

TÜRKİYE'DEKİ İÇ MİMARLIK FİRMALARININ AHŞAP MALZEMELER İLE İMALAT YAPAN KOBİ'LER HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİ VE SEKTÖREL İLİŞKİLERİ*

Selim DEĞİRMENİTEPE¹

Mehmet ÇOLAK²

ÖZ

Bu çalışmada, iç mimarlık firmalarının ahşap malzemeler ile imalat yapan KOBİ'ler hakkındaki görüşleri ve sanayi ve ilgili kurumlar ile ilişkileri araştırılmıştır. Bu araştırmanın amacı; iç mimarlık firmalarının ahşap malzemeler ile imalat yapan KOBİ'lere yönelik görüşlerini ve sanayi ve üniversite, meslek odası gibi kurum veya kuruluşlarla ilişkilerini belirlemektir.

Araştırma kapsamında; Türkiye'deki iç mimarlık sektörünün genel profilini yansıtabilmek amacıyla coğrafi ve ekonomik çeşitlilik göz önünde bulundurularak İstanbul, Ankara ve İzmir gibi üç büyük şehir örneklem grubuna dahil edilmiştir. Belirlenen bu illerde faaliyet gösteren toplam 272 iç mimarlık firmasının üst düzey yöneticilerine yönelik olarak hazırlanan anket formları, yüz yüze yöntemle uygulanmıştır. Katılımcıların verdikleri yanıtlar, nicel veri analizi yöntemleri kullanılarak sistematik bir şekilde değerlendirilmiş ve araştırma bulguları bu veriler ışığında oluşturulmuştur.

Sonuç olarak; araştırma yapılan işletmelerin, sanayi, üniversite, meslek odası gibi kurum veya kuruluşlarla, ahşap imalatı yapan KOBİ'lerle ve sanayideki diğer üreticilerle olan ilişkisine yönelik durumlarının istenilen ve olması gereken yeterli bir düzeyde olmadığı belirlenmiştir. İşletmeler, sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ'lerin üretimde kullandıkları teknolojileri, yöneticilerinin ve çalışan personellerinin eğitim seviyesi ve niteliğini yetersiz görmekte ve tasarladıkları ürünlerin ahşap imalatı yapan KOBİ'ler tarafından istenildiği şekilde, zamanda ve kalitede üretilmesi durumu hakkında olumsuz bir görüşe sahip oldukları belirlenmiştir. Aynı zamanda bu işletmelerin, ahşap malzeme ile ilgili yapılan etkinlikler ve ahşap imalatı yapan firmaları bir araya getiren platformlardan yeteri kadar davet almadıkları ve katılım sağlamadıkları anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İç Mimarlık Firmaları, Ahşap malzemeler, KOBİ, Sanayi

PERSPECTIVES OF INTERIOR ARCHITECTURE FIRMS ON SMES MANUFACTURING WITH WOOD MATERIALS AND THEIR RELATIONSHIPS WITH INDUSTRY AND RELATED INSTITUTIONS

ABSTRACT

In this study, the perspectives of interior design firms regarding SMEs engaged in the production of wooden materials, as well as their relationships with the industry and related institutions, were examined. The aim of this research is to determine interior architecture firms' views on SMEs producing with wood materials and their interactions with institutions such as industry, universities, and professional chambers.

Within the scope of the research, three major cities in Turkey – İstanbul, Ankara, and İzmir – were included in the sample group to reflect the general profile of the interior architecture sector, considering geographical and economic diversity. Survey

Makale Geliş/Kabul Tarihi: 25.02.2025/08.04.2025

* Bu çalışma Selim DEĞİRMENİTEPE adlı yazarın “İç Mimarlık Firmalarının Ahşap Malzemeyi Mobilya ve Yapı Malzemesi Olarak Tercihlerinin Belirlenmesi” adlı doktora tezinden hazırlanmıştır.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bingöl Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tasarım Bölümü, sdegirmenitepe@bingol.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-3686-4551

² Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği Bölümü, cmehmet@mu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-4780-587X

Künye Bilgisi: Değirmenitepe, S. & Çolak, M. (2025). Türkiye'deki iç mimarlık firmalarının ahşap malzemeler ile imalat yapan KOBİ'ler hakkındaki görüşleri ve sektörel ilişkileri, *Uluslararası Stratejik Boyut Dergisi*, 4(1), 37-49 Doi:10.63742/ustbd.1646692

forms prepared for top-level executives of 272 interior architecture firms operating in these cities were administered face-to-face. Participants' responses were systematically evaluated using quantitative data analysis methods, and research findings were developed based on this data.

In conclusion, it was determined that the firms examined do not maintain an adequate level of engagement with institutions or organizations—such as industry, universities, and professional chambers—as well as with SMEs involved in wood manufacturing and other industry producers. The firms perceive the production technologies employed by wood manufacturing SMEs, along with the educational background and qualifications of their managers and staff, as inadequate, and they hold a negative view regarding these SMEs' ability to produce the designed products in the desired manner, on time, and at the required quality level. Additionally, it was found that these firms do not receive sufficient invitations to events related to wood materials or platforms connecting wood manufacturers and rarely participate in such activities.

Keywords: Interior Architecture Firms, Wooden Materials, SMEs, Industry

GİRİŞ

Ahşap malzemeler; doğal yapısı korunarak üretilen masif ahşap ya da doğal ahşap ve teknolojik yöntemlerle işlenip özellikleri optimize edilerek kullanım imkanları geliştirilen ahşap esaslı malzeme ya da yapay ahşap olmak üzere iki ana kategoriye ayrılır. Bu malzemeler mobilya ve yapı malzemesi olarak kullanılmaktadırlar (Kartal, 2015). Mobilya ve yapı elemanlarının imalatında kullanılan ahşap malzemeler, doğal masif ahşap ile MDF, kontrplak, OSB, yonga levha gibi ahşap türevli ürünler veya ahşap kompozitler olarak sınıflandırılabilir.

