

Mobilya İşletmelerinin İhracat Durumunu Etkileyen Faktörlerinin Ankara Siteler Bölgesi Örneğinde İncelenmesi

Cevdet SÖĞÜTLÜ, Ferhat EROĞLU

ÖZET

Bu çalışmada; Ankara Mobilyacılar Sitesinde faaliyet gösteren mobilya işletmelerinin ihracat durumunu etkileyen faktörlerin incelenmesi ve problemlerin çözümüne katkı sağlayacak önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaca uygun olarak tesadüfi olarak seçilen 99 adet işletmenin yöneticisine 'araştırma anketi' uygulanmıştır. Sonuç olarak, işletmelerin %85'inin ihracat yapmadığı belirlenmiştir. Ticaret odasına bağlı işletmelerin %26'sının mobilya ihracatı yapmasına karşın, bağlı olmayan işletmelerde bu oran oldukça düşüktür. Mobilyacılar odasına bağlı işletmelerin %87'sinin ihracat yapmadığı tespit edilmiştir. Model ve tasarımlarını karşılamada; işletmelerin %73,7'sinin katalog ve dergi, %12,1'inin internet kaynaklarını kullandığı, %56,6'sının müşteri isteklerinden, %36,4'ünün ise tasarım biriminden faydalandığı belirlenmiştir. Tasarım birimi olan işletmelerin %36,1'inin ihracat yaptığı, tasarım birimi olmayan işletmelerin ise sadece %1,5'inin ihracat yaptığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mobilya, Tasarım, Üretim, İhracat

A Case Study of Export Factors in Relation to Furniture Enterprises in the Siteler Region of Ankara

ABSTRACT

In this study, it is aimed to examine the factors effect to export situation of furniture enterprises and look for possibilities to suggest solutions of the problems in the *Siteler* region of Ankara. According to the aim of the case study, a research questionnaire was carried out with the 99 directors, were randomly selected from the *Siteler* Region of Ankara. As a result, there was no export in the 85 % of the enterprises. 26 % of the enterprises, associated to Trade Chamber (TC), exports furniture while the rate of furniture exportation in the enterprises, no associated to the TC, was found very low. 87 % of the enterprises, associated to Furniture Chamber (FC), have no exportations. In fulfilling furniture model and design demands, enterprises use of catalogues and journals (73.7 %), internet (12.1 %), customer wishes (56.6 %) and design department (36.4 %). 36.1 % of the Enterprises, has design department, export furniture while 1.5 % of the enterprises, has no design department, no exportation furniture.

Key words: Furniture, Design, Production, Export

1. GİRİŞ

Mobilya Latince kökenli bir kelime olup, gerek kavram gerekse sözcük olarak Türkçeye sonradan girmiştir. Mobilya, Latince "mobilius" sözcüğünden türetilmiş olup, insanların yaşaması, çalışması, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını güvenli ve rahat bir şekilde karşılayabilmesi için yapılmış mekânlar içerisindeki, çeşitli malzemelerden oluşturulmuş, işlevsel ve estetik elemanlardır (1). Bu tanımlamadan da anlaşılacağı gibi mobilya, işlevsel değeri ile mekânın kullanılabilirliğini etkileyen, estetik değeri ile mekânın algılanmasında etkili olan, yaşam ve/veya çalışma mekânlarının sıcak, davetkâr ve huzur veren bir ortam haline gelmesini sağlayan, kısaca sanat ve tekniği birleştiren bir üründür (2).

Mobilya üretimi, ülkemizde küçük el sanatları şeklinde başlamıştır. Ancak, ahşap veya ahşap esaslı eş-

yaya duyulan talebin yüksek olması nedeniyle, XVIII. yüzyılın sonlarında fabrikasyon imalata geçilmiştir. Fabrikasyon imalata geçişle; üretimde hedeflenen miktar ve kaliteyi gerçekleştirip, verimliliği artırmak amaçlanmıştır (3).

Mobilya Endüstrisinde, geleneksel yöntemlerle çalışan çok küçük işletmeler ağırlıkta olup, 1975 yılından itibaren önemli yapısal değişimler gerçekleştirilmiştir. Geçmişte ustaların el işçiliğiyle yaptıkları işlemler, artık CNC tezgâhlarında seri halde yapılabilir duruma gelmiştir. Ancak bu gelişme, sektördeki küçük ölçekli işletmelerin azaldığı anlamına gelmemektedir. Hâlihazırda sektörün büyük çoğunluğu küçük ölçekli işletmelerden oluşmakta ve geleneksel yöntemlerle çalışmaktadır (4).

