

Türkiye Mobilya Endüstrisinin Sorunları ve Çözüm Önerileri

Selçuk DEMİRCİ
E. Ü. Ege Meslek Yüksekokulu Mobilya ve Dekorasyon Programı
35100 Bornova, İZMİR

ÖZET

Bu çalışmada, Türkiye mobilya endüstrisinin sorunlarının tespiti ile bu sorunlara çözümler önerilmiştir. Bu amaçla 45 sorudan oluşan bir anket hazırlanarak, Türkiye genelinde 33 büyük, 39 orta ve 536 küçük olmak üzere toplam 608 işletmede yüz yüze görüşme yapılmıştır. Çalışmalar sonucunda mobilya endüstrisinin en önemli sorununun eğitimli eleman yetersizliği olduğu tespit edilmiştir. Bunu sırasıyla hammadde, teknoloji, ve enerji yetersizliği sorunları izlemiştir. Ayrıca, özgün tasarım eksikliği bir başka sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak, eğitimli eleman yetersizliği sorununun meslek odaları ve üniversiteler işbirliği ile çözülebileceği, küçük ve orta boy işletmelere sağlanan desteklerin basitleştirilerek yaygınlaştırılmasının gerekliliği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimer: Orman Ürünleri, Mobilya, Mobilya Endüstrisi, Üretim

The Problems of Furniture Industry in Turkey and Suggestions for Solutions

ABSTRACT

In this study, the problems of the Turkish furniture industry are determined and some solutions to these problems are suggested. The study has been conducted through questionnaire with 45 questions used in face to face interviews in 608 firms in Turkey. 33 of these firms are big size, 39 of them are medium size and 536 of them are small size. As a result, it was determined that the most important problem of the furniture industry is the inadequacy qualified labour. The insufficiency of raw material, technology and energy are also secondary problems. Besides these problems, use of duplicate designs and concepts in furniture also appears as a problem. As a result, it is emphasized that the problems about inadequacy of qualified labour can be solved by the leadership of some related state institutions and by the cooperation between the universities and professional associations (chamber of professions) and especially the various supports provided for small-medium size firms must become widespread and simple.

Key words: Forest Products, Furniture, Furniture Industry, Production

1. GİRİŞ

Türkiye’de son yıllarda hızlı nüfus artışı, kentleşme ve refah seviyesinin artmasıyla konut-mekan ihtiyacı da hızla artmıştır. Konut ihtiyacına paralel olarak mobilyaya talepte artmıştır. Türkiye’de mobilya, atölye tipi (küçük) ve fabrikasyon çalışan (orta ve büyük) işletmeler tarafından üretilmekte olup, talebin büyük çoğunluğu emek yoğun çalışan küçük işletmeler tarafından karşılanmaktadır. Bunun yanında, fabrikasyon üretim yapan işletmelerin sayısında da önemli artış olmuştur. 1970’de endüstride çoğu küçük ve teknolojileri eski 600 dolayında işletmeden sadece 2 tanesi o günün şartlarına göre büyük işletme olarak kabul edilirken (1) bugün 50’nin üzerinde işçi çalıştıran işletme sayısı 100’ün üzerindedir (2). Günümüzde mobilya endüstrisinde kayıtlı olarak faaliyet gösteren işletme sayısı 63 691 olup, bunların nüfusun ve talebin yüksek olduğu illerde yoğunlaştığı belirtilmektedir. Bu işletmelerin %25’i Ankara, %11’i İstanbul, %7’si İzmir, %6’sı Bursa, %4’ü Adana, %3’ü Kayseri, %44’ü ise diğer illerde toplanmıştır (2)

1.1. Türkiye’de Mobilya Endüstrisi

1.1.1. Mobilya Endüstrisinin Orman Ürünleri Sektörü İçindeki Yeri

Orman ürünleri sektörü, ormandan elde edilen birincil ve ikincil ham ürünlerin özellikle odunun çeşitli alet ve makinelerle işlenerek son kullanım için uygun hale getirilmesini sağlayan işletmelerin oluşturduğu bir sanayi dalıdır. Bu sanayi hammadde odunun işlenmesindeki amaca ve uygulanan teknolojilere göre değişmekle birlikte son zamanlarda üzerinde en çok birleşilen şekliyle iki ana grupta toplanmıştır. Bunlardan ilki; birincil imalat sanayi ana grubu denilen kereste ve ambalaj malzemelerinin üretimini oluşturan bıçkı sanayi, kaplama, kontrplak, kotrtabla, liflevha, yongalevha vb.’yi oluşturan levha sanayi ile kağıt hamuru ve kağıt sanayidir. Birinci grupta odunu doğrudan hammadde olarak kullanan sanayi işletmeleri yer alır. İkinci grupta ise; birinci grupta üretilen ürünleri işleyen ahşap parke, doğrama, prefabrik inşaat elemanları, kalem, kibrit, oyuncak, silah dipçığı, müzik aletleri, el aletleri, ayakkabı

topuğu gibi işletmeler ile bu çalışmanın temelini oluşturmuş mobilite işletmeleri bulunmaktadır (3).

1. 1. 2. Mobilya Endüstrisinin Gelişimi

Mobilya endüstrisinin Türkiye'deki gelişimi 19. yüzyılda orman ürünleri sanayisine yapılan yatırımlarla başlamıştır. Türkiye mobilya endüstrisi ağırlıklı olarak geleneksel yöntemlerle çalışan küçük ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. Nüfus artışı, köyden kente göç ve hızlı kentleşme süreci ile sosyo-ekonomik ve kültürel gelişim mobilya talebini sürekli artırmıştır. Bu durum, 1970'li yıllarda orta ve büyük ölçekli işletmelerin endüstriye girmesi ve sayılarının sürekli artmasına neden olmuştur.

Orta ve büyük ölçekli işletmelerin faaliyete geçmesiyle, küçük ölçekli işletmelerin bu işletmelerle rekabet edemeyeceği ve yatay birleşmelerle ekonomik faaliyetlerine son vereceği düşünülmüş ise de gelişmeler bu yönde olmamıştır. Küçük işletmelerin siparişe göre çalışabilme yetenekleri üretim esneklikleri ve fabrikasyon üretimde ürün maliyetlerinin yüksek oluşu gibi nedenlerle küçük işletmelerin sayısı sürekli artmıştır. Günümüzde atölye tipi küçük ve orta ölçekli mobilya işletmeleri toplam mobilya üretiminde %80 oranında bir ağırlığa sahiptir. Endüstri yetkililerine göre küçük ve orta ölçekli işletmelerin ağırlığının birkaç yıl öncesine kadar %90 olduğu, %10'luk daralmaya geniş ürün yelpazesine sahip büyük ölçekli işletmelerin, rekabet ortamında öne geçebilmek için, yaptıkları kapasite artırımını neden olmuştur.

Son yıllarda özellikle, koltuk kanepeler, çek-yat gibi ürünler tüketici tarafından büyük ilgi görmüştür. Misafir ağırlamada kolaylık sağlayan, gündüz koltuk gece yatak olarak kullanılabilen çek-yat benzeri çok fonksiyonlu mobilyalara olan talep artmıştır. Konut kullanım alanlarının küçülmesi de dikkate alındığında bu ürünlerin pazardaki payı genişlemektedir. Özellikle Kayseri ilinde oturma grupları üretimi için büyük yatırımlar yapılmıştır.

Mobilya endüstrisinde yaşanan diğer bir gelişme, marketleşmenin yaygınlaşması olmuştur. Mobilya üretimi yapan firmaların ürünlerini "showroom" adı verilen mağazalarda ve hipermarketlerin mobilya reyonlarında tüketicinin beğenisine sunmaktadır. Yakın geçmişe kadar atölyeye giderek tarif üzerine ürün siparişi verirken, günümüzde değişik türde mobilya, yatak, halı ve çeşitli ev tekstilinin bir arada bulunduğu mağazalarda alışveriş yapma alışkanlığı yaygınlaşmıştır.