Genel olarak mobilya ve yapılarda kullanılan malzemeler ahşap malzemeler, tekstil ürünleri, plastik malzemeler, metal malzemeler ile doğal ve suni deri olarak sıralanabilir (Kurtoglu ve Sofuoğlu, 2013).

Ahşap ve ahşap esaslı malzemeler, mobilya ve yapı elemanları olarak hem iç hem dış mekânlarda yaygın şekilde tercih edilen çok yönlü malzemelerdir. (Çolak ve Değirmen-tepe, 2020). Bu malzemelerin kullanım olanakları yüksek olmasına rağmen iç mimarlık firmalarının yeteri kadar tercih etmediği anlaşılmaktadır. Bu firmaların ahşap malzemeleri tercih etmeme sebepleri arasında üretim aşamasında sektördeki sorunlardan dolayı olduğu görülmektedir (Değirmen-tepe ve Çolak, 2021).

İç mimarlık firmalarının tasarladığı ürün ve mekanları istediği şekilde gerçekleştirebilmesi için üretim yapan iş yerlerinin teknolojisi, yönetimi, çalışanları, koordinasyonu gibi faktörler belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu tasarım firmalarının kullandıkları malzemeler arasında ahşap ve ahşap esaslı ürünlerin büyük bir yeri olduğu bilinmektedir. Günümüzde iç mekan tasarımında sürdürülebilirlik ve doğal malzeme kullanımına yönelik artan talep, ahşap ve ahşap esaslı malzemeleri sektörün vazgeçilmez bir parçası haline getirmiştir. Buna rağmen ahşap malzemelerin sektörde faaliyet gösteren firmaların tercihleri arasında yeteri kadar yer almadığı görülmektedir.

Küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler), ahşap malzemelerin üretiminde hem yerel zanaatkarlık hem de endüstriyel yeniliklerle öne çıkmaktadır. Ancak, genel olarak KOBİ'ler, yönetsel eksiklikler, yetersiz teknolojik altyapı, üretim ve nitelikli işgücü sorunları nedeniyle rekabet güçleri ve sürdürülebilirlikleri açısından önemli zorluklarla karşılaşmaktadır (Binici ve Can, 2023; Şahin ve Özüdoğru, 2019; Emecen ve Çiçek, 2016). Aynı zamanda iç mimarlık firmaları ile ahşap üreticisi KOBİ'ler arasındaki iş birlikleri, kalite standartlarının uyumsuzluğu, tedarik süreçlerindeki lojistik sorunlar ve sanayi kuruluşlarının desteğinin yetersizliği gibi engellerle karşılaşmaktadır. İç mimarlık sektörüne devletin teşvik ve proje desteklerinde yeteri kadar yer verilmediği de anlaşılmaktadır (Değirmen-tepe ve Çolak, 2025). Bu sebeple; tasarım firmalarından biri olan iç mimarlık firmalarının ahşap mobilya ve yapı elemanı üreticileri hakkındaki görüşleri ve sektörel ilişkileri önem arz etmektedir.

Araştırmanın amacı; iç mimarlık firmalarının ahşap malzemeler ile imalat yapan KOBİ'ler hakkındaki görüşlerini ve sanayi ve ilgili kurumlarla ilişkilerini belirlemek için iç mimarlık firmaları üzerine bir araştırma yapılmasıdır. Bu çalışma, iç mimarlık sektörünün ahşap ve ahşap türevli malzeme

üreticisi KOBİ'lere yönelik algılarını, meslek odaları, sanayi birlikleri ve devlet kurumlarıyla olan etkileşimlerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, iç mimarlık firmaları üzerine bir araştırma yapılması için ilgili firmalarının yöneticilerine anket tekniği uygulanarak istenilen bilgilere erişilmeye çalışılmıştır.

MATERYAL VE METOT

Araştırma kapsamında evren; Türkiye'deki ticaret ve sanayi odaları veya ticaret odalarında "Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler" kategorisinde "74.10.01" NACE kodu ve "İç mimarların faaliyetleri (iç dekorasyon dahil)" başlığı altında hizmet veren iç mimarlık firmalarından seçilmiş olup, İzmir'de 20, Ankara'da 54 ve İstanbul'da 198 olmak üzere toplamda 272 firmaya anket uygulaması gerçekleştirilerek veri toplama süreci tamamlanmıştır.

Tarama modeline göre yürütülen bu çalışmada; araştırma sorularının tasarlanması, çalışmanın metodolojik bütünlüğü açısından gerekli görülmüştür. Bu bağlamda, araştırmanın hedefleri doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- 1- Katılımcıların işletmelerinin ahşap imalatı yapan KOBİ'lere yönelik görüşleri nasıldır?
- 2- Katılımcıların işletmelerinin sanayi ve kurumlarla ilişkisine yönelik görüşleri nasıldır?

Veriler, katılımcıların anket sorularına verdikleri yanıtlar üzerinden toplanmış ve analiz edilmiştir. Çalışmada, betimsel araştırma modellerinden biri olan tarama modeli tercih edilmiş olup, bu modelin temel amacı incelenen olguyu derinlemesine tanımlamak ve yorumlamaktır. Bu tür araştırmalarda, olayın doğal şartları ve özellikleri korunarak veri toplama süreci yürütülür. Bu doğrultuda, anket cevaplarının dağılımını incelemek için yüzde ve frekans analizi uygulanmış, böylece katılımcıların görüşleri betimleyici istatistiklerle ortaya konularak sonuçlar yorumlanmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırma kapsamında evren; Türkiye'deki ticaret ve sanayi odaları veya ticaret odalarında "Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler" kategorisinde "74.10.01" NACE kodu ve "İç mimarların faaliyetleri (iç dekorasyon dahil)" başlığı altında hizmet veren iç mimarlık firmaları olarak belirlenmiştir.