Ankara'daki küçük ve orta ölçekli mobilya firmalarının arz-talep ilişkisinin incelendiği bir çalışmanın sonucunda, üretici firmaların bir kısmının stok üretiminde bulunduğu ve bu firmaların, ürettikleri malların müşteri tarafından ileride alınmama gibi bir endişe taşımadıkları belirlenmiştir (5). Ancak, işletmelerin sa-

Makale 24.12.2008 tarihinde gelmiş 16.04.2009 tarihinde yayınlanmak üzere kabul edilmiştir.

*C.SÖĞÜTLÜ,F.EROĞLU Gazi Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi
Mobilyave Dekorasyon Eğitimi Bölümü
06500 Teknikokullar/ ANKARA
e-posta : cevdet@sogutlu.gazi.edu.tr, ferhateroglu@gmail.com
Digital Object Identifier 10.2339/2009.12.2. 101-106.*

dece yurtiçi satışlarla yetinmeyip ihracat yapması; gerek işletmelerin büyümesi gerekse ülke ekonomisine katkı sağlaması bakımından önem taşımaktadır.

İhracat, günümüzde hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkeler açısından çok önemlidir. İhracatın artması, milli geliri çoğaltmakta ve ülkedeki döviz darboğazının da ortadan kaldırılmasına katkıda bulunmak suretiyle ekonomik kalkınmaya destek olmaktadır. Dünyadaki küreselleşme eğilimlerinin artması sonucu birçok işletme, kendi ürünlerini ihraç etme konusunda büyük sıkıntılarla karşılaşmaktadır. Bu işletmeler genellikle dış pazarlarla ilgili bilgi ve deneyim eksikliği nedeniyle ihracat işlemlerini başarılması zor ve riskli bir iş olarak görmekte ve ihracat yapmaktan çekinmektedirler (6). Sektördeki firmaların küçük bir kısmı doğrudan ihracat yaparken, büyük bir kısmı diğer firmalar tarafından ve özellikle yurt dışı taahhüt işleri yapan müteahhitlik firmaları aracılığı ile ürünlerini ihraç etmektedir (7).

İhracatın artırılması bütün dünya ülkelerinde temel hedeflerden biri olduğundan, bu alanda yaşanan yoğun rekabet her geçen yıl daha da zorlaşmakta ve ihracata getirilen teşvik ve destekleme sistemleri ile rekabet bir anlamda ülkeler arası rekabete dönüşmektedir (8).

Türkiye’de yaşanan ekonomik krizlerden dolayı iç piyasada daralmalar yaşanmaktadır. Bu daralmalar sonucunda arz-talep dengesi işletmelerin aleyhine bozulmakta ve mobilyaya olan talep azalmaktadır. İşletmelerin bu durum karşısında ihracata yönelerek, yeni pazarlar bulma çabaları olumlu sonuç vermektedir. Dünya mobilya pazarı her geçen gün büyümektedir ve bu büyümenin iki nedeni bulunmaktadır; birincisi rekabet eden firmaların durgunluk döneminde bile cirolarını arttırmalarını sağlayan yeni pazarların açılması; ikincisi ise, 1980’lerin ortasından bu yana batıdakine benzer harcama potansiyeline sahip milyonlarca tüketicinin bulunduğu gelişmekte olan ülkeleri etkileyen dünya tüketimindeki artıştır. Bu nedenle, gelişmekte olan ülkeler, orta ve yüksek kalitedeki mobilyalar için potansiyel müşteri konumundadır (9).

Türkiye ve Dünyadaki mobilya endüstrisinin incelendiği bir çalışmada, Türk mobilya sanayisinin rekabet ve pazarlama sorunlarına değinilmiştir. Sonuç olarak, Türk mobilya sanayi işletmelerinin Avrupa Topluluğu ve diğer ülkelerin işletmeleri ile rekabet için yapısal değişimi zorunlu görülmüştür. Ayrıca, pazar faaliyetlerinde etkin bir güç birliği oluşturmak amacı ile sektörel dış ticaret şirketleri kurulmasının yararlı olacağı ve sayılarının artması gerektiği ifade edilmiştir (10).

