



**HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ  
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ**

**İç Mimarlık Ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı**

**İÇ MİMARLIK ALANINDA MOBİLYA ENDÜSTRİSİ KAYNAKLI SORUNLAR  
VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

**Sibel YAMAN**

**Yüksek Lisans Tezi**

## Kabul ve Onay

Sibel YAMAN tarafından hazırlanan "İç Mimarlık Alanında Mobilya Endüstrisi Kaynaklı Sorunlar Ve Çözüm Önerileri" başlıklı bu çalışma, jürimiz tarafından İç Mimarlık Ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi Çalışması Raporu olarak kabul edilmiştir.

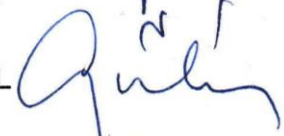
Jüri Başkanı

Prof. Bilge Sayıl ONARAN



Jüri Üyesi (Danışman)

Doç. Dr. Gülçin Cankız ELİBOL



Jüri Üyesi

Doç. Dr. Gözen Güner AKTAŞ



Jüri Üyesi

Doç. Alım Selin MUTDOĞAN



Jüri Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Emre DEMİREL



Bu çalışma, Hacettepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca yukarıdaki jüri tarafından uygun bulunmuştur.

Prof. Dr. Pelin YILDIZ

Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürü

Ankara, 2019

## **İÇ MİMARLIK ALANINDA MOBİLYA ENDÜSTRİSİ KAYNAKLI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

**Danışman:** Doç. Dr. Gülçin Cankız Elibol

**Yazar:** Sibel YAMAN

### **ÖZ**

İç mimarlık disiplini, mekandaki işlevselliğin yanı sıra estetik ve ruhsal kaygıları da göz önünde bulundurarak mekanın algılanma şeklini tasarlamayı amaçlar. Bunun için kullandığı en etkili araçlardan biri ise mobilyadır. İç mimarlık ve iç mimarlık alanının temel tasarım öğelerinden olan mobilya sürekli olarak etkileşim halindedir. Bu nedenle iç mimarlık alanına katkı sağlayabilmek amacı ile mobilya sektörünün araştırılması büyük önem taşımaktadır.

Bu amaçla bu çalışmada iç mimarlık mesleğinin uygulama alanlarının önemli bir bölümünü oluşturan mobilya sektöründeki sorunların araştırılması hedeflenmiş ve bu alanda yaşanan sorunlar, sektöre yön veren firmaların gözünden araştırılmıştır. Çalışma kapsamında veriler, sektörde önemli yere sahip firmaların yetkilileri ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmeler ile elde edilmiştir. Görüşmeler sonucu elde edilen veriler analiz edilerek mobilya sektörünün genel durumunun ortaya konması, iç mimarlık mesleğinin bu alandan etkilenmesi sonucu oluşabilecek problemlerin tespit edilmesi ve bu problemlere yönelik çözüm önerilerinin sunulması amaçlanmıştır. Aynı zamanda ulaşılan sonuçlar ile bu alanlarda yapılacak diğer çalışmalara katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Bu kapsamda çalışmanın içeriğini iç mimarlık ve mobilya kavramlarının birbirleri üzerindeki etkisi ve önemi, mobilya sektörünün mevcut durumu, sorunları, bu sorunların tespitine yönelik yapılan görüşmeler, bu görüşmeler sonucu elde edilen bilgiler, bu sonuçların iç mimarlık disiplini üzerindeki etkileri ve bunlara yönelik çözüm önerileri oluşturmaktadır.

**Anahtar sözcükler:** İç mimarlık, mobilya, mobilya endüstrisi, tasarım, sektörel sorunlar.

## **FURNITURE INDUSTRY-RELATED PROBLEMS IN INTERIOR ARCHITECTURE AND SOLUTION PROPOSALS**

**Supervisor:** Assoc. Prof. Gülçin Cankız Elibol  
**Yazar:** Sibel YAMAN

### **Abstract**

Interior architecture as a discipline aims to design how the space is perceived, taking aesthetic and spiritual concerns into consideration as well as functionality. One of the most efficient means interior architecture uses to this end is furniture. Interior architecture and furniture, one of the basic design elements of interior architecture, are in constant interaction. Thus, studying the furniture industry is of great importance to make contributions to interior architecture as a field.