Türkiye genelindeki tüm illerde yer alan ticaret ve sanayi odalarının resmi internet siteleri veya doğrudan iletişim yoluyla elde edilen veriler kullanılarak, aktif olarak faaliyet gösteren iç mimarlık firmalarının sayısı tespit edilmiştir. Yapılan detaylı incelemeler sonucunda, ana kütle (evren) büyüklüğü 2.087 firma olarak belirlenmiştir. Bu evrenin en yoğun temsil edildiği ilk üç şehir ise sırasıyla İstanbul (%68,18), Ankara (%11,36) ve İzmir (%3,93) olarak kaydedilmiştir.

Bu üç şehir (İstanbul, Ankara, İzmir), toplam evrenin %83,47'lik kısmını temsil etmekte olup, Türkiye genelini yansıtabilecek nitelikte bir örneklem oluşturduğu değerlendirilmiştir. İzmir, Ankara ve İstanbul illerindeki toplam firma sayısı ve yüzdesi Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. İzmir, Ankara ve İstanbul İllerindeki Toplam Firma Sayısı ve Yüzdesi

İLLER	FİRMA SAYISI	EVREN YÜZDESİ
İZMİR	82	3,93
ANKARA	237	11,36
İSTANBUL	1423	68,18
TOPLAM	1742	83,47

Örneklemin Belirlenmesi

Araştırma kapsamında örneklem hacmi, aşağıda belirtilen formül aracılığıyla hesaplanmıştır (Karasar, 1991).

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

n= Örnek büyüklüğü

P= Ölçülen özelliğin ana kütlede bulunma olasılığı (% 80 alınmıştır.)

Q= 1-P (Ölçülen özelliğin ana kütlede bulunmama olasılığı)

D= Kabul edilen örnekleme hatası (% 5 olarak öngörülmüştür.)

N= Ana kütle büyüklüğü

Z= Güven katsayısı (%95'lik güven için 1.96 alınmaktadır.) (Karasar, 1991).

İzmir, Ankara ve İstanbul illerinde bulunan iç mimarlık firmaların sayısı, araştırma evrenini oluşturan toplam firmaların sayısına yüzdeleri hesaplanarak Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Araştırma Evrenine Göre İlk 3 İlin Yüzdesi

İLLER	SAYI	YÜZDE	ARAŞTIRMA EVRENİ
İZMİR	82	4,70	1742
ANKARA	237	13,60	
İSTANBUL	1423	81,70	

Hesaplamalar sonucunda, anket çalışması için belirlenen toplam örneklem hacmi ve bu hacmin şehir bazında dağılımı Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. İllerin ve Toplam Örneklem Dağılımı

İLLER	ÖRNEKLEM BÜYÜKLÜĞÜ	TOPLAM ÖRNEKLEM BÜYÜKLÜĞÜ
İZMİR	10	216
ANKARA	29	
İSTANBUL	177	

Bu çizelgeye göre;

- İzmir Anket Sayısı ≥ 10
- Ankara Anket Sayısı ≥ 29
- İstanbul Anket Sayısı ≥ 177 olmalıdır.

Araştırmada örneklem hacmi (n=216) olarak belirlenmiş olup, ana kütlelerin temsili için 272 firma üzerinde anket çalışması yürütülmüştür.

Anket Sorularının Belirlenmesi ve Yapısı

Çalışmada verilerin toplanması için anket tekniği kullanılmış olup, soruların tasarımı sürecinde akademik çalışmalar, kurum arşivleri ve akademi ile endüstrinin ortak bilgi birikimi dikkate alınarak kapsamlı bir hazırlık yapılmıştır.

Anket formu 4 bölümden oluşturulmuştur.

Birinci bölümde anket uygulaması yapılan katılımcılara ait bilgiler, ikinci bölümde ise işletmeye ait genel bilgiler yer almaktadır.

Diğer bölümlerde ise, 5'li Likert ölçeğinde değerlendirmeye tabi tutulan temel başlıklar belirtilmiştir. Bu bölümlerde sırasıyla;

- Üçüncü bölüm: İşletmenin ahşap imalatı yapan KOBİ'ler ile ilişkisi,
- Dördüncü bölüm: İşletmenin sanayi ve kurumlar ile ilişkisi ele alınmıştır.

Katılımcıların Seçilmesi

İstanbul, Ankara ve İzmir'de faaliyet gösteren iç mimarlık firmalarının seçiminde, rastgele örnekleme tekniği benimsenerek katılımcılar belirlenmiştir.

Güvenirlilik Analizi

İç mimarlık sektörüne dair çalışmada elde edilen verilerin güvenirlik analizi sonuçları, aşağıdaki Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Araştırmada Kullanılan Anketlere Ait Alfa Güvenirlilik Katsayıları

Anket	Madde Sayısı	Cronbach Alfa
İşletmenin Ahşap İmalatı Yapan KOBİ'ler Hakkındaki Görüşleri	12	0,72
İşletmenin- Sanayi ve Kurumlar ile İlişkisi	6	0,76

Yapılan analizler sonucunda, anket formlarının Cronbach Alfa katsayılarının 0,72 ile 0,76 arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu katsayı, 0 ile 1 arasında değişen bir ölçekte değerlendirilir ve 0,70 veya üzeri değerler, ölçeğin güvenilir olduğunu gösterir (Tavşancıl, 2005). Araştırmada elde edilen sonuçlar, anket sorularının iç tutarlılık açısından kabul edilebilir düzeyde güvenilir olduğunu ortaya koymuştur.

Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinde, Microsoft Office Excel ve SPSS yazılımlarından yararlanılmıştır. Excel programı, veri düzenleme, sorgulama ve tablo oluşturma gibi temel işlemler için kullanılırken; SPSS ile verilerin güvenirlik analizleri, korelasyon çalışmaları ve istatistiksel değerlendirmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışma sürecinde, katılımcıların anket verilerinin dağılımını anlamak amacıyla yüzde ve frekans dağılımı incelemesi yapılmış, tüm analizler SPSS 25.0 paket programı aracılığıyla tamamlanmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

İşletmenin ahşap imalatı yapan KOBİ'ler ile ilişkisi

İşletmelerin ahşap imalatı yapan KOBİ'ler hakkında görüşlerini belirlemek amacı ile anket formunda verilen ifadeleri 5'li Likert ölçeğine göre “Kesinlikle Yetersiz”, “Yetersiz”, “Ne Yeterli Ne Yetersiz”, “Yeterli” ve “Kesinlikle Yeterli” şeklinde değerlendirerek cevaplandırılması istenmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplar neticesinde elde edilen verilerle yüzde, frekans, ortalama, ortanca ve tepe değerleri hesaplanarak Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5. İşletmelerin Ahşap İmalatı Yapan KOBİ'ler Hakkındaki Görüşlerinin İncelenmesi

Ahşap imalatı yapan KOBİ'leri ve işletmenizin ahşap imalatı yapan KOBİ'lerle olan ilişkisini değerlendiriniz.		Kesinlikle Yetersiz	Yetersiz	Ne Yeterli Ne Yetersiz	Yeterli	Kesinlikle Yeterli	Ort	OR	TD
İşletmenizin ahşap imalatı yapan KOBİ'lerle ilişkisi	f	44	131	67	23	7			
	%	16,2	48,2	24,6	8,5	2,6	2,33	2	2
Sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ'lerin üretimde kullandığı teknolojiler	f	42	121	79	24	6			
	%	15,4	44,5	29,0	8,8	2,2	2,38	2	2
Sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ'lerde yöneticilerin eğitim seviyesi	f	40	123	88	17	4			
	%	14,7	45,2	32,4	6,3	1,5	2,35	2	2
Sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ'lerde çalışan personellerin eğitim seviyesi	f	39	113	85	35	-			
	%	14,3	41,5	31,3	12,9	-	2,43	2	2
Sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ'lerde yöneticilerin niteliği	f	32	124	94	20	2			
	%	11,8	45,6	34,6	7,4	0,7	2,40	2	2
Sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ'lerde çalışan personellerin niteliği	f	27	121	97	23	4			
	%	9,9	44,5	35,7	8,5	1,5	2,47	2	2
Tasarladığınız ürünlerin ahşap imalatı yapan KOBİ'lerde istediğiniz şekilde üretilmesi	f	14	94	89	71	4			
	%	5,1	34,6	32,7	26,1	1,5	2,84	3	2
Tasarladığınız ürünlerin ahşap imalatı yapan KOBİ'lerde istediğiniz zamanda üretilmesi	f	16	98	82	72	4			
	%	5,9	36,0	30,1	26,5	1,5	2,82	3	2
Tasarladığınız ürünlerin ahşap imalatı yapan KOBİ'lerde istediğiniz kalitede üretilmesi	f	6	107	93	62	4			
	%	2,2	39,3	34,2	22,8	1,5	2,82	3	2
İşletmenizin tasarım sürecinde birlikte çalıştığınız ahşap imalatı yapan üreticilerle koordinasyonu	f	3	110	81	73	5			
	%	1,1	40,4	29,8	26,8	1,8	2,88	3	2
İşletmenizin ahşap imalatı yapan firmaları bir araya getiren platformlardan davet alma derecesi	f	26	140	82	21	3			
	%	9,6	51,5	30,1	7,7	1,1	2,39	2	2
İşletmenizin ahşap imalatı yapan firmaları bir araya getiren platformlara katılım sağlama derecesi	f	24	112	81	45	10			
	%	8,8	41,2	29,8	16,5	3,7	2,65	3	2

Ort= Ortalama, OR= Ortanca, TD= Tepe değer f: Frekans %: Yüzde

Tablo 5 incelendiğinde, “İşletmenizin ahşap imalatı yapan KOBİ’lerle ilişkisi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,33$, OR=2, TD=2) olduğu görülmektedir. Katılımcılar, işletmelerinin ahşap imalatı yapan KOBİ’ler ile olan ilişkilerini yetersiz bulmuştur.

“Sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ’lerin üretimde kullandığı teknolojiler” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,38$, OR=2, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 5). Katılımcılar, sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ’lerin üretimde kullandığı teknolojilerin yetersiz olduğu konusunda ortak görüşe sahiptir.

“Sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde yöneticilerin eğitim seviyesi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,35$, OR=2, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 5). Katılımcılar, sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ’lerdeki yöneticilerin eğitim seviyesinin yetersiz olduğunu düşünmektedir.

“Sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde çalışan personellerin eğitim seviyesi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,43$, OR=2, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 5). Katılımcılar, sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde çalışan personelin eğitim seviyesinin yetersiz olduğu konusunda ortak görüşe sahiptir.

“Sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde yöneticilerin niteliği” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,40$, OR=2, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 5). Katılımcılar, sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde yöneticilerin niteliğini yetersiz bulmuştur.

“Sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde çalışan personellerin niteliği” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,47$, OR=2, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 5). Katılımcılar, sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde çalışan personelin niteliğinin yetersiz olduğunu ifade etmiştir.

“Tasarladığınız ürünlerin ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde istediğiniz şekilde üretilmesi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “Ne Yeterli Ne Yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,84$, OR=3, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 5). Bununla birlikte, ortanca ve tepe değer dikkate alındığında, katılımcıların tasarlanan ürünlerin ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde istenilen şekilde üretilmesi konusunda olumsuz görüşe sahip olduğu belirlenmiştir.

“Tasarladığınız ürünlerin ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde istediğiniz zamanda üretilmesi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “Ne Yeterli Ne Yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,82$, OR=3, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 5). Bununla birlikte, ortanca ve tepe değer dikkate alındığında, katılımcıların tasarlanan ürünlerin ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde istenilen sürede üretilmesi konusunda olumsuz görüşe sahip olduğu gözlenmiştir.