Gümrük birliği sürecinde küçük ve orta ölçekli işletmeler ve mobilya sektörü incelenmesi’ adlı çalışmada orman ürünleri sanayi içinde önemli bir yere sahip olan mobilya endüstrisinde ve somut olarak büyük, orta ve küçük ölçekli kabin tipi mobilya üretimi yapan üç firma model olarak incelenmiştir. Yapılan istatistiksel çalışmalar sonucunda firmaların büyüklüğünün yanı sıra, makine parkı, üretim teknikleri, kullandıkları yarı mamuller ve iş hacimleri göz önünde bulundurularak, fire oranları bilgisayar destekli kesim programı ile tespit edilmiştir (11).

Küçük işletmelerin problemlerinin çözümü ve gelişimi için Japon modelinin (Atelye-küçük sanayi-yan sanayi-yardımcı sanayi-ana sanayi şeklindeki zincirleme yapılanma) imalat sanayisinde uygulanabilirliği araştırılarak, KOBİ’lerin, ülkemizde yapısal ve desteksel alt yapısı olmamasına karşın, uyum durumunun, gelişmiş ve gelişmekte olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, yapılacak düzenlemeler çerçevesinde modelin özellikle montaja yönelik sektörlerde çok çabuk uygulanabileceği sonucuna ulaşılmıştır (12).

Yukarıdaki araştırmalardan, Türkiye Mobilya Endüstrisinde birbirinden farklı birçok sorunun yaşandığı anlaşılmaktadır. Bu sorunların çözümüne katkı sağlamayı amaçlayan rekabet, pazarlama, ihracat gibi konularda çok sayıda çalışma yapılmıştır. Ancak, tasarım ve üretim alanlarında yaşanan sorunların ihracata etkisi hakkında yapılan araştırma sayısı sınırlıdır. Mobilya sektörünün, işyeri sayısı ve yarattığı istihdam bakımından önemli bir sektör olmasına karşın, toplam ihracat içindeki payı oldukça düşüktür. Bu sektörün sorunlarını aşması ve büyüebilmesi mobilya ihracatının gelişmesine bağlıdır. Diğer yandan, küreselleşen dünyada teknolojinin de gelişmesine bağlı olarak ülkeler ve bölgeler arası sınırların kalkması sonucunda her geçen gün rekabet koşulları zorlaşmaktadır. Dolayısı ile sektör firmalarının, rekabet edebilecek değişimleri gerçekleştirerek altyapılarını güçlendirmeleri gerekmektedir. Bu bakımdan, sektörün mevcut sorunlarının tespit edilerek, çözüm önerilerinin geliştirilmesi önem taşımaktadır.

Bu çalışmada; Ankara Mobilyacılar Sitesi’nde faaliyet gösteren mobilya işletmelerinin ihracat durumunu etkileyen faktörlerin incelenmesi ve problemlerin çözümüne katkı sağlayacak önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

2.1. Deneklerin Seçilmesi

Bu araştırma, Ankara Mobilyacılar Sitesi’nde faaliyet gösteren mobilya işletmelerinde yürütülmüştür. Araştırma kapsamına alınan işletmelerden elde edilen veriler, karşılaştırılarak değerlendirilmiştir.

2.2. Anket Tasarımı, Anket Uygulama ve Röportaj Yapma

Anket tasarımında kapalı uçlu sorular, iki seçeneikli sorular, çoktan seçmeli sorular ve birden çok seçeneği olan sorular kullanılarak araştırılmak istenen özellikler ortaya konulmuştur (15). Ölçülen unsurların her birinin ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Anket soruları, ön bilgi edinebilmek üzere farklı işletmeler incelendikten sonra hazırlanmıştır. İşletmelerin ihracat durumlarını etkileyen faktörlere yönelik problemlerin tespit edilebilmesi amacı ile işletmelerde mevcut durum incelenmiş; işletme sahipleri, üretim sorumluları ve çalışanlarla bire bir görüşülerek anket, röportaj ve gözlem yapma teknikleri uygulanmıştır. Anket, deneklerle yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır. Denekler anketi yaklaşık 25 dakikada tamamlamıştır. Anket uygulamasında örnek çapı (n);

$$n = (Z^2 * N * P * Q) / (N * D^2 + Z^2 * P * Q)$$

eşitliğinden hesaplanmıştır (16).