Therefore, this study aims to investigate the problems in the furniture industry, constituting a substantial part of the interior architecture profession's application fields, from the perspective of the leading companies of the industry. Under the study, data were obtained through face-to-face interviews with officials of the companies having an important place in the sector. The data collected in these interviews were analyzed to reveal the general status of the furniture industry, identify possible problems to occur as a result of this area's influence on the interior architecture profession, and proposing solutions to these problems. In addition, through the results of the study, it was aimed to make contributions to other studies to be conducted in this field.

In this regard, the content of this study covers the importance of the concepts of interior architecture and furniture and their influence on each other, current status and problems of the furniture industry, interviews made to identify these problems, information obtained via these interviews, effects of the study results on the interior architecture discipline and the proposed solutions.

Key Words: Interior architecture, furniture, furniture industry, design, sectoral problems.

## İÇİNDEKİLER DİZİNİ

ÖZ.....	i
Abstract .....	ii
İÇİNDEKİLER DİZİNİ .....	iii
GÖRSEL DİZİNİ.....	v
KISALTMALAR .....	vi
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM: İÇ MİMARLIK ALANINDA MOBİLYANIN ÖNEMİ.....	4
2. BÖLÜM: MOBİLYA ENDÜSTRİSİ .....	7
2.1. Mobilya Sınıflandırması .....	7
2.2. Mobilya Üretim Süreci .....	11
2.3. Türkiye Mobilya Endüstrisi.....	17
2.3.1. Mevcut Durum .....	17
2.3.2. Dış ticaret .....	22
2.3.3. Önemli Bölgeler.....	28
2.4. Mobilya Sektöründe İç Mimarlık Disiplininin Yeri.....	30
3. BÖLÜM: YÖNTEM .....	33
4. BÖLÜM: ALAN ÇALIŞMASI VE BULGULAR.....	36
4.1. Firmaların Karşılaştıkları Temel Sektörel Sorunlar .....	38
4.1.1. Tedarik Sorunları .....	38
4.1.2. Tasarım-Üretim Sorunları.....	39
4.1.3. Etik Sorunlar .....	40

4.1.4. Diğer Sorunlar .....	41
4.1.5. Değerlendirme .....	41
4.2. Sorunların İç Mimarlık Alanı İle İlişkisi Hakkında Firmaların Görüşleri .....	43
4.3. Firmaların Bu Sorunlarla Başa Çıkma Yöntemleri .....	44
4.4. Sorunlara Yönelik Firmalar Tarafından Sunulan Öneriler .....	47
4.5. Genel Değerlendirme .....	49
5. BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİLER.....	53
KAYNAKLAR.....	57
Etik Komisyon Onay Bildirimi.....	61
Etik Beyanı.....	<b>Hata! Yer işareti tanımlanmamış.</b>
Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu .....	63
Master's Thesis Originality Report .....	<b>Hata! Yer işareti tanımlanmamış.</b>
YAYIMLAMA VE FİKRÎ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI .....	65