1 Ocak 1996 tarihinde gümrük birliğine girilmeden önce mobilya yüksek düzeyde korunan bir ürün konumunda iken, günümüzde bir çok yabancı firma mobilya endüstrisine girmiş ve temsilcilikler açmıştır.

Mobilya üretimi, bir çok hammadde ve yarı mamul kullanımını gerektirir. Bunlar içerisinde kereste, ahşap levhalar ve kaplama gibi ana girdiler dışında, tutkal, vernik, bağlantı gereçleri ve aksesuar elemanları da yer almaktadır. Buna paralel olarak mobilya üretimi birçok

yan sanayi koluyla birlikte faaliyet göstermektedir. Günümüzde işletme temsilcilerinin yurt dışındaki fuarlardan edindikleri bilgiler, ithal mobilyalardan etkileşimler ve ihracat denemelerinden elde edilen eleştirel bilgiler yan sanayi ürünlerinde gözle görülür bir iyileşmeye sebep olmuş, ancak arzu edilen düzeye gelinebilmiştir (4).

Ağaç işleri makinelerinde miktar ve kalite olarak artışlar olmasına rağmen, teknolojiye hızlı gelişme bu sanayi kolunda hızlı adaptasyonu sağlamada engel oluşturmuştur. Mobilya endüstrisi hassas işleme kabiliyeti olan bilgisayar kontrollü makine kullanımının yaygınlaşmasına ihtiyaç duymaktadır.

2. MATERYAL VE METOD

Bu çalışmanın ilk aşamasında ülkemiz mobilya endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler tespit edilmiştir. Bu amaçla, Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Türkiye Ağaç İşleri Federasyonu (TAİF) ile Mobilyacılar-Marangozlar Odalarına kayıtlı olanların bilgileri derlenmiş, kayıtlı olmayanların ise adresleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Üretimde karşılaşılan sorunlara ilişkin bilgiler, işletmelerden doğrudan elde edilen bilgilerdir.

2.1. Araştırma Kapsamı

Araştırma, ülkemizde üretim faaliyetinde bulunan tüm mobilya işletmelerini kapsamaktadır. Ancak, küçük ve orta boy işletmelerin (KOBİ) kurumsallaşma sorunları nedeniyle sayıları tam olarak bilinmemektedir. Çalışmada örnek çapı belirlenirken bu husus dikkate alınmıştır.

İşletme büyüklüklerine yönelik olarak yapılan sınıflandırmada çalışan sayısı dikkate alınarak, büyük, orta ve küçük işletmeler gibi bir sınıflandırmaya gidilmiştir.

İstihdam bilgilerine göre yapılan sınıflandırmalarda DİE'nin işletmeler için yaptığı tanım dikkate alınmıştır (Tablo 1). Ancak, bu sınıflandırmalar değişik kaynaklarda farklı sayılarla sınıflandırılmaktadır.

Tablo 1. Çalışan sayısına göre işletme büyüklüğü (5)

| İşçi Sayısı | İşletme Büyüklüğü |
|-------------|------------------------------|
| 1-9 | Çok küçük ölçekli işletmeler |
| 10-49 | Küçük ölçekli İşletmeler |
| 50-99 | Orta ölçekli İşletmeler |
| 100 - üzeri | Büyük ölçekli İşletmelerdir |

2.2. Araştırma Yöntemi

Araştırma için gerekli bilgileri toplamada devlet kuruluşları ve endüstriyle ilgili organizasyonların (DİE, DPT, HDTM, OAİB, TAİF, TOBB, Mobilyacı-marangozlar odaları) çalışanları ile yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Anketler işletmelerin sahip ve yöneticileri ile tasarım, üretim ve pazarlama bölümü yetkililerine yönelik olarak hazırlanmıştır. Araştırma kapsamının büyüklüğü sebebiyle araştırmada örnekleme grubu oluşturulmuştur. Literatürde örnekleme çapının (Yığın-dan belirli kurallar dahilinde çekilen ve yığını temsil

etme yeteneğine sahip kitle) (n) 30 olması örnekleme bölümümüzün normalliği için yeterli sayılmaktadır. Bu nedenle mevcut imkanlar değerlendirilerek örnek çapı mümkün olduğunca 30'un üzerine çıkartılmıştır (n>30). Böylece elde edilecek sonuçların daha sağlıklı olması sağlanmaya çalışılmıştır (6).

Anket uygulamasında örnek çapı (n);

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{D^2}$$

$$N \times D^2 + Z^2 \times P \times Q \quad (2.1)$$

eşitliğinden hesaplanmıştır (1).

Z= Güven Katsayısı (%95' lik güven için 1.96 alınmaktadır)

N= Ana kütle büyüklüğü

P=Ölçmek istediğimiz özelliğin ana kütlede bulunma olasılığı (%95 alınmıştır)

$$Q=1-P$$

D=Kabul edilen örnekleme hatası (%5)

Katılımın yüksek olması amacı ile anketler karşılıklı görüşmeler şeklinde yapılmıştır. Anketler, ulaşılamayan yada uzak illerde olan işletmelere posta veya fax aracılığı ile gönderilmiştir. Ankete, 536 küçük, 39 orta, 33 büyük ölçekli olmak üzere toplam 608 işletme katılmıştır.

Anketlerin değerlendirilmesi; aritmetik ortalamalar ve yüzde frekans dağılımlarına göre yapılmıştır.

Tablo 3. Önem derecesine göre mobilya endüstrisinin sorunları

| Sorunlar | Önemlilik Derecesi | İşletme Büyüklüğü | | | | | | Toplam (N) | Ağırlıklı Ortalama | Toplam Yüzde % | Sorunların Önem Derecesi |
|--------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|----------|--------------------|-----------|--------------------|------------|--------------------|----------------|--------------------------|
| | | Küçük (N) | Ağırlıklı Ortalama | Orta (N) | Ağırlıklı Ortalama | Büyük (N) | Ağırlıklı Ortalama | | | | |
| Eğitimli Eleman İhtiyacı | 1 | 300 | 1200 | 22 | 88 | 17 | 68 | 339 | 1356 | 36 | (1) |
| | 2 | 156 | 468 | 12 | 36 | 8 | 24 | 176 | 528 | | |
| | 3 | 54 | 108 | 1 | 2 | 8 | 16 | 63 | 126 | | |
| | 4 | 6 | 6 | - | - | - | - | 6 | 6 | | |
| Toplam | | 516 | 1782 | 35 | 128 | 33 | 108 | 584 | 2016 | | |
| Teknolojik Yetersizlik | 1 | 45 | 180 | 3 | 12 | 3 | 12 | 51 | 204 | 19,8 | (3) |
| | 2 | 117 | 351 | 8 | 24 | 2 | 6 | 127 | 381 | | |
| | 3 | 162 | 324 | 10 | 20 | 8 | 16 | 180 | 360 | | |
| | 4 | 162 | 162 | 1 | 1 | 2 | 2 | 165 | 165 | | |
| Toplam | | 486 | 1017 | 22 | 57 | 15 | 36 | 523 | 1110 | | |
| Hammadde Özellikleri | 1 | 187 | 748 | 12 | 48 | 8 | 32 | 207 | 828 | 30,6 | (2) |
| | 2 | 181 | 543 | 15 | 45 | 17 | 51 | 213 | 639 | | |
| | 3 | 93 | 186 | 7 | 14 | 3 | 6 | 103 | 206 | | |
| | 4 | 17 | 34 | 1 | 1 | - | - | 18 | 18 | | |
| Toplam | | 478 | 1511 | 35 | 112 | 28 | 89 | 541 | 1712 | | |
| Enerji Maliyeti | 1 | 6 | 24 | 1 | 4 | 5 | 20 | 12 | 48 | 13,6 | (4) |
| | 2 | 42 | 126 | 1 | 3 | 3 | 9 | 46 | 138 | | |
| | 3 | 154 | 308 | 12 | 24 | 9 | 18 | 175 | 350 | | |
| | 4 | 199 | 199 | 17 | 17 | 10 | 10 | 226 | 226 | | |
| Toplam | | 401 | 657 | 31 | 51 | 27 | 54 | 459 | 762 | | |

Ancak birden çok seçeneğin önem derecesine göre cevaplandırılması istenen sorularda ağırlıklandırmaya başvurulmuştur. Örneğin üç önem derecesi (1,2,3) sıralamasına yer verilmişse değerlendirme de; birinci dereceden önem derecesi 3, ikinci dereceden önem derecesi 2, üçüncü önem derecesi ise 1 katsayısı ile çarpılarak ağırlıklandırılmıştır

3. BULGULAR

3.1. Mobilya Endüstrisinin Sorunları

3.1.1. Üretim

Türkiye mobilya endüstrisinin üretim sorunları ve bunların önem dereceleri işletme büyüklüklerine göre Tablo 2 ve 3'de verilmiştir.