Z= Güven katsayısı (%5'lik hata payı için bu katsayı 1,96 alınmaktadır).

N= Ana kütle büyüklüğü

P= Ölçmek istenilen özelliğin ana kütlede bulunma ihtimali (%99 alınmıştır)

Q= 1-P Ölçmek istenilen özelliğin ana kütlede bulunmama ihtimali (0,01)

D= kabul edilen örnekleme hatası (%2 alınmıştır)

$$n = (1,96^2 * 10000 * 0,99 * 0,01) / (10000 * 0,02^2 + 1,96^2 * 0,99 * 0,01) = 94,37 \approx 94$$

Hesaplama sonuçlarına göre araştırma için 94 işletmenin yeterli olacağı tespit edilmiştir. Yapılan araştırmada 99 işletme incelenmiş olup, tamamı değerlendirilmeye alınmıştır.

2.3. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmada elde edilen verilerin yüzdelik değerleri, aritmetik ortalamaları ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin ise $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı Ki-kare (Chi-Square) ile test edilmiştir. Değerlendirmede Ki-kare değerinin yorumlanabilmesinde üç yöntem olduğundan bu yöntemler ayrı ayrı denenmiştir. Birinci yöntem birleştirme, ikinci yöntem etkisiz hale getirme, üçüncü yöntem ise iki çözümünde uygun olmadığı durumlarda yorumlar çapraz tablo üzerinden sadece frekans ve yüzdeler kullanılarak yapılmıştır (14). Verilerin değerlendirilmesinde 'SPSS' ve 'Microsoft Excel' paket programları kullanılmıştır.

3. BULGULAR

İşletmelerde çalışan işçi sayıları ile ihracat durumuna ait sonuçlar Çizelge 1'de verilmiştir.

Çizelge 1. İşçi sayısı ile ihracat durumu

Çalışan sayısı	İhracat yapıyor		İhracat yapmıyor		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
1-9	0	0	49	100	49	100
10-49	14	28	36	72	50	100
Toplam	14	28	85	85,9	99	100

$$(X^2=15,980, Sd=1, p=0)$$

1-9 işçi çalıştıran işletmelerin tamamının ihracat yapmadığı, buna karşılık 10-49 işçi çalıştıran işletmelerin %28'nin ihracat yaptığı tespit edilmiştir. Bu faktörler arasında yapılan Ki kare testi sonucuna göre hesaplanan değer tablo değerinden büyük olduğundan iki değişken arasındaki farksızlık hipotezi reddedilmiştir. Buna göre, iki faktör arasında istatistiksel anlamda bir ilişki vardır. Çalışan işçi sayısı, mobilya işletmelerinin ihracat yapılmasını etkilemektedir. Sonuçta işçi sayısı ile ihracat yapılması arasında $\alpha=0,05$ yanılığ olasılığı ile istatistiksel olarak bir ilişki olduğu söylenebilir.

İşletmelerin faaliyet konuları Çizelge 2'de verilmiştir.

Çizelge 2. İşletmelerin faaliyet konuları

Üretim konuları	Evet		Hayır		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Sandalye	5	5,1	94	94,9	99	100
Koltuk	6	6,1	93	93,9	99	100
Mutfak	30	30,3	69	69,7	99	100
Banyo	18	18,2	81	81,8	99	100
Yatak odası	49	49,5	50	50,5	99	100
Ofis mobilyası	7	7,1	92	92,9	99	100
Yemek odası	35	35,4	64	64,6	99	100
Dekorasyon	36	36,4	63	63,6	99	100

İşletmelerin %5,1'inin sandalye üretimi, %6,1'inin koltuk, %30,3'ünün mutfak mobilyası, %18,2'sinin banyo mobilyası, %49,5'inin yatak odası mobilyası, %7,1'inin ofis mobilyası, %35,4'ünün yemek odası mobilyası, %36,4'ünün ise dekorasyon üretimi yaptıkları tespit edilmiştir.

İşletmelerinin bağlı olduğu odalar Çizelge 3'te verilmiştir.

