ.Ü. Orman Fakültesi Yayın No: 394, Rektörlük No: 3522, Doyuran Matbaası, İstanbul.