Tablo 2. Üretimde karşılaşılan sorunlar

| Sorunlar | Ankete | | | | Toplam |
|--------------------------|---------|------|------------|------|--------|
| | Katılan | | Katılmayan | | |
| | N | % | N | % | |
| Eğitimli eleman ihtiyacı | 584 | 96,1 | 24 | 3,9 | 608 |
| Teknolojik yetersizlik | 523 | 86,0 | 85 | 14,0 | 608 |
| Hammadde temini | 541 | 89,0 | 67 | 11,0 | 608 |
| Enerji maliyeti | 459 | 75,5 | 149 | 24,5 | 608 |

Ankete katılan 584 işletmeden alınan cevaplara göre mobilya endüstrisinin sorunları arasında eğitimli eleman ihtiyacı birinci (%96,1), hammadde ikinci (%89) sırada yer alırken, bunları teknolojik yetersizlik (%86) ve enerji (%75,5) sorunları takip etmektedir. 24 işletmeden ise cevap alınamamıştır.

Eğitilmiş eleman ihtiyacı tüm işletmelerde birinci, teknolojik yetersizlik üçüncü, enerji maliyeti dördüncü sırada iken, hammadde küçük işletmelerde birinci, orta

3. 1. 1. Eğitilmiş Eleman İhtiyacı

Eğitilmiş eleman ihtiyacı önemli bir sorun olarak belirlenmiş olup, ankete katılan 608 işletmenin %89,8'i

Tablo 4. Eğitilmiş eleman ihtiyacı duyulan birimler ve eleman çeşidi

| Birimler | Ankete | | | | Toplam |
|-----------------|---------|------|------------|------|--------|
| | Katılan | | Katılmayan | | |
| | N | % | N | % | |
| Üretim | 546 | 89,8 | 62 | 10,2 | 608 |
| Tasarım | 124 | 20,4 | 484 | 79,6 | 608 |
| Kalite kontrol | 49 | 8,1 | 559 | 91,9 | 608 |
| Ar.Ge | 44 | 7,2 | 564 | 92,8 | 608 |
| Eleman türü | Ankete | | | | Toplam |
| | Katılan | | Katılmayan | | |
| | N | % | N | % | |
| Kalifiye eleman | 584 | 96,2 | 23 | 3,8 | 608 |
| Tekniker | 134 | 22,1 | 473 | 77,9 | 608 |
| Mühendis | 125 | 20,6 | 482 | 79,4 | 608 |

Tablo 5. Eleman ihtiyacı duyulan birimlerin önemlilik dereceleri

| Eleman ihtiyacı duyulan birimler | Önemlilik Derecesi | İşletme Büyüklüğü | | | | | | Toplam (N) | Ağırlıklı Ortalama | Toplam Yüzde % | Sonuç Önem Derecesi |
|----------------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|----------|--------------------|-----------|--------------------|------------|--------------------|----------------|---------------------|
| | | Küçük (N) | Ağırlıklı Ortalama | Orta (N) | Ağırlıklı Ortalama | Büyük (N) | Ağırlıklı Ortalama | | | | |
| Üretim | 1 | 493 | 1972 | 24 | 96 | 22 | 88 | 539 | 2140 | 75,9 | (1) |
| | 2 | - | - | - | - | 4 | 9 | 4 | 9 | | |
| | 3 | - | - | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 6 | | |
| | 4 | - | - | - | - | - | - | - | - | | |
| Toplam | | 493 | 1968 | 25 | 94 | 28 | 93 | 546 | 2155 | | |
| Tasarım | 1 | 37 | 148 | 7 | 28 | 7 | 28 | 51 | 204 | 14,7 | (2) |
| | 2 | 55 | 165 | 9 | 27 | 5 | 15 | 69 | 207 | | |
| | 3 | 3 | 6 | - | - | - | - | 3 | 6 | | |
| | 4 | - | - | - | - | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| Toplam | | 95 | 323 | 16 | 51 | 13 | 44 | 124 | 418 | | |
| Kalite Kontrol | 1 | 9 | 36 | 2 | 8 | 4 | 16 | 15 | 60 | 5 | (3) |
| | 2 | 11 | 33 | 5 | 15 | 2 | 6 | 18 | 54 | | |
| | 3 | 8 | 16 | 3 | 6 | 2 | 4 | 13 | 26 | | |
| | 4 | - | - | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | | |
| Toplam | | 28 | 85 | 11 | 30 | 10 | 28 | 49 | 143 | | |
| Ar-Ge | 1 | 6 | 24 | 7 | 32 | 4 | 8 | 17 | 64 | 4,3 | (4) |
| | 2 | 3 | 9 | 5 | 15 | 6 | 18 | 14 | 42 | | |
| | 3 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 6 | 6 | 12 | | |
| | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | - | - | 7 | 7 | | |
| Toplam | | 15 | 43 | 16 | 50 | 10 | 29 | 44 | 122 | | |

ve büyük işletmelerde ikinci sırada yer almıştır. Başka bir ifadeyle, üretimde karşılaşılan sorunlardan, eğitilmiş eleman temini, teknolojik yetersizlik ve enerji sorununun önem derecesi üç tip işletmede de aynıdır. Sadece hammadde sorunu önem derecesi küçük işletmeler için birinci sırada iken orta ve büyük boy işletmelerde ikinci sırada yer almaktadır.

üretimde, %20,4'ü tasarımda, %8,1'i kalite kontrolde, %7,2'si ise Ar-Ge bölümünde eğitilmiş elemana ihtiyaç duymaktadır. İhtiyaç duyulan eğitilmiş eleman çeşidi sırasıyla, kalifiye %96,2, tekniker %22,1 ve mühendis %20,6 şeklindedir.