Çizelge 3. Bağlı olunan odalar

Odalar	Bağlı		Bağlı değil		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Ticaret odası	42	42,4	57	57,6	99	100
Sanayi odası	23	23,2	76	76,8	99	100
Mobilyacılar odası	45	45,5	54	54,5	99	100
Marangozlar odası	9	9,1	90	90,9	99	100
Odalara bağlı değil	93	93,9	6	6,1	99	100

İşletmelerin %42,4'ü ticaret odasına, %23,2'si sanayi odasına, %45,5'i mobilyacılar odasına, %9,1'i marangozlar odasına bağlı olduğu, %6,1'inin ise hiçbir odaya bağlı olmadığı tespit edilmiştir.

Ticaret odasına bağlı olunması ile ihracat durumu arasındaki ilişkiye ait sonuçlar Çizelge 4'te verilmiştir.

Çizelge 4. Ticaret odası ile ihracat durumu

Ticaret Odasına	İhracat yapıyor		İhracat yapmıyor		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Bağlı	11	26,1	31	73,9	42	100
Bağlı değil	3	5,2	54	94,8	57	100
Toplam	14	14,1	85	85,9	99	100

$$(X^2=8,722, Sd=1, p=0,003)$$

Ticaret odasına bağlı olan mobilya işletmelerinin, bağlı olmayan işletmelere göre daha yüksek oranda ihracat yaptıkları tespit edilmiştir. Ki kare testi sonucuna göre, hesaplanan değer tablo değerinden büyük olduğundan farksızlık hipotezi reddedilmiştir. Buna göre, işletmelerin ticaret odasına bağlı olması, ihracat yapılmasını etkilemektedir. Sonuçta, ticaret odasına bağlı olan işletmeler ile ihracat yapılması arasında $\alpha=0,05$ yanılığ

olasılığı ile istatistiksel olarak bir ilişki olduğu söylenebilir.

Mobilyacılar odasına bağlı olunması ile ihracat durumu arasındaki ilişkiye ait sonuçlar Çizelge 5'te verilmiştir.

Çizelge 5. Mobilyacılar Odasına bağlı olunması ile ihracat durumu

Mobilyacılar Odasına	İhracat yapıyor		İhracat yapmıyor		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Bağlı	6	13,3	39	86,7	45	100
Bağlı değil	8	14,8	46	85,2	54	100
<i>Toplam</i>	<i>14</i>	<i>14,14</i>	<i>85</i>	<i>85,85</i>	<i>99</i>	<i>100</i>

($X^2=0,044$, $Sd=1$, $p=0,833$)

Mobilyacılar odasına bağlı olan mobilya işletmelerinin %86,7'sinin ihracat yapmadıkları tespit edilmiştir. Ki kare testi sonucuna göre, hesaplanan değer tablo değerinden küçük olduğundan farksızlık hipotezi reddedilmez. Buna göre, Mobilyacılar Odasına bağlı olması işletmenin, ihracat yapmasını etkilememektedir. Sonuçta, Mobilyacılar Odasına bağlı olan işletmeler ile işletmenin ihracat yapma durumu arasında $\alpha=0,05$ yanlışlığı olasılığı ile istatistiksel olarak bir ilişki olmadığı söylenebilir.

Model ve tasarımları karşılamada tasarım birimi bulunması ile ihracat durumu arasındaki ilişkiye ait sonuçlar Çizelge 6'da verilmiştir.

Çizelge 6. Tasarım birimi ile ihracat durumu

İhracat	Model ve tasarımları karşılamada tasarım birimi				Toplam	
	Var		Yok			
	F	%	F	%	F	%
Yapıyor	13	36,1	1	1,5	14	14,1
Yapmıyor	23	63,9	62	98,5	85	85,9
<i>Toplam</i>	<i>36</i>	<i>100</i>	<i>63</i>	<i>100</i>	<i>99</i>	<i>100</i>

($X^2=22,489$, $Sd=1$, $p=0,000$)

Model ve tasarımları karşılamada, tasarım birimi olan işletmelerin %36,1'i ihracat yaparken, tasarım birimi olmayan işletmelerin sadece %1,5'inin ihracat yaptıkları belirlenmiştir. Ki kare testi sonucuna göre, hesaplanan değer tablo değerinden büyük olduğundan farksızlık hipotezi reddedilmiştir. Buna göre, mobilya işletmelerinde tasarım biriminin olması, işletmenin ihracat yapmasını etkilemektedir. Sonuçta, model ve tasarımları karşılamada tasarım birimine sahip olan işletmelerle, ihracat yapma durumu arasında $\alpha=0,05$ yanlışlığı olasılığı ile istatistiksel olarak bir ilişki olduğu söylenebilir.