# GÖRSEL DİZİNİ

<b>Görsel 1.</b> Farklı açılardan mobilya Sınıflandırması .....	9
<b>Görsel 2.</b> Gümrük tarife istatistik pozisyonlarına (GTIP) göre, mobilya sektörü sınıflandırılması.....	10
<b>Görsel 3.</b> Standart uluslararası ticari sınıflandırılmasına (SITC) göre mobilya sektörü sınıflandırması .....	11
<b>Görsel 4.</b> Mobilya sektörü değer zinciri .....	16
<b>Görsel 5.</b> Mobilya endüstrisinde işyeri sayısı ve istihdam .....	19
<b>Görsel 6.</b> Türkiye'nin Dünyada aldığı üretim-tüketim payı .....	20
<b>Görsel 7.</b> Türkiye mobilya sektörü SWOT analizi .....	22
<b>Görsel 8.</b> Türkiye'nin dünyada aldığı ihracat-ithalat payı .....	22
<b>Görsel 9.</b> Türkiye mobilya sanayi dış ticaret dengesi .....	23
<b>Görsel 10.</b> Türkiye mobilya sanayi dış ticaret dengesi çizgi grafik .....	23
<b>Görsel 11.</b> Ürün gruplarına göre Türkiye mobilya ihracatı.....	24
<b>Görsel 12.</b> Ülkelere göre Türkiye mobilya ihracatı.....	25
<b>Görsel 13.</b> Ürün gruplarına göre Türkiye mobilya ithalatı .....	26
<b>Görsel 14.</b> Ülkelere göre Türkiye mobilya ithalatı.....	27
<b>Görsel 15.</b> İllere göre ilk 14 ve son 10 işyeri sayısı ve istihdam .....	29
<b>Görsel 16.</b> Mobilya endüstrisinde yaşanan temel sorunlar .....	43
<b>Görsel 17.</b> Bu sorunların iç mimarlık alanı ile ilişkisi.....	44
<b>Görsel 18.</b> Sorunlar ve firmaların başa çıkma yöntemleri.....	47
<b>Görsel 19.</b> Bu sorunlara yönelik firmalar tarafından sunulan öneriler .....	49
<b>Görsel 20.</b> Sorulara verilmiş olan yanıtların bir arada değerlendirilmesi .....	52

## KISALTMALAR

ASO: Ankara Sanayi Odası

BAKA: Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı

DOĞAKA: Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı

GTIP: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonları

MOSDER: Türkiye Mobilya Sanayicileri Derneği

MÜSİAD: Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği

OAİB: Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri

OKA: Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı

ORAN: Orta Anadolu Kalkınma Ajansı

OSB: Organize Sanayi Bölgesi

SITC: Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırılması

TİM: Türkiye İhracatçılar Meclisi

TOBB: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu



# GİRİŞ

Mimarlık alanına bağılı olarak gelişen iç mimarlık, insanların gereksinimlerini karşılamak amacıyla yaşadıkları mekanları estetik, pratik ve işlevsel olarak ele alan, bu mekanları insanların fiziksel ve ruhsal özellikleri ve eylemlerine uygun olarak tasarlayarak mekanların biçimlenişini belirleyen bir meslek alanı olarak tanımlanmaktadır (Kaçar,1998, 56). Aynı zamanda “ temelde uygulamaya dayalı, kullanıcı-mekan-işlev ilişkisinin belirli bir genel düşünce-kavram çerçevesinde tasarımcı tarafından kurgulandığı bir tasarım alanı” olarak tanımlanmaktadır (Kaptan, 2003, 87). “Her tasarım disiplinde olduğu gibi iç mekan tasarımı da bulunduğu dönemin sosyo-politik, sosyo-kültürel ile sosyo-ekonomik yapısına ve sürekli değişen biçimlerine bağılı kalarak gelişim göstermiştir” (Kaptan, 2003, 1). 20. yüzyılın başlarında konfor, estetik gibi kaygılarla bağlantılı olarak doğru ve ideal çözümler, malzeme ve uygulama tekniklerinin daha da önem kazanması ile diğer disiplinlerden ayrılarak tasarım mesleklerinin bir uzantısı olmuştur (Kaptan, 2003, 1).

Zamanla uygulama alanları genişleyen ve tasarım dünyası içindeki önemi artan içmimarlığın en temel amacı insanları mekana hizmet etmekten çıkarıp mekanları insanlara hizmet edecek konuma getirmektir. Bu aşamada en önemli nokta ise mekanın tüm belirleyicilerinin en küçük detaylara kadar bütünleyici bir rol oynamasını sağlamaktır (Afşar, 2009, 2). Mekanın belirleyicileri içinde en önemli yeri tutan tasarım elemanı ise, mekanlar içerisinde kullanıcıların gereksinimlerini karşılaması rahat hareket etmelerini sağlaması, eylemlerine yardımcı olması ve bunları gerçekleştirirken de kullanıcıya güvenli, rahat ve sağlıklı bir kullanım sunabilmesi nedeniyle önemli bir etkiye sahip olan mobilyadır (Başbuğ, 2016, 49).