Eleman ihtiyacı olan birimler ve eleman çeşidi Tablo 4 ve 5'de, bunların işletme büyüklüğüne göre önem dereceleri Tablo 6'da verilmiştir

Hammadde yaşanan en önemli sorunlar yüksek maliyet ve kaliteli hammadde teminidir. Kalitesiz hammadde üretimin en önemli sebebi işletmelerin maliyeti

Tablo 6. İşletme büyüklüğüne göre eleman sorununun önemlilik derecesi

| Eleman Türü | Önemlilik Derecesi | İşletme Büyüklüğü | | | | | | Toplam (N) | Ağırlıklı Ortalama | Toplam Yüzde % | Sonuç Önem Derecesi |
|-----------------|--------------------|-------------------|------|----------|------|-----------|------|------------|--------------------|----------------|---------------------|
| | | Küçük (N) | % | Orta (N) | % | Büyük (N) | % | | | | |
| Kalifiye Eleman | 1 | 499 | 86,7 | 31 | 64,2 | 27 | 59,9 | 557 | 2228 | 83,1 | (1) |
| | 2 | 13 | | 4 | | 1 | | 18 | 54 | | |
| | 3 | 3 | | 1 | | 5 | | 9 | 18 | | |
| | 4 | 1 | | - | | - | | 1 | 1 | | |
| Toplam | | 516 | | 36 | | 33 | | 585 | 1713 | | |
| Tekniker | 1 | 9 | 6,8 | 3 | 18,1 | 1 | 22,3 | 13 | 39 | 8,7 | (2) |
| | 2 | 52 | | 12 | | 19 | | 82 | 164 | | |
| | 3 | 29 | | 6 | | 4 | | 39 | 39 | | |
| | Toplam | | | 90 | | | | 21 | | | |
| Mimar Mühendis | 1 | 14 | 6,5 | 3 | 17,7 | 5 | 17,8 | 22 | 66 | 8,2 | (3) |
| | 2 | 42 | | 10 | | 6 | | 58 | 116 | | |
| | 3 | 28 | | 9 | | 9 | | 45 | 46 | | |
| | Toplam | | | 84 | | | | 22 | | | |

3. 1. 1. 2. Hammadde Temini

Ankete katılan 313 işletme yüksek maliyetten şikayet ederken, 105 işletme yüksek maliyetin yanında hammadde kalitesinin yetersizliğini, 57 işletme ise kaliteli hammadde teminindeki güçlüğü dile getirmiştir.

İşletmelerin hammadde sorunları ve bunları etkileyen faktörler Tablo 7 ve 8'de verilmiştir.

Tablo 7. İşletme büyüklüğüne göre sorunlu hammaddeler

| Ölçek | Hammadde | | | |
|---------------|----------|-----------------|-----------------|---------------------|
| | Kereste | Yonga-Lif levha | Suntalam-MDFlam | Kaplama / Kontrplak |
| Küçük işletme | 282 | 289 | 289 | 118 |
| Orta işletme | 19 | 24 | 24 | 3 |
| Büyük işletme | 9 | 16 | 22 | 7 |
| Toplam | 310 | 329 | 335 | 128 |
| Önem derecesi | (3) | (2) | (1) | (4) |

İşletmeler en çok melamin kaplanmış yonga ve lif levhada sorun yaşamakta olup, onu yonga-lif levha, kereste ve kaplama-kontrplak takip etmektedir.

Tablo 8. İşletme büyüklüğüne göre hammadde sorununda etken olan faktörler

| Hammadde Sorunu | Ölçek | | |
|--|---------------|--------------|---------------|
| | Küçük işletme | Orta işletme | Büyük işletme |
| Kaliteli hammadde temininde güçlük | 57 | 5 | 4 |
| Yüksek maliyet | 313 | 11 | 8 |
| Standart hatası | 8 | 4 | 4 |
| Kaliteli hammadde temininde güçlük - Yüksek maliyet | 105 | 9 | 11 |
| Kaliteli hammadde temininde güçlük - Standart hatası | 8 | 2 | 4 |
| Yüksek maliyet - Standart hatası | 26 | 5 | 1 |
| Toplam | 517 | 36 | 32 |

düşürmek için standartlara uygun üretim yapmamlarından kaynaklanmaktadır.

3. 1. 1. 3. Teknolojik Yetersizlik

Ankete katılan işletmelerden 68'i (%11,4) yeni teknolojileri kullanırken, 531'i (%88,6) eski teknoloji kullanmaktadır. Teknoloji kullanımı işletme büyüklüğüne göre değişim göstermektedir. Küçük işletmelerde yeni teknoloji kullanım oranı %3,5 iken orta ve büyük ölçekli işletmelerde bu oran sırasıyla %59 ve 78,6'dır. İşletme büyüklüğü arttıkça yeni teknoloji kullanımı artmaktadır (Tablo 9). Bu işletmelerden küçük olanların %30'u teknoloji gelişimini takip etmezken, %70'i katalog, dergi ve ulusal fuarlardan gelişmeleri takip etmektedir. Orta ve büyük işletmelerde ise bunların dışında internet ve uluslararası fuarlardan yararlanılmaktadır. İşletmelerin teknoloji takip etme yöntemleri Tablo 10'da, işletme büyüklüklerine göre teknoloji kullanmama nedenleri Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 9. İşletme büyüklüğüne göre ileri teknoloji kullanım oranı

| Ölçek | İleri Teknolojiyi Kullanma Oranı | | | | Toplam |
|---------------|----------------------------------|------|---------------|------|--------|
| | Kullanıyorum | | Kullanmıyorum | | |
| | Sayı | % | Sayı | % | |
| Küçük işletme | 18 | 3,5 | 509 | 96,5 | 527 |
| Orta işletme | 23 | 59 | 16 | 41 | 39 |
| Büyük işletme | 27 | 78,6 | 6 | 21,4 | 33 |
| Toplam | 68 | 53* | 531 | 47* | 600 |

* : Üç işletmenin ortalaması

Emek yoğun çalışan küçük işletmelerin %3,5'i ileri teknolojiyi kullanırken %96,5'i genel maksatlı tezgahlarla üretim yapmaktadır. Orta ölçekli işletmelerde bu oran %59'a, %41, büyük ölçekli işletmelerde ise %78,6'ya, %21,4'tür. Küçük işletmelerin finansman sorunları ve atölyelerinin fiziki yetersizliği ileri teknoloji ürünü olan özel maksatlı tezgahların teminini güçleştirdiğinden ileri teknoloji kullanım oranı düşüktür. Orta ve büyük ölçekli işletmeler finans yönünden daha iyi durumda olduklarından, ileri teknolojiyi temin etmeleri ve kullanmaları daha kolay olmaktadır.

Tablo 10. İşletme büyüklüğüne göre ileri teknolojiyi takip etme yöntemi

| Ölçek | Takip Etme Yöntemi | | | |
|---------------|--------------------|------|----------|-----------|
| | Katalog / Dergi | Fuar | İnternet | Etmiyorum |
| Küçük işletme | 253 | 255 | 2 | 150 |
| Orta işletme | 29 | 36 | 10 | 1 |
| Büyük işletme | 30 | 29 | 19 | 2 |
| Toplam | 312 | 320 | 31 | 155 |

İşletmeler teknolojik gelişmeleri katalog, dergi, fuarlar ve internet üzerinden takip etmekte olup, bunların içinde en önemlisi yurt içi ve yurt dışında düzenlenen fuarlardır.

Tablo 11. İşletme büyüklüğüne göre teknoloji kullanamama nedeni

| Ölçek | İleri Teknolojiyi Kullanamama Nedeni | | | | Toplam |
|---------------|--------------------------------------|--------------------|------------------------|-------------------------------|--------|
| | Maliy. Yüksek | Operatör Eksikliği | Atölyenin Yetersizliği | Maliyet + Atölye Yetersizliği | |
| Küçük işletme | 407 | 4 | 13 | 87 | 511 |
| Orta işletme | 12 | 1 | - | 3 | 16 |
| Büyük işletme | 6 | - | - | - | 6 |
| Toplam | 425 | 5 | 13 | 90 | 533 |

İşletmelerin ileri teknolojiyi kullanamama nedenlerinin başında, yüksek maliyet gelmektedir. Özellikle emek yoğun çalışan küçük işletmeler esnek üretimler yaptıkları için yüksek maliyetli tezgahlar yerine, daha ucuz olan genel amaçlı makineleri tercih etmektedirler. Orta ve büyük işletmelerde ise bu durum tam tersidir. Çünkü bu tip işletmeler çok miktarda seri üretim yapmaktadırlar.

3. 1. 1. 4. Enerji Maliyeti

Ankete katılan işletmelerin 455'i enerji maliyetinin yüksek olduğunu, 41'i ise maliyetin yüksek ve enerjinin yetersiz olduğunu, 19'u güç bedelinin maliyeti arttırdığını, 15'i ise enerjinin yetersiz olduğunu belirtmişlerdir (Tablo 12).