Mobilya işletmelerinin model ve tasarımlarını karşılamada kaynak kullanımı Çizelge 7'de verilmiştir.

Çizelge 7. Model ve tasarımları karşılamada kaynak kullanımı

Model ve tasarımları karşılamada kaynak kullanımı	Evet		Hayır		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Katalog dergi	73	73,7	26	26,3	99	100
İnternet	12	12,1	87	87,9	99	100
Müşteri istekleri	56	56,6	43	43,4	99	100
Tasarım birimi	36	36,4	63	63,6	99	100

F: İşletme Sayısı %: Yüzdellik Değer

İşletmelerin %73,7'sinin katalog ve dergi, %12,1'inin internet kaynaklarını kullandıkları; %56,6'sının müşteri isteklerine göre, %36,4'ünün ise tasarım birimi marifeti ile model ve tasarımlarını karşıladıkları tespit edilmiştir.

Model ve tasarımları karşılamada müşteri isteklerini dikkate alan işletmeler ile ihracat durumu arasındaki ilişkiye ait sonuçlar Çizelge 8'de verilmiştir.

Çizelge 8. Müşteri istekleri ve ihracat durumu

Model ve tasarımları karşılamada müşteri istekleri	İhracat yapıyor		İhracat yapmıyor		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Dikkate almıyor	9	16,4	46	83,6	55	100
Dikkate alınmıyor	6	13,6	38	86,4	44	100
<i>Toplam</i>	<i>15</i>	<i>15,1</i>	<i>84</i>	<i>84,9</i>	<i>99</i>	<i>100</i>

($X^2=0,141$, $Sd=1$, $p=0,707$)

Model ve tasarımları karşılamada müşteri isteklerini dikkate alan mobilya üreticilerinin büyük bir çoğunluğunun ihracat yapmadıkları tespit edilmiştir. Ki kare testi sonucuna göre hesaplanan değer tablo değerinden küçük olduğundan farksızlık hipotezi reddedilmez. Buna göre, model ve tasarımları karşılamada müşteri isteklerinin dikkate alınması ile ihracat yapma durumu arasında $\alpha=0,05$ yanlışlığı olasılığı ile istatistiksel olarak bir ilişki olmadığı söylenebilir.

Dekorasyon üretimi ile ihracat durumu arasındaki ilişkiye ait sonuçlar Çizelge 9'da verilmiştir.

Çizelge 9. Dekorasyon üretimi ve ihracat durumu

Dekorasyon üretimi	İhracat yapıyor		İhracat yapmıyor		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Yapıyor	6	16,7	30	83,3	36	100
Yapmıyor	8	12,7	55	87,3	63	100
<i>Toplam</i>	<i>14</i>	<i>14,1</i>	<i>85</i>	<i>85,9</i>	<i>99</i>	<i>100</i>

($X^2=0,297$, $Sd=1$, $p=0,586$)

Dekorasyon üretimi ağırlıkta olan işletmelerin %83,3'ünün ihracat yapmadıkları belirlenmiştir. Ki kare testi sonucuna göre hesaplanan değer tablo değerinden küçük olduğundan iki değişken arasındaki farksızlık hipotezi reddedilmez. Buna göre, işletmelerin dekorasyon

üretimi yapmasının ihracata etkisi bulunmamaktadır. Sonuçta, dekorasyon üretimi ile işletmenin ihracat yapması arasında $\alpha=0,05$ yanılığın olasılığı ile istatistiksel olarak bir ilişki olmadığı söylenebilir.

Yatak odası mobilyası üretimi ile ihracat durumu arasındaki ilişkiye ait sonuçlar Çizelge 10'da verilmiştir.