“Tasarladığınız ürünlerin ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde istediğiniz kalitede üretilmesi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “Ne Yeterli Ne Yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,82$, OR=3, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 5). Bununla birlikte, ortanca ve tepe değer dikkate alındığında, katılımcıların tasarlanan ürünlerin ahşap imalatı yapan KOBİ’lerde istenilen kalitede üretilmesi konusunda olumsuz görüş belirtme eğiliminde oldukları belirlenmiştir.

“İşletmenizin tasarım sürecinde birlikte çalıştığınız ahşap imalatı yapan üreticilerle koordinasyonu” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “Ne Yeterli Ne Yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,88$, OR=3, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 5). Bununla birlikte, ortanca ve tepe değer dikkate alındığında, katılımcıların işletmelerinin tasarım sürecinde birlikte çalıştığı üreticilerin koordinasyonu konusunda olumsuz görüş belirtme eğiliminde oldukları gözlenmiştir.

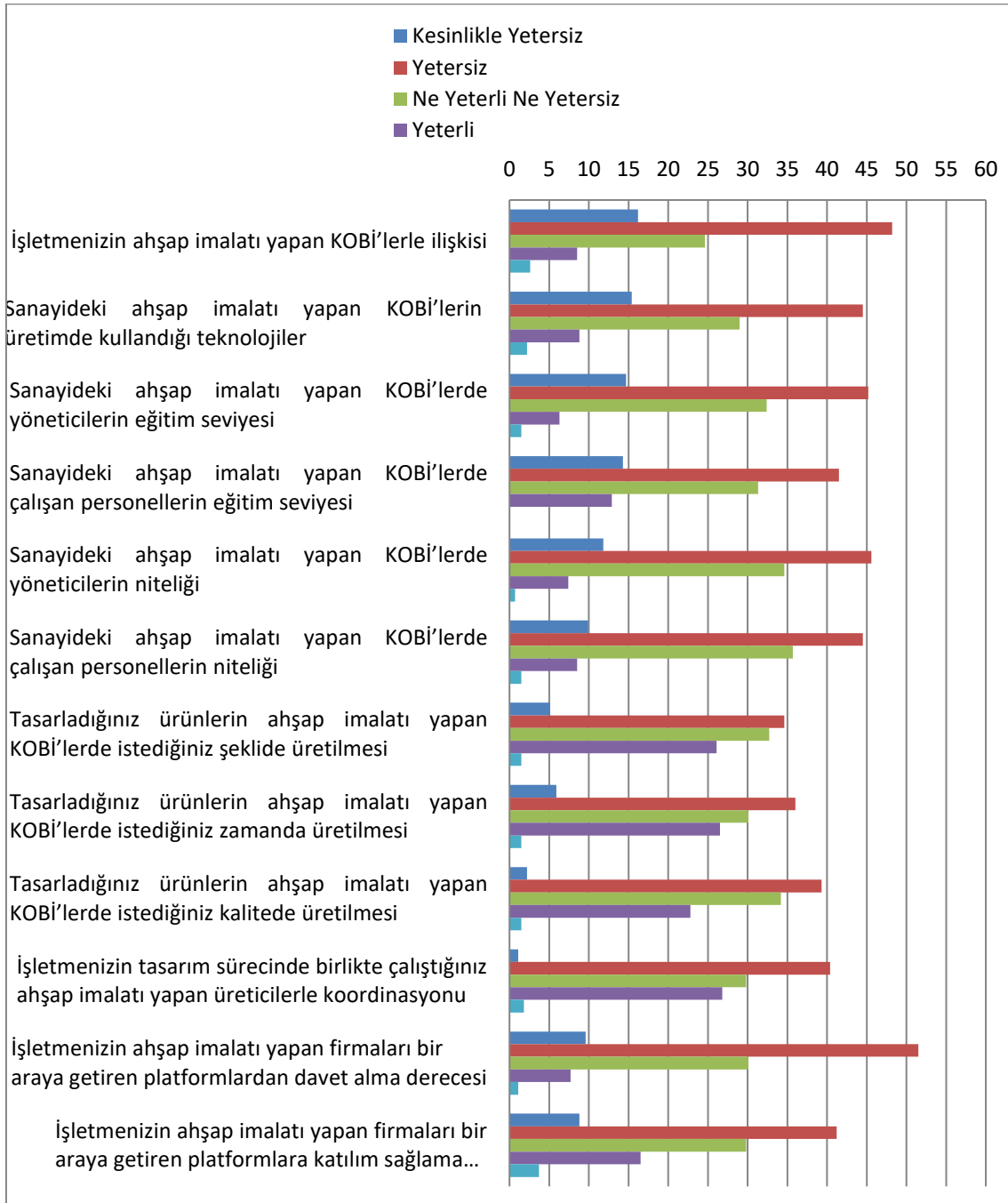
“İşletmenizin ahşap imalatı yapan firmaları bir araya getiren platformlardan davet alma derecesi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,39$, OR=2, TD=2) olduğu

görülmektedir (Tablo 5). Katılımcılar, işletmelerinin ahşap imalatı yapan firmaları bir araya getiren platformlardan davet alma derecelerini yetersiz görmüştür.

“İşletmenizin ahşap imalatı yapan firmaları bir araya getiren platformlara katılım sağlama derecesi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “Ne Yeterli Ne Yetersiz” düzeyde ($\bar{x}=2,65$, OR=3, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 5). Bununla birlikte, ortanca ve tepe değer dikkate alındığında, katılımcıların işletmelerinin ahşap imalatı yapan firmaları bir araya getiren platformlara katılım sağlama derecelerini yetersiz görme eğiliminde oldukları gözlenmiştir.

İşletmelerin ahşap imalatı yapan KOBİ’lerle olan ilişkilerine yönelik değerlendirmelerin yüzdelik dağılımları Şekil 1’de verilmiştir.