Tablo 12. İşletme büyüklüğüne göre enerji sorununda etken olan faktörler

| Ölçek | Enerji sorunu | | | | Toplam |
|---------------|----------------|-----------------|---------------------------|------------|--------|
| | Yüksek Maliyet | Enerji Yetersiz | Maliyet + Enerji Yetersiz | Güç Bedeli | |
| Küçük işletme | 411 | 11 | 25 | 18 | 465 |
| Orta işletme | 24 | 2 | 8 | 1 | 35 |
| Büyük işletme | 20 | 2 | 8 | - | 30 |
| Toplam | 455 | 15 | 41 | 19 | 530 |

Enerji ile ilgili yaşanan sorunlar yüksek maliyet, güç bedeli ve enerji yetersizliği şeklinde sıralanmaktadır. Yüksek maliyet ve güç bedeli ürün maliyetini artırırken, enerji yetersizliği ise makinelere zarar verdiği gibi zaman kayıplarına neden olmaktadır.

3. 1. 2. Tasarım, Pazarlama ve Tanıtım

3. 1. 2. 1. Tasarım

Tasarımda yeni ürünler yaratmak yerine mevcut modeller tercih edilmektedir. Küçük işletmelerde tasarım çoğunlukla işveren tarafından ya da kataloglardan kopyalanarak yapılırken, orta ve büyük ölçekli işletmelerde bu yöntemle tasarım yapanların oranı %40 civarındadır. Diğerleri ise, bünyelerinde kurdukları tasarım bürolarında daha profesyonelce çalışma yapmaktadırlar. İşletme büyüklüklerine göre benimsenen tasarım yöntemleri Tablo 13'de verilmiştir.

İşletmelerin tasarım yaparken dikkat ettikleri hususlar; küçük işletmelerde kalite, estetik, ekonomiklik ve fonksiyonellik şeklindeyken, orta ve büyük ölçekli işletmelerde; estetik, kalite, fonksiyonellik, ekonomiklik şeklinde sıralanmıştır (Tablo 14).

Tablo 13. İşletmelerin benimsedikleri tasarım yöntemleri

| Benimsenen Tasarım Yöntemleri | İşletme Büyüklüğü | | | Toplam |
|-------------------------------|-------------------|------|-------|--------|
| | Küçük | Orta | Büyük | |
| Kendileri (İşveren) | 371 | 21 | 11 | 403 |
| Katalog-Dergi | 287 | 19 | 12 | 318 |
| Piyasa araştırması | 100 | 12 | 15 | 127 |
| Tasarım Bürosunda | 14 | 14 | 26 | 54 |

Tasarım, küçük ölçekli işletmelerde kataloglara veya piyasaya bakılarak model çıkarma yoluyla yapılırken, orta ve büyük ölçekli işletmelerde ise bünyelerinde kurdukları tasarım bürolarında yapılmaktadır.

Tablo 14. İşletmelerin tasarım yaparken dikkat ettikleri hususlar

| Tasarımda Öncelik Sırası | İşletme Büyüklüğü | | | Toplam |
|--------------------------|-------------------|------|-------|--------|
| | Küçük | Orta | Büyük | |
| Estetik | 285 | 36 | 29 | 350 |
| Fonksiyonellik | 168 | 26 | 29 | 223 |
| Ekonomiklik | 233 | 25 | 27 | 285 |
| Kalite (Sağlamlık) | 447 | 32 | 30 | 509 |

İşletmelerin tasarım yaparken öncelik sıralaması, küçük işletmelerde, kalite (sağlamlık), estetik, ekonomiklik, fonksiyonellik, orta ölçekli işletmelerde, estetik,

kalite, fonksiyonellik, ekonomiklik, büyük işletmelerde ise kalite, estetik, fonksiyonellik ve ekonomiklik şeklidir.

3. 1. 2. 2. Pazarlama

İşletmelerin ürünlerini pazarlama yöntemleri Tablo 15’de verilmiş olup, buna göre küçük işletmeler ağırlıklı olarak özel sipariş ve fason çalışıp, ürünlerini kendi atölyelerinde pazarlarken, orta ve büyük ölçekli işletmeler, ağırlıklı olarak bayiler aracılığıyla ve fabrika satış mağazalarında pazarlamaktadır.

Tablo 15. İşletmelerin ürünlerini pazarlama yöntemleri

| Pazarlama Yöntemi | İşletme Büyüklüğü | | | Toplam |
|----------------------|-------------------|------|-------|--------|
| | Küçük | Orta | Büyük | |
| Kendi Mağazasında | 148 | 28 | 20 | 196 |
| Bayiler Aracılığıyla | 15 | 23 | 27 | 65 |
| Fason | 199 | 4 | 2 | 205 |
| Özel Sipariş | 357 | 16 | 11 | 384 |
| İhracat Yapıyor | 10 | 22 | 25 | 57 |

İşletmeler ürünlerini pazarlarken, küçük işletmelerin bir kısmı hazır üreterek mobilya mağazalarına satarken, diğer bir kısmı sipariş yada belli mağaza-

zalara fason üretim yapmaktadır. Orta ve büyük işletmeler kendi satış mağazaları ve bayileri aracılığı ile ürünleri pazarlarken, bazıları ise bunlara ek olarak ihracat yapmaktadırlar.

3. 1. 2. 3. Tanıtım

İşletmeler ürün tanıtımlarını yazılı ve görsel medya ile fuarlarda yapmaktadırlar. Küçük işletmeler yeterli tanıtım yapamamaktadırlar. İşletmelerin ölçeklerine göre ürün tanıtımında kullandıkları yöntemler Tablo 16’da verilmiştir.

Tablo 16. İşletmelerin tanıtımda kullandıkları yöntemler

| Ürün Tanıtım Yöntemleri | İşletme Büyüklüğü | | | Toplam |
|-------------------------|-------------------|------|-------|--------|
| | Küçük | Orta | Büyük | |
| Gazete-Dergi-Katalog | 37 | 27 | 29 | 93 |
| Radyo-TV | 18 | 15 | 17 | 50 |
| İnternet | 2 | 3 | 13 | 18 |
| Fuarlar | 7 | 1 | 9 | 17 |
| Yapmıyor | 462 | 9 | 4 | 475 |

Küçük ölçekli işletmelerin tamamına yakını reklam yapmazken, orta ve büyük ölçekli işletmelerin çoğu ürünlerinin reklamını değişik yöntemlerle yapmaktadır.