Çizelge 10. Yatak odası mobilyası üretimi ve ihracat durumu

Yatak odası mobilyası üretimi	İhracat yapıyor		İhracat yapmıyor		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Yapıyor	9	18,3	40	81,7	49	100
Yapmıyor	5	10	45	90	50	100
Toplam	14	14,1	85	85,9	99	100

($X^2=1,427$, $Sd=1$, $p=0,232$)

Yatak odası mobilyası üretimi yapan işletmelerin %81,7'sinin ihracat yapmadıkları belirlenmiştir. Ki kare testi sonucuna göre hesaplanan değer tablo değerinden küçük olduğundan iki değişken arasındaki farksızlık hipotezi reddedilmemiştir. Buna göre, işletmelerin, yatak odası mobilyası üretimi yapmasının ihracata etkisi bulunmamaktadır. Sonuçta, yatak odası mobilya üretimi ile işletmenin ihracat yapması arasında $\alpha=0,05$ yanılığın olasılığı ile istatistiksel olarak bir ilişki olmadığı söylenebilir.

4. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Araştırma kapsamına alınan işletmelerin %85'inin ihracat yapmadığı görülmektedir. Çalışan işçi sayısı, mobilya işletmelerinin ihracat yapılmasını etkilemektedir. 1-9 işçi çalıştıran işletmelerin tamamı ihracat yapmamaktadır. İşletmelerin büyük bir kısmı (%49,5) yatak odası mobilyası üretimi yapmakta olup, bunu dekorasyon üretimi (36,4) takip etmektedir. Daha çok sipariş ile yatak odası mobilyası üretimi yapan işletmelerin %81,7'si ve dekorasyon üretimi yapan işletmelerin ise %83,3'ü, ihracat yapmamaktadır. Benzer bir çalışmada mobilya firmalarının arz-talep ilişkisi incelenmiş ve sonuçta, üretici firmaların bir kısmının stok üretiminde bulunduğu ve bu firmaların, ürettikleri malların müşteriler tarafından ileride alınmama gibi bir endişe taşımadıkları belirtilmiştir (5). Türkiye'de yaşanan ekonomik krizlerden dolayı iç piyasada daralmalar yaşandığı bilinmektedir. Bu daralmalar sonucunda arz-talep dengesi işletmelerin aleyhine bozulmakta ve mobilyaya olan talep azalmaktadır. İşletmelerin bu durum karşısında ihracata yönelerek, yeni pazarlar bulma çabaları olumlu sonuç vermektedir (9). Buna göre, ihracata yönelmenin, gerek firmaların varlığını sürdürmesi gerekse ülke ekonomisine katkı sağlaması bakımından büyük önem taşımaktadır.

Ticaret odasına bağlı işletmelerin %26'sı, bağlı olmayan işletmelerin ise %5,2'si ihracat yapmaktadır. Bu durum, işletmelerin ticaret örgütleri ile işbirliği içerisinde faaliyet gösterilmesi halinde, ihracat yapmada, kolaylaştırıcı etki yapabileceğini göstermektedir. Diğer taraftan Mobilyacılar Odasına bağlı olan mobilya işletmelerinin %87'si ihracat yapmamaktadır. Literatürde,

işletmeler genellikle dış pazarlarla ilgili bilgi ve deneyim eksikliği nedeniyle ihracat işlemlerini başarılması zor ve riskli bir iş olarak görmekte ve ihracat yapmaktan çekinmekte oldukları bildirilmiştir (6). Başka bir çalışmada ise Türk mobilya sanayi işletmelerinin Avrupa Topluluğu ve diğer ülkelerin işletmeleri ile rekabet için yapısal değişimi zorunlu görülmüştür. Ayrıca, pazar faaliyetlerinde etkin bir güç birliği oluşturmak amacı ile sektörel dış ticaret şirketleri kurulmasının yararlı olacağı ve sayılarının artması gerektiği ifade edilmiştir (10). Bu bilgilerin de ışığında; sivil toplum kuruluşlarının gerekli tedbirleri alması ve ihracata yönlendirme etkinliklerinin faydalı olacağı söylenebilir.