Mobilya mekanın işlevlendirilmesinde ve kullanıcı eylemlerine uygun hale getirilmesinde etkin bir rol üstlenmektedir. Ayrıca mekana işlev, konfor ve estetik gibi değerler katarak mekan algısını doğrudan etkilemektedir. Bu durum mekanın mobilyayı, mobilyanın da mekanı etkileme, biçimlendirme ve dönüştürme gücünün

olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla da, mekan ve mobilya birbirleriyle doğrudan ilişkili ve sürekli olarak da etkileşim halindedir (Başbuğ, 2016, 49).

Bu etkileşim mobilya tasarımında önemli rol oynayan iç mimarlık disiplininin mobilya sektörünün gelişimi açısından önemini gösterirken iç mimarlık disiplininin de mobilya sektörünün ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve gelişmesi için mobilya sektörünün araştırılmasının, geliştirilmesinin, sorunlarının tespit edilmesi gibi gerekliliklerinin önemini ortaya koymaktadır. Aynı zamanda bu gelişimin tamamlanması için elde edilen veriler doğrultusunda mobilya sektörünün üstünlüklerinin artırılması, zayıflıklarının giderilmesi, tehditler için önlemler alınarak fırsatların değerlendirilmesi gereklidir (Koç ve diğerleri, 2015, 1159). Tüm bunların uygulanması Türkiye mobilya endüstrisinin beklenen gelişmeleri göstermesini sağlarken iç mimarlık alanının da gelişimine katkı sağlayabilmesi için büyük önem taşımaktadır.

Bu amaçla bu çalışmada iç mimarlık mesleğinin uygulama alanlarının önemli bir bölümünü oluşturan mobilya ve bu alanda yaşanan sorunlar, sektöre yön veren firmaların gözünden araştırılmış ve bulgular ilgili başlıklar altında verilmiştir. Amaç, iç mimarlık mesleğinin bu alandan etkilenmesi sonucu oluşabilecek muhtemel problemler ile ilgili ipuçları yakalamaya çalışmak ve bu problemlere yönelik çözüm önerileri sunabilmektir. Çalışmanın içeriği ise şu şekildedir;

Çalışma giriş ve onu takip eden 5 bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünde mobilya sektörü için iç mimarlık alanının öneminden bahsedilirken çalışmanın amaç ve kapsamı hakkında bilgilendirmeler yapılmıştır.

Birinci bölümde geçmişten günümüze mobilya kavramının değişen anlamı ve gelişimi hakkında bilgilendirmeler yapılmış ve iç mimarlık alanında mobilyanın öneminden bahsedilmiştir.

İkinci bölümde Türkiye mobilya sektörünün mevcut durumunun anlaşılabilmesi için öncelikle mobilya sınıflandırması ve mobilya üretim sürecinde yaşananlar konusunda araştırılma yapılmış, sonrasında mevcut durumu ile ilgili resmi, özel ve

uluslararası kuruluşların çıkardığı raporlar ve akademik yazınlar esas alınarak ulaşılan bilgiler doğrultusunda hazırlanan tablolara yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde amaçlanan verilere ulaşmak için kullanılan yöntemlerden ve ulaşılan bu verilerin nasıl analiz edileceğinden bahsedilmiştir.

Dördüncü bölümde çalışmanın konusu olan “İç Mimarlık Alanında Mobilya Endüstrisi Kaynaklı Sorunlar Ve Çözüm Önerileri” başlığına kaynak sağlaması amaçlı büyük ölçekli firmalar arasından belirli kriterler doğrultusunda seçilen 5 firmanın yöneticileri ile yapılan görüşmelere yer verilmiştir. Bu görüşmeler sonucunda elde edilen bilgilerin analizi yapılmıştır. Veriler analiz edilirken öncelikle görüşmelere dahil olan firmaların özellikleri incelenmiş, soruların analizi yapılarak yorumlanmıştır.

Beşinci bölüm olan sonuç ve öneriler bölümünde ise elde edilen veriler bütüncül bir perspektifle çözümlenmiş, sektördeki sorunlar özetlenerek yaşanan sorunların iç mimarlık alanı ile ilişkisine değinilmiş ve bu sorunlara çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır.