Tablo 17. Gümrük birliğinin olumlu etkileri ve önem dereceleri

| Etkiler | Önemlilik Derecesi | İşletme Büyüklüğü | | | Toplam N | Ağırlıklı Ortalama | Yüzde % | Sonuç Önem Derecesi |
|---|--------------------|-------------------|------|-------|----------|--------------------|---------|---------------------|
| | | Küçük | Orta | Büyük | | | | |
| İhracat olanakları arttı | 1 | 8 | 10 | 12 | 30 | 150 | 23,6 | (1) |
| | 2 | 3 | 6 | 4 | 13 | 52 | | |
| | 3 | 1 | 5 | 4 | 10 | 30 | | |
| | 4 | 1 | - | - | 1 | 2 | | |
| | 5 | - | - | 2 | 2 | 2 | | |
| Toplam | | 13 | 21 | 21 | 56 | 236 | | |
| Gümrük vergisi kalktı ihracat kolaylaştı | 1 | 5 | 6 | 7 | 18 | 90 | 21,5 | (4) |
| | 2 | 8 | 9 | 8 | 25 | 100 | | |
| | 3 | 1 | 2 | 3 | 6 | 18 | | |
| | 4 | - | 1 | 2 | 3 | 6 | | |
| | 5 | - | - | 1 | 1 | 1 | | |
| Toplam | | 14 | 18 | 21 | 53 | 215 | | |
| Ucuz ve yeni teknoloji olanakları doğdu | 1 | 23 | 2 | 2 | 27 | 135 | 23 | (2) |
| | 2 | 5 | 3 | 5 | 13 | 52 | | |
| | 3 | 6 | 2 | 3 | 11 | 33 | | |
| | 4 | 1 | - | 2 | 3 | 6 | | |
| | 5 | 1 | 3 | - | 4 | 4 | | |
| Toplam | | 36 | 10 | 12 | 58 | 230 | | |
| Uluslararası standartta üretim yapılmaya başlandı | 1 | 8 | 9 | 6 | 23 | 115 | 22,7 | (3) |
| | 2 | 8 | 2 | 8 | 18 | 72 | | |
| | 3 | 3 | 5 | 1 | 9 | 27 | | |
| | 4 | 4 | 1 | 1 | 6 | 12 | | |
| | 5 | - | - | 1 | 1 | 1 | | |
| Toplam | | 23 | 17 | 17 | 57 | 227 | | |
| Üretim kapasitesi arttı | 1 | 3 | - | - | 3 | 15 | 9,2 | (5) |
| | 2 | 1 | 5 | 1 | 7 | 28 | | |
| | 3 | 4 | 2 | 5 | 11 | 33 | | |
| | 4 | - | 3 | 1 | 4 | 8 | | |
| | 5 | 5 | 1 | 1 | 7 | 7 | | |
| Toplam | | 13 | 11 | 8 | 32 | 91 | | |

Tablo 18. Gümrük birliğinin olumsuz etkileri önem dereceleri

| Etkiler | Önemlilik Derecesi | İşletme Büyüklüğü | | | Toplam N | Ağırlıklı Ortalama | Yüzde % | Sonuç Önem Derecesi |
|--|--------------------|-------------------|------|-------|----------|--------------------|---------|---------------------|
| | | Küçük | Orta | Büyük | | | | |
| Girdi maliyeti yüksekliği rekabeti zorlaştırıyor | 1 | 12 | 8 | 12 | 32 | 160 | 26,4 | (2) |
| | 2 | 9 | 2 | 5 | 16 | 64 | | |
| | 3 | 2 | 3 | 2 | 7 | 21 | | |
| | 4 | 1 | 1 | 2 | 4 | 8 | | |
| Toplam | | 24 | 14 | 21 | 59 | 252 | | |
| Yabancı ürünlerin iç piyasaya girmesi yerli mala olan talebi düşürdü | 1 | 19 | 7 | 6 | 32 | 160 | 28,9 | (1) |
| | 2 | 9 | 6 | 7 | 22 | 88 | | |
| | 3 | 2 | 3 | 3 | 8 | 24 | | |
| | 4 | 1 | - | 1 | 2 | 4 | | |
| Toplam | | 31 | 16 | 17 | 64 | 276 | | |
| Düşük kalite ve standart eksikliği rekabet şansını engelledi | 1 | - | 2 | 1 | 3 | 15 | 9 | (5) |
| | 2 | 3 | 5 | 3 | 11 | 44 | | |
| | 3 | 2 | 2 | 4 | 8 | 24 | | |
| | 4 | - | 1 | - | 1 | 2 | | |
| | 5 | - | - | 1 | 1 | 1 | | |
| Toplam | | 5 | 10 | 9 | 24 | 86 | | |
| Teknolojik yetersizlik rekabet şansını azalttı | 1 | 6 | 5 | 3 | 14 | 70 | 17,4 | (4) |
| | 2 | 9 | 5 | 2 | 16 | 64 | | |
| | 3 | 5 | 3 | 2 | 10 | 30 | | |
| | 4 | - | - | 1 | 1 | 2 | | |
| Toplam | | 20 | 13 | 8 | 41 | 166 | | |
| Dış ticaretle ilgili bilgi ve dış ticaret şirketlerinin yetersizliği | 1 | 4 | 4 | 2 | 10 | 50 | 18,3 | (3) |
| | 2 | 6 | 4 | 5 | 15 | 60 | | |
| | 3 | 11 | 5 | 3 | 19 | 57 | | |
| | 4 | - | - | - | - | - | | |
| | 5 | 2 | 2 | 3 | 7 | 7 | | |
| Toplam | | 23 | 15 | 13 | 51 | 174 | | |

Bu yöntemler sırasıyla yazılı medya, görsel medya, internet ve fuarlardır. Küçük işletmelerin sermaye yetersizliği reklam yapmalarını engellemektedir.

3. 1. 3. Gümrük Birliğinin Etkileri

Gümrük birliğinin etkilerine ilişkin 58 işletme olumlu, 64 işletme ise olumsuz cevap vermiştir. Küçük işletmeler olumlu etkisi olarak ucuz ve yeni teknoloji, olumsuz etkisi olarak; yabancı ürünlerin iç piyasaya girmesi ile yerli ürünlere talebin düşmesini belirtirken, orta ve büyük ölçekli işletmeler olumlu etkisi olarak ihracat imkanının artmasını, olumsuz etkisi olarak da girdi maliyeti yüksekliğinin rekabeti zorlaştırdığını belirtmişlerdir (Tablo 17 ve 18).

3. 1. 4. Dış Ticaretle Karşılaşılan Sorunlar

- İhracat;

Mevzuattaki zorlukların ihracatta sorun yarattığı ve dış ticaret şirketlerinin yetersiz olduğu bildirilmiş olup, karşılaşılan sorunlar önem derecesine göre Tablo 19'da verilmiştir.

- İthalat;

İthalatta karşılaşılan sorunların başında teşvik yetersizliği (% 34,8) gelmekte, bunu finansman zorlukları (%33,5) ve mevzuattaki zorluklar (%31,7) takip etmektedir (Tablo 20).

Tablo 19. İhracatta karşılaşılan sorunlar ve önem dereceleri

| Sorunlar | Önemlilik Derecesi | N | Ağırlıklı Ortalama | Yüzde % | Sonuç Önem Derecesi |
|---|--------------------|----|--------------------|---------|---------------------|
| Standart | 1 | 5 | 25 | 9,6 | (4) |
| | 2 | 3 | 12 | | |
| | 3 | 2 | 6 | | |
| | 4 | 4 | 8 | | |
| | 5 | - | - | | |
| Toplam | | 14 | 51 | | |
| Ambalaj | 1 | 16 | 80 | 22,1 | (2) |
| | 2 | 6 | 24 | | |
| | 3 | 3 | 9 | | |
| | 4 | 1 | 2 | | |
| | 5 | 2 | 2 | | |
| Toplam | | | 117 | | |
| Dış Ticaret Şirketlerinin Organizasyon Yetersizliği | 1 | 4 | 20 | 16,8 | (3) |
| | 2 | 8 | 32 | | |
| | 3 | 11 | 33 | | |
| | 4 | 2 | 4 | | |
| | 5 | - | - | | |
| Toplam | | 25 | 89 | | |
| Mevzuattaki Zorluklar | 1 | 25 | 125 | 34,7 | (1) |
| | 2 | 14 | 56 | | |
| | 3 | 1 | 3 | | |
| | 4 | - | - | | |
| | 5 | - | - | | |
| Toplam | | | 184 | | |
| Finansman Yetersizliği | 1 | 12 | 60 | 16,8 | (3) |
| | 2 | 4 | 16 | | |
| | 3 | 3 | 9 | | |
| | 4 | 1 | 2 | | |
| | 5 | 2 | 2 | | |
| Toplam | | 22 | 89 | | |

Tablo 20. İthalatta karşılaşılan sorunlar ve önem dereceleri

| Sorunlar | Önemlilik Derecesi | N | Ağırlıklı Ortalama | Yüzde % | Sonuç Önem Derecesi |
|-----------------------|--------------------|----|--------------------|---------|---------------------|
| Mevzuattaki Zorluklar | 1 | 13 | 39 | 31,7 | (3) |
| | 2 | 4 | 8 | | |
| | 3 | 3 | 3 | | |
| Toplam | | 20 | 50 | | |
| Finansman Zorlukları | 1 | 9 | 27 | 33,5 | (2) |
| | 2 | 9 | 18 | | |
| | 3 | 4 | 8 | | |
| Toplam | | 22 | 53 | | |
| Teşvik Yetersizliği | 1 | 13 | 39 | 34,8 | (1) |
| | 2 | 6 | 12 | | |
| | 3 | 4 | 4 | | |
| Toplam | | 23 | 55 | | |

4. SONUÇ

Türkiye mobilya endüstrisinde kayıtlı olarak 63 691 işletme faaliyet göstermekte olup, bu işletmeler Ankara, İstanbul, İzmir, Bursa, Adana ve Kayseri'de yoğunlaşmışlardır. İşletmeler en çok Ankara'da faaliyet gösterirken onu sırasıyla; İstanbul, İzmir, Bursa Adana ve Kayseri izlemektedir.