Şekil 1. İşletmelerin Ahşap İmalatı Yapan KOBİ’lerle Olan İlişkilerine Yönelik Değerlendirmelerin Yüzdelik Dağılımları



Şekil 1, işletmelerin ahşap imalatı yapan küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) ile olan ilişkilerini çeşitli boyutlarda değerlendiren katılımcıların yanıtlarının yüzdelik dağılımlarını göstermektedir. Değerlendirme kriterleri arasında KOBİ'lerin üretimde kullandıkları teknolojiler, yönetici ve çalışanların eğitim seviyesi ve nitelikleri, tasarım sürecindeki koordinasyon, ürünlerin istenilen şekilde, zamanda ve kalitede üretilebilmesi gibi faktörler yer almaktadır. Grafik, katılımcıların değerlendirmelerini "Kesinlikle Yetersiz", "Yetersiz", "Ne Yeterli Ne Yetersiz" ve "Yeterli" şeklinde dört kategori altında sınıflandırmıştır. Genel olarak, birçok kriter için "Yetersiz" ve "Kesinlikle Yetersiz" değerlendirmelerinin ağırlıklı olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum, ahşap imalatı yapan KOBİ'lerin mevcut üretim süreçleri ve iş birlikleri açısından yetersiz bulunduğunu göstermektedir. Özellikle işletmelerin KOBİ'lerle ilişkisi, üretimde kullanılan teknolojiler, yöneticilerin ve çalışanların eğitim seviyesi ve nitelikleri ile ilgili olumsuz değerlendirmeler dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, tasarım süreçlerinde üreticilerle olan koordinasyon ve iş birliği platformlarına katılım düzeyi de genel olarak düşük değerlendirilmiştir. Bu bulgular, sektörün gelişimi açısından KOBİ'lerin teknoloji kullanımı, insan kaynağı kalitesi ve işletmeler arası iş birliklerini güçlendirmeye yönelik iyileştirmelere ihtiyaç duyduğunu ortaya koymaktadır.

İşletmenin - Sanayi ve Kurumlar İle İlişkisi

İşletmelerin sanayi ve ilgili kurumlarla olan ilişkisine yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla katılımcılardan anket formunda verilen ifadeleri 5'li Likert ölçeğine göre "Hiç Yok", "Az", "Orta", "Fazla" ve "Çok Fazla" şeklinde değerlendirilerek cevaplandırılması istenmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplar neticesinde elde edilen verilerle yüzde, frekans, ortalama, ortanca ve tepe değerleri hesaplanarak Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. İşletmelerin Sanayi ve İlgili Kurumlarla Olan İlişkisine Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi

İşletmenizin sanayi ve ilgili kurumlarla olan ilişkisini değerlendiriniz.		Hiç yok	Az	Orta	Fazla	Çok Fazla	Ort	OR	TD
İşletmenizin ilinizde bulunan sanayideki üreticiler ile ilişkisi	f	2	74	76	87	33	3,28	3	4
	%	0,7	27,2	27,9	32,0	12,1			
İşletmenizin ilinizdeki Ticaret Odası ile ilişkisi	f	17	112	64	69	10	2,79	3	2
	%	6,3	41,2	23,5	25,4	3,7			
İşletmenizin ilinizdeki Sanayi Odası ile ilişkisi	f	33	112	81	33	13	2,56	2	2
	%	12,1	41,2	29,8	12,1	4,8			
İşletmenizin Meslek Odası ile ilişkisi	f	17	93	73	74	15	2,92	3	2
	%	6,3	34,2	26,8	27,2	5,5			
İşletmenizin Üniversiteler ile ilişkisi	f	63	92	82	32	3	2,34	2	2
	%	23,2	33,8	30,1	11,8	1,1			
İşletmenizin Devlet destekli teşvik ve projelerden yararlanma durumu	f	35	117	85	30	5	2,46	2	2
	%	12,9	43,0	31,3	11,0	1,8			

Ort= Ortalama, OR= Ortanca, TD= Tepe değeri f: Frekans %: Yüzde

Tablo 6 incelendiğinde, “İşletmenizin ilinizde bulunan sanayideki üreticiler ile ilişkisi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “orta” düzeyde ($\bar{x}=3,28$, OR=3, TD=4) olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, ortanca ve tepe değer dikkate alındığında ise katılımcıların işletmelerinin illerinde bulunan sanayi üreticileri ile olan ilişkilerini fazla düzeyde bulma eğiliminde oldukları söylenebilir.

“İşletmenizin ilinizdeki Ticaret Odası ile ilişkisi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “orta” düzeyde ($\bar{x}=2,79$, OR=3, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 6). Bununla birlikte, ortanca ve tepe değer dikkate alındığında ise katılımcıların işletmelerinin illerinde bulunan ticaret odaları ile olan ilişkilerini az düzeyde bulma eğiliminde oldukları söylenebilir.

“İşletmenizin ilinizdeki Sanayi Odası ile ilişkisi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “az” düzeyde ($\bar{x}=2,56$, OR=2, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 6). Katılımcıların, işletmelerinin illerinde bulunan sanayi odaları ile olan ilişkilerini yetersiz düzeyde buldukları gözlenmiştir.