Model ve tasarımları karşılamada, tasarım birimi olan işletmelerin %36,1'i ihracat yaparken, tasarım birimi olmayan işletmelerin sadece %1,5'inin ihracat yapmaktadır. İşletmelerin %73,7'si katalog ve dergi, %12,1'i internet kaynaklarını kullanmakta; %56,6'sı müşteri isteklerine göre, %36,4'ü ise tasarım birimi marifeti ile model ve tasarımlarını karşılamaktadır. Model ve tasarımları karşılamada müşteri isteklerini dikkate alan işletmelerin büyük bir çoğunluğu ihracat yapmamaktadır. Bu durum, işletmelerin ihracat yapabilmeleri için tasarım birimine sahip olmaları gerektiğini ortaya koymaktadır. Literatürde, mobilya sektöründeki tasarımcıların %94'ünün bilgisayar destekli tasarımı yeterli düzeyde kullanmadığı belirtilmiştir (15). Başka bir çalışmada ise rekabet edebilmek için bilgisayar destekli tasarım ve imalat sistemlerinin kullanılması gerektiğinin altı çizilmiştir (17). Dolayısı ile mobilya sektöründe tasarım faaliyetlerinin yeterli düzeyde olmadığı; sektör temsilcilerinin ve sektörü temsil eden sivil toplum kuruluşlarının bu durum karşısında gerekli tedbirleri alması önerilebilir.

5. KAYNAKLAR

1. Akın, H., İstanbul'da KOBİ Kapsamındaki Mobilya Üretim İşletmelerinin Yapısal Sorunları ve Çözüm Önerileri, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 37-38, 2003.
2. Tanyel, F., Küçük ve Orta Ölçekli Mobilya Sektörümüz, KOSGEB, Ankara, 1-4, 2000.
3. Baykan, İ., "Burdurlu, E., Er, H., Şenay, A., "Fabrikasyon Mobilya Üretim Teknikleri", 1. Ulusal Mobilya Kongresi Bildiri Kitabı, Ankara, 33-35, 1997.
4. Aksu, B., "Türkiye'de Büyük Ölçekli Mobilya Sanayi İşletmelerinin Yönetimsel ve Örgütsel Yapılarının Analizi", Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2-5, 1997.
5. Esin, A., "XXI. Yüzyıl Ekonomilerine Doğru Bir Kalkınma Aracı Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler", AT Dergisi, 1: 12-13, 1991.
6. Başar, B., "Aracı İhracat Şirketleri ve Aracı İhracat Şirketlerinde İhracat İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi", T.C. Başbakanlık, Dış Ticaret Dergisi, 33, 2004.
7. Yeniçeri, B., "Mobilya Sektörü Dış Pazar Araştırması", İGEME, 1, 5-6, 2005.
8. Ansen, Y., "Halk Bankası ve KOBİ'lere Yönelik Hizmetleri", İGEME'den Bakış, 4, 16-24, 2000.

9. Efe, H., Demirci, S., “Türkiye ve Dünya Mobilya Dış Ticareti Üzerine Bir Araştırma”, Politeknik Dergisi, 8 (2), 179-187, 2005.
10. Kurtoğlu, A., “Günümüzde Türkiye ve Dünyada Mobilya Endüstrisi ve Dış Ticareti”, Mobilya Dergisi, İstanbul, 16-34, 2001.
11. Uludağ, I., Serin, V., “Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 34-36, 1991.
12. Şenol H., “İmalat Sanayinde KOBİ’lerin Büyük Sanayi ile Entegrasyonunun İncelenmesi ve Japon Modelinin Uygulanabilirlik Araştırması”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1, 1998.
13. Erez, Y., “2000’li Yıllara Girerken Türkiye’nin Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Politikası Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Konferansı”, TOBB Yayınları, 278: 9-15, 1993.
14. Şimşek, M., Ekonominin Lokomotifi KOBİ’lerin Olmazsa Olmazları, Alfa Yayınları, 173-199, 2002.
15. Yıldırım, K., Çınar, H., Söğütü, C., Togay, A., “Üniversite ile Mobilya Endüstrisi İşbirliği Arakesitinde Cad Eğitimi ve Kullanımı”, I.Uluslararası Yerel Yönetimler Üniversite Sanayi İşbirliği Sempozyumu, 2:44-252, 2003.
16. Yamane, T., (Çevirenler: Esin, A., Bakır, M.A., Aydın, C. vd.) “Temel Örnekleme Yöntemleri”, Literatür Yayınları, İstanbul, 50-78, 2001.
17. Aras, R., İmirzi, H.Ö., Akın, H., “İstanbul’daki Küçük ve Orta Ölçekli Mobilya Üretim İşletmelerinin Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Politeknik Dergisi, cilt:10, Sayı: 1, s.105-110, Ankara, 2007.