İşletmeler Ankara'da Siteler, Kayseri'de organize sanayi ve küçük sanayi, İzmir'de Karabağlar ve Kısıkköy, Bursa'da İnegöl ilçesinde yoğunlaşmıştır. İstanbul'da önemli bir kısmı Ümraniye'de, diğerleri ise farklı yerlerde dağınık olarak çalışmaktadır. Bu nedenle İstanbul ilinde işletme kayıtlarının tutulmasında güçlükler bulunmaktadır.

Üretimle ilgili sorunların başında eğitilmiş eleman eksikliği (%36) ve sorunlu hammadde problemleri (%30,6) gelirken, bunları teknolojik yetersizlik (%19,8) ve enerji ile ilgili problemler (%13,6) izlemektedir.

Öncelikle üretim bölümü için önem derecesine göre; kalifiye eleman, tekniker ve mühendislere ihtiyaç duyulmaktadır. Hammadde bakımından ise; melamin kaplanmış yonga ve lif levha (Suntalam, MDFlam) ilk sırada gelirken, yonga-lif levha (Sunta, MDF) ve kereste sorun yaşanan diğer hammaddeler olup, sırası ile; yüksek maliyet, kaliteli hammadde temini ve standart hatası şeklinde sıralanmaktadır.

Yeni teknolojiyi kullanma oranı küçük işletmelerde %3.5, orta ölçeklilerde %59, büyük işletmelerde ise %78.6'dır. İşletmelerin ileri teknoloji kullanamama nedenlerinin başında yüksek maliyet ve atölye yetersizliği gelmektedir.

Enerji maliyetinin yüksekliği, yetersizliği ve güç bedeli ödemeleri enerji ile ilgili sorunların başında gelmektedir.

Tasarım, küçük işletmelerin çoğunda işveren tarafından kataloglara veya piyasadaki modellere bakılarak model çıkarma yoluyla yapılırken orta ve büyük ölçekli işletmelerin çoğunda tasarım büroları açılmıştır. Bu bürolarda uzman kişiler tarafından tasarım çalışmaları yapılmaktadır.

Tasarımda küçük işletmelerde öncelik sırası, kalite, estetik, ekonomiklik, fonksiyonellik, orta ölçekli işletmelerde, estetik, kalite, fonksiyonellik, ekonomiklik, büyük işletmelerde ise kalite, fonksiyonellik, estetik ve ekonomiklik şeklindedir.

Ürünlerini pazarlarken küçük işletmelerin bir kısmı hazır üreterek mobilya mağazalarına satmakta, diğer bir kısmı sipariş yada belli mağazalar için fason üretim yapmaktadır. Orta ve büyük işletmeler kendi satış mağazaları ve bayileri aracılığı ile ürünlerini pazarlarken, bazıları bunlara ek olarak ihracat yapmaktadırlar.

Tanıtım faaliyetleri yurt içi ve yurt dışında yetersiz kalırken, küçük işletmelerin hemen hemen tamamı tanıtım yapmamaktadır. Bunların çok azı dergi, gazete, katalog ve fuarlarda sınırlı oranda tanıtım yaparken, orta ve büyük ölçekli işletmelerin tamamına yakını yukarıdaki yöntemlere ek olarak, yurt dışı fuarları, radyo, TV ve internet kanalıyla reklam yaparak daha geniş kitlelere ulaşmaya çalışmaktadır.

İşletmeler 1996 yılında girilen gümrük birliğinin olumlu etkileri olarak ihracat imkanlarının artması, ucuz ve yeni teknoloji teminini ve uluslararası pazarlara açılmayı göstermektedir. Yabancı ürünlerin piyasaya girmesiyle yerli mala olan talebin düşmesi, girdi maliyetlerindeki yüksekliğin rekabet şansını azaltması ve dış ticaret bilgisinin eksikliği ile Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ) yetersizliğini gümrük birliğinin olumsuz etkileri olarak göstermektedirler.

Mobilya işletmeleri, orman ürünleri satıcıları, cilacılar, döşemeciler, hırdavatçılar nakliyeciler ve mefuruşat-manifaturacılarla sürekli ilişki içerisinde. Bunlardan orman ürünleri satıcıları ve hırdavatçılarla maliyet, kaliteli ürün temini ve zamanında malzeme teslimi konularında problemler yaşamaktadırlar.

5- ÖNERİLER

Ülkemizde özgün mobilya tasarımına gereken önem verilmemektedir. İşletmeler çoğunlukla tasarımı kataloglardan model çıkarmak (kopyalamak) şeklinde anlamaktadırlar. Özgün tasarım yerine mevcut ürünlerin kopyalanması yeni tasarımların gelişimini engellediği gibi, ürünler farklı şekillerde deformasyona uğramaktadır. Oysa, yeni tasarımlar yapıp bunlar için Türk Patent Enstitüsünden (TPE) tasarım tescil belgesi alınarak Türk mobilya endüstrisinin rekabet şansı artırılabilir. 1998 yılında TPE'den 123 adet mobilya tasarım tescil belgesi alınırken, bu sayı; 1999'da 145, 2000'de 228, 2001'de 352, 2002'de 478 adet olmuştur. İç ve dış pazarda rekabet şansını artırmak için tasarım faaliyetleri ve özgün model geliştirme çalışmaları önem taşımaktadır. Türk mobilya endüstrisinin dünya pazarında var olabilmesi için özgün tasarımlarla üretilen kaliteli ürünlere ihtiyaç duyulmaktadır. Mobilyada kendi çizimlerini ve markasını oluşturamayan bir endüstri ancak başka ülke endüstrilerine hizmet üretebilir. Bunun için, işletmeler kendi bünyelerinde tasarım ve model geliştirme birimleri oluşturmalıdır. Anadolu'da tarih boyunca hüküm sürmüş kültürler gerek yeni tasarımlara gerekse var olan tasarımların geliştirilmesine kaynak olabilecek zenginliğe sahiptir. Bu bağlamda endüstri, üniversiteler ve ilgili devlet kurumları arasında iş ve anlayış birliği oluşturmak gerekmektedir. KOBİ'ler için geliştirilen bazı teşviklerin tasarım alanını da kapsamaması önerilebilir.

Yurt dışı tanıtım faaliyetlerinin yetersiz kalması özellikle ihracatta rekabet şansını olumsuz etkilemektedir. Yurt içi ve yurt dışı tanıtımın en önemli ayağı fuarlar olup, içeride ve dışarıda düzenlenen fuarlara katılmak bu olumsuzlukları en aza indirebilecektir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığının bu konuda KOBİ'lere yeni teşvikler vermesi iyi bir başlangıç olarak kabul edilebilir. Bunun dışında AB standartları kalitesinde üretilmiş ürünler müşteri memnuniyetini artırarak firma imajını kuvvetlendirebilir. 4077 sayılı Tüketicuyu Koruma Kanunu kapsamında Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca alınacak satış sonrası hizmet belgesi kullanıcı memnuniyeti ve güveninin artmasını sağlayabilir. Ayrıca, tanıtım için internet önemli bir araç olup, işletmelerin internette adlarına oluşturacağı web sayfaları pazarlamada önemli faydalar sağlayabilir.