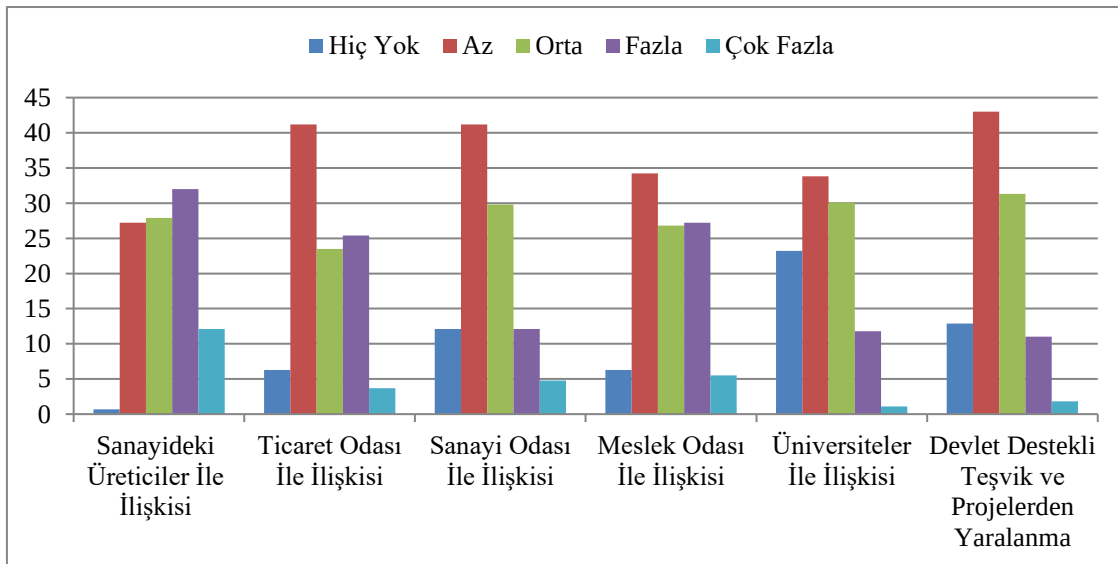
“İşletmenizin ilinizdeki Meslek Odası ile ilişkisi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “orta” düzeyde ($\bar{x}=2,92$, OR=3, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 6). Bununla birlikte, ortanca ve tepe değer dikkate alındığında katılımcıların, işletmelerinin illerinde bulunan meslek odaları ile olan ilişkilerini az düzeyde bulma eğiliminde oldukları belirlenmiştir.

“İşletmenizin Üniversiteler ile ilişkisi” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “az” düzeyde ($\bar{x}=2,34$, OR=2, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 6). Katılımcılar işletmelerinin illerinde bulunan üniversiteler ile olan ilişkilerini yetersiz düzeyde bulmuştur.

“İşletmenizin Devlet destekli teşvik ve projelerden yararlanma durumu” ifadesine katılımcıların verdikleri cevapların “az” düzeyde ($\bar{x}=2,46$, OR=2, TD=2) olduğu görülmektedir (Tablo 6). Katılımcılar, işletmelerinin devlet destekli teşvik ve projelerden yararlanma düzeyini yetersiz bulmuştur.

İşletmelerin sanayi ve ilgili kurumlarla olan ilişkisine yönelik değerlendirmelerin yüzdelik dağılımları Şekil 2’de verilmiştir.

Şekil 2. İşletmelerin Sanayi ve İlgili Kurumlarla Olan İlişkisine Yönelik Değerlendirmelerin Yüzdelik Dağılımları (%)



Şekil 2, iç mimarlık firmalarının sanayi üreticileri, meslek odaları, ticaret ve sanayi odaları, üniversiteler ve devlet destekli teşviklerden yararlanma düzeylerini analiz etmektedir. Veriler incelendiğinde, firmaların bu kurumlarla olan etkileşimlerinin genellikle sınırlı olduğu ve büyük ölçüde "az" veya "orta" seviyelerde yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle ticaret ve sanayi odaları ile kurulan

ilişkilerin düşük düzeyde olduğu, sanayi üreticileri ve meslek odaları ile etkileşimin ise görece daha dengeli bir dağılım gösterdiği dikkat çekmektedir. Üniversitelerle olan iş birlikleri belirli bir seviyede varlık gösterse de, "çok fazla" düzeyinde bir etkileşimin bulunmaması akademik bilgi ve yenilikçi yaklaşımlar açısından bir eksiklik olarak görülmektedir. Bununla birlikte, firmaların devlet destekli teşvik ve projelerden yararlanma oranlarının genel olarak düşük olduğu görülmektedir. Bu durum, sektörde faaliyet gösteren işletmelerin finansal ve teknolojik kapasitelerini geliştirme noktasında önemli bir kısıt oluşturmaktadır. Devlet teşviklerinden sınırlı düzeyde yararlanılması, firmaların yenilikçi üretim süreçlerine entegrasyonunu ve rekabet gücünü artırma potansiyelini olumsuz yönde etkilemektedir. Sonuç olarak, iç mimarlık firmalarının sanayi kuruluşları, akademik kurumlar ve meslek örgütleri ile daha güçlü iş birlikleri geliştirmeleri, aynı zamanda devlet desteklerinden daha etkin yararlanabilmeleri için kurumsal ve stratejik düzenlemelere ihtiyaç duymaktadırlar. Bu doğrultuda, sektör paydaşları arasında daha güçlü bir entegrasyon sağlanması, bilgi ve teknoloji transferinin artırılması ve devlet destek mekanizmalarına erişimin kolaylaştırılması, sektörün sürdürülebilir büyümesi açısından kritik bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın Sonuçları

İşletmelerin sanayi ve ilgili kurumlarla olan ilişkisine yönelik durumları incelendiğinde, işletmelerin kendi illerinde bulunan sanayideki üreticiler ile ilişkileri orta düzeyde olduğu görülmekte fakat işletmelerinin bu ilişkilerini fazla düzeyde bulma eğiliminde oldukları belirlenmiştir. İşletmelerin kendi illerindeki ticaret odası ve meslek odası ile ilişkileri de orta düzeyde olduğu ancak işletmelerinin illerinde bulunan ticaret odaları ile olan ilişkilerini az düzeyde bulma eğiliminde oldukları görülmüştür. Kendi illerindeki sanayi odası ile ilişkilerinin az ve yetersiz düzeyde olduğu gözlenmiştir. İşletmeler üniversiteler ile olan ilişkilerini ve Devlet destekli teşvik ve projelerden yararlanma durumlarını az ve yetersiz seviyede olduğunu belirtmişlerdir. Genel olarak, işletmelerin sanayi ve ilgili kurumlarla olan ilişkisine yönelik durumlarının istenilen ve olması gereken yeterli bir düzeyde olmadığı görülmüştür.