Mobilya endüstrisinin en önemli sorunu kalifiye eleman istihdamıdır. Bu bakımdan tüm işletmeler sorun yaşamaktadır. Ülkemizde mobilya ve dekorasyon eğitimi ile ilgili 356 endüstri meslek lisesi, 73 meslek yüksekokulu, 5 teknik eğitim fakültesi, 1 mesleki teknoloji yüksekokulu (ağaççileri endüstri mühendisliği) eğitim vermektedir. Ancak mezun olanlar içinde kendi ala-

nında çalışanların sayısı azınlığı oluşturmaktadır. Bu durumda mevcut eğitim sisteminin sorgulanması gerekmektedir. Öğrencilerin gelişen teknolojiye uyumlu eğitim alamamaları, sanayide başarı şanslarını düşürmektedir. Müfredat programları güncelleştirilerek iş dünyasının ihtiyaçlarına cevap verebilecek duruma getirilmeli, okul-sanayi işbirliğine süreklilik kazandırılmalıdır.

İşletmeler bütçelerinden eğitime kaynak ayırarak personel için gerekli hizmet içi eğitimi sağlamalı ya da çeşitli kurumların sunduğu eğitim kurslarından faydalanmalıdır.

Mobilya üretiminde insan sağlığına zararlı olabilecek kimyasal maddeler kullanılabilir. AB ülkelerinde, bazı ağaç türlerinde, neden olduğu önemli rahatsızlıklardan dolayı ithalatlara sınırlamalar getirilmiştir. Ülkemizde son yıllarda ithal edilen tomrukların depolanması ve işlenmesi sırasında insan sağlığı için olumsuz sayılabilecek durumlar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle ithalatı yapılırken zararlı olacak ürünlere sınırlama getirilmelidir. Ayrıca odun kompozitlerinin kullanımı ve pazarlanması ile bunlardan üretilecek mobilyalardan insan sağlığı bakımından ilgili standartlara uyma konusunda gerekli önlemler alınmalıdır. Bu konu da İGEME yeni ve eski ihracatçıları bilgilendirerek ileride yaşanabilecek sorunları başlangıçta engellemeye yönelik çalışmalarda bulunmaktadır.

Türkiye’de mobilya kullanıcıları ürün standardına dikkat etmemekte, işletmelerin tamamına yakını üretimde ölçü, kalite, sağlık, performans standartlarına uygun üretim yapmamaktadır. Bu bakımdan, mobilya tüketicisi bilinçlendirilmeli ayrıca, standartlar mecburi hale getirilmelidir.

İhracatçı firmalar ile TSEK’den oluşturulacak bir komisyon ilgili standartları inceleyip gerekli düzenlemeleri yapmalıdır. Ürünlerin gelişmiş ülkelerin standartlarında üretilmesinin kontrolü ve belgelendirilmesi ihracatçıya büyük kolaylık sağlayabilir.

Üretilen mobilyaların uzun mesafelere taşınması esnasında ezilme, çizilme, kırılma ve rutubet değişimi gibi etkilerden korunabilmesi önemlidir. Çoğu işletme geleneksel usullerle ambalajlama yapmaktadır. Ambalajlamaya gereken önemin verilmesi ürünlerde zaiyatın en aza indirilmesi ve zaman tasarrufu sağlaması yanında firmaların marka oluşturmasını kolaylaştırabilir.

Yurt içinde üretilen odun hammaddeleri ağaçşerhi sanayi ve mobilya endüstrisinin ihtiyacına miktar, zaman ve kalite olarak cevap verememektedir. Ayrıca fiyatları dünya fiyatlarının üzerindedir. Özelleştirme sorununun çözümüne katkı sağlayabilir.

Enerji fiyatlarının AB ülkeleri fiyatları seviyesine çekilmesi ya da sanayi bölgelerinin kendi güç merkezlerini oluşturmalarına olanak tanınması önerilebilir.

Küçük işletmeler geleneksel makinelerle üretim yapmaktadırlar. Bu işletmelerin atölyelerinin fiziki ortamları yetersiz olup işletme sahiplerinin yeni teknoloji için ekonomik imkanları sınırlıdır. Düşük kapasite ve eski teknolojileri kullanarak üretim yapan bu işletmeler kapasitelerini artıramamakta ve genellikle piyasadan çekilmeye zorlanmaktadır. Teknoloji ve işletme sermayesi yetersizliği sonucunda yakın gelecekte piyasadan çekilmeleri kaçınılmaz olan bu işletmeler bir araya gelecek birleşmek suretiyle ayakta kalabilirler. Bu konuda KOSGEB’in KOBİ’lere sağladığı ORTKA (Ortak kullanım amaçlı makine teçhizat desteği) ve ORTLAB (Ortak kullanım laboratuvarları) desteğine yönlendirilmesi yanında, KOSGEB tarafından sağlanan yurtiçi-yurtdışı fuar katılımı, fuar ziyareti, kongre, sempozyum, panel katılımı vb. desteklerden daha yoğun olarak yararlanılması için işlemlerin basitleştirilmesi önerilebilir.

Mobilya endüstrisinde önemli sorunlardan birisi de kayıt dışı işletmelerin haksız rekabetidir. Haksız rekabet kayıt altındaki işletmeleri zor durumda bırakmaktadır. Yarattığı yüksek istihdam nedeniyle genel ekonomi içinde önemli yeri olan mobilya endüstrisinde, vergilerin ve SSK primlerinin yüksek oluşundan yakınılmaktadır.

Sonuç olarak; Türkiye Mobilya endüstrisinin en önemli sorununun eğitilmiş eleman yetersizliği olduğu tespit edilmiştir. Bunu sırasıyla hammadde, teknoloji, ve enerji yetersizliği sorunları izlemektedir. Ayrıca özgün tasarım eksikliği bir başka sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak, mobilya endüstrisinde yaşanan sorunlara sağlıklı ve kalıcı olarak çözümler getirilebilmesi için işletme yöneticileri, ilişkide bulunan sektörlerin temsilcileri, meslek odaları, devlet yetkilileri ve ilgili yüksek öğretim kurumlarının Sanayi ve Ticaret Bakanlığı önderliğinde bir araya gelerek sorunları irdelemesi ve belirlenen önerileri değerlendirmesi önerilebilir.

6. KAYNAKLAR

1. Pirecioğlu T., “Toplam Kalite Yönetimine Geçiş Sürecinde Türkiye Mobilya Endüstrisinin Kalite Alt Yapısının İncelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, *İ. Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul (1999).
2. Demirci, S., “Türkiye Mobilya Endüstrisinin Yapısı, Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Doktora Tezi, *G. Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü*, Ankara (2004).
3. Aksu, B., “Türkiye’de Büyük Ölçekli Mobilya Sanayi İşletmelerinin, Yönetimsel Ve Örgütsel Yapılarının Analizi”, Doktora Tezi, *İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul (1997).
4. Anonim, “VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Mobilya Endüstrisi Özel İhtisas Komisyon Raporu”, *DPT*, Ankara (1997).
5. Anonim, “Küçük Ölçekli İmalat Sanayi İstatistikleri”, *DİE*, Ankara (1996).
6. Çil, B., “İstatistik”, *Detay Yayıncılık*, S: 187,196, Ankara (2000).
7. Anonim, “Türk Standartları Enstitüsü Mobilya Kayıtları”, *TSE*, Ankara, (2003)