İşletmelerin ahşap imalatı yapan KOBİ'lerle ilgili ilişkileri ve görüşleri incelendiğinde, işletmelerin ahşap imalatı yapan KOBİ'lerle olan ilişkilerinin düşük ve yetersiz seviyede olduğu görülmüştür. İşletmeler, sanayideki ahşap imalatı yapan KOBİ'lerde; üretimde kullanılan teknolojileri, yöneticilerin ve çalışan personellerin eğitim seviyesini ve yöneticilerin ve çalışan personellerin niteliğini yetersiz görmüşlerdir. İşletmeler, tasarladıkları ürünlerin ahşap imalatı yapan KOBİ'ler tarafından istenildiği şekilde, zamanda ve kalitede üretilmesi durumunu yeterli ya da yetersiz görmemekte fakat işletmelerin bu durum hakkında olumsuz bir görüşe sahip oldukları belirlenmiştir. İşletmelerin ahşap imalatı yapan firmaları bir araya getiren platformlardan davet alma derecesinin yetersiz düzeyde olduğu görülürken, işletmelerin bu platformlara katılım sağlama derecesinin ise tam anlamıyla yeterli ya da yetersiz olmadığı fakat yetersiz düzeyde görme eğiliminde oldukları gözlenmiştir.

Araştırma Önerileri

İç mimarlık firmalarının, ahşap malzemelerden mobilya ya da yapı malzemesi üreten KOBİ'lerin üretimde kullandıkları teknolojiler ve tasarladıkları ürünlerin KOBİ'ler tarafından istenildiği şekilde, zamanda ve kalitede üretilmesi konularında olumsuz bir görüşe sahip oldukları görülmektedir. Aynı zamanda KOBİ'lerin yöneticilerinin ve çalışan personellerin eğitim seviyesi ve niteliği konusunda da olumsuz görüşler belirtmektedir. Bu durumun üretim yapan KOBİ'leri olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir. İç mimarlık firmaları özellikle de mobilya üretiminde ya kendi üretim yerlerini açmakta ya da açmayı planlamaktadır. Bu durumların önüne geçmek için öncelikle ahşap üreticilerinin günümüz teknolojisine teşvik, proje vb. faaliyetlerle ayak uydurmasını sağlamak gerekmektedir. Üniversite, sanayi ve ticaret odaları gibi ilgili kurumlar aracılığı KOBİ'lere eğitim, bilgilendirme ve bilinçlendirme faaliyetleri gerçekleştirilerek gerekli vizyon ve misyonu elde etmesini ve bu olumsuz imajdan kurtulmasını sağlamak gerekmektedir.

Tasarım firmalarından biri olan iç mimarlık firmalarının genel anlamda ahşap imalatı yapan KOBİ'ler ve sanayideki diğer üreticiler ile ilişkileri yetersiz seviyede olmakla birlikte, üniversiteler, sanayi odaları, ticaret odaları, meslek odaları gibi sorunların çözümüne öncülük etmesi gereken kurum veya kuruluşlarla da ilişkilerinin olması gereken yeterlilikte olmadığı görülmektedir. Aynı zamanda, genel olarak işletmelerin tasarım ve malzeme gelişimini sağlamak sebebiyle eğitim, seminer, fuar vb. platformlara katılımı yüksek iken gerek ahşap malzemeler ile ilgili gerekse ahşap imalatı yapan firmaları bir araya getiren platformlardan davet alma ve katılım sağlama seviyeleri de yetersiz görülmüştür. Öncülük etmesi gereken kurum veya kuruluşların; hem kendi aralarında hem de işletmelerle gerekli ilişkiyi kurması, birbirleriyle ortak noktaları olan firmaları ve araştırma kapsamında incelenen ahşap üreticileri ile tasarım firmalarını malzeme, tasarım, üretim ile ilgili etkinler ile bir araya getirecek platformlar oluşturması ve ortak projeler içinde olmalarını sağlaması, ilişkilerin, üreticinin ve üretimin güçlenmesini ve girişimlerde artış sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Binici, C. M., & Can, E. (2023). Türk kobi'lerinin endüstri 4.0'a verdiği tepkinin literatürde iş modelindeki yenilikler perspektifinden incelenmesi. *Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 11-24.
- Çolak, M., & Değirmenetepe, S. (2020). İç ve dış mekanlarda ahşap malzemelerin mobilya ve yapı malzemesi olarak kullanımı. *Türk Doğa ve Fen Dergisi*, 9(Özel Sayı), 190-199. DOI: <https://doi.org/10.46810/tdfd.789277>
- Değirmenetepe, S., & Çolak, M. (2021). Türkiye'deki iç mimarlık firmalarının ahşap malzemeleri kullanımı ve tercih düzeyleri. *Mobilya ve Ahşap Malzeme Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 193-204. DOI: <https://doi.org/10.33725/mamad.1012526>
- Değirmenetepe, S., & Çolak, M. (2025). Türkiye'deki iç mimarlık firmalarının sorunları ve geleceğe yönelik bakış açıları. *Mentor*, 1(1), 40–51. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15064035>
- Emecen, E., & Çiçek, H. (2016). KOBİ'lerin yönetim ve organizasyon sorunları: burdur ili imalat sektöründeki işletmeler üzerinde bir araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 8(1), 141-158.
- Karasar, N., (1991). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Sanem Matbaacılık.
- Kartal, B. (2015). *Yapılarda ahşap kullanımı ve çağdaş yapı teknolojisinde ahşap kullanımı*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Kurtoğlu, A., & Sofuoğlu, S.D. (2013). Mobilya ve ağaç işlerinde kullanılan ahşap malzemeler 1: Ağaç malzemelerin seçimi, işlenmesi, mobilya ve yapı elemanlarının üretiminde kullanılmaları, mobilya üretiminde kullanılan ağaç kökenli malzemeler. *Mobilya Dekorasyon*, 22(118), 62-78.
- Şahin, B.D., & Özüdoğru, H. (2019). KOBİ'lerde üretim ve pazarlama sorunları: Ostim örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 320-333.
- Tavşancıl, E., (2005). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Nobel Akademik Yayıncılık.