# 1. BÖLÜM: İÇ MİMARLIK ALANINDA MOBİLYANIN ÖNEMİ

İç mimarlığın en önemli tasarım elemanlarından biri olan mobilya tarihte, hem mimari bağlamın bir parçası hem de mimariden bağımsız olarak yer almıştır (Ultav vd., 2015). Zamanla yaşam kalitesinin en önemli göstergelerinden biri haline gelen mobilya geçmişten günümüze üzerinde konuşulan ve önemi gün geçtikçe artan konulardan biri olmuştur (Koç ve diğerleri, 2015, 1168).

Kavram olarak ortaya çıkışı yaklaşık olarak M.Ö 4000'li yıllara dayanmakta olan mobilyanın ilk örnekleri ilk insanın ihtiyaçları doğrultusunda şekillenmiştir. İlk kullanılmaya başlandığı zamanlarda temel ihtiyaçları karşılamak için tamamen kol gücüyle yapılan kare biçimli, basit yapılı, genellikle deri ile kaplanan, katlanabilir tabureler olarak tanımlanırken tarihsel süreç içerisinde ihtiyaçların artması ve yapım makinelerinin gelişmesi ile bu örnekler çeşitlenmiş ve tanımı da genişlemiştir (Karahan, 2004,1).

Mobilya günümüzde “insanların yaşaması, çalışması, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını güvenli ve rahat bir şekilde karşılayabilmesi için yapılmış, mekanlar içerisindeki, çeşitli malzemelerden oluşturulmuş, fonksiyonel, kullanışlı ve estetik elemanlar” olarak tanımlanmaktadır (Pirecioğlu, 1999). Aynı zamanda Hasol (2010, 327) mobilyayı hayatın günlük rutini içinde ihtiyaç duyulan uyumak, yemek yemek, dinlenmek gibi fizyolojik gereksinimlere cevap verirken estetik ve kültürel ihtiyaçları da karşılamakta olan bir ürün olarak tanımlamıştır. Ayrıca mobilya; yaşadığımız veya çalıştığımız mekanın kullanışlılığını etkileyen işlevsel değerinin yanında mekanın bize güzel, çirkin, sıcak, sevimli gibi estetik özellikler açısından nasıl görüldüğünü etkileyen sanat ve tekniğin bir arada kullanıldığı ürünler olarak da tanımlanmaktadır. Bu yüzden mobilya; ihtiyaçları gidermek için olan kullanım fonksiyonu; tarzları ve zevkleri yansıtan estetik fonksiyonu olarak iki temel fonksiyona ayrılmıştır (Kurtoğlu, 1992,13, Karahan, 2004, 76).

Mobilyanın iç mimarlığın en önemli tasarım elemanlarından olmasının sebebi ise bu tanımlardan da anlaşılacağı gibi mekan ve mobilyanın birbirleriyle doğrudan ilişkili ve sürekli olarak etkileşim halinde olmasıdır. Mekan mobilyayı, mobilya da mekanı etkileme ve biçimlendirme özelliğine sahiptir (Başbuğ, 2016, 49).

Çeşitli gereksinimleri karşılamak ve mekanın iç düzenini sağlamak amacıyla mekana yerleştirilen mobilya o mekanı birçok yönden etkilemektedir. Mobilyanın mekan üzerindeki bu etkileri işlev, estetik, konfor, mekanın kimliği, algılanması vb özellikler olarak sıralanabilirler (Üst, 2015, 105). Mobilya, mekanın nasıl ve hangi amaçla kullanılacağını belirleyerek mekanın işlevinin, kimliğinin ve algısının oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Mekanı dönüştüren ve biçimlendiren mobilya, aynı zamanda mekan içerisindeki eylemlerin rahat yapılabilmesindeki rolü ile mekanın konforunu belirlemede önemli bir etkiye sahiptir. Aynı zamanda mekanın görselliğini etkileyen en önemli tasarım elemanlarından biri olan mobilya rengi, formu, dokusu vb. etkenlerle mekana estetik değerler katabilmektedir (Başbuğ, 2016, 51). Aynı zamanda mobilya mekan kullanıcıları ile mekan arasında bağ kurulmasına aracılık eder, kullanıcı ve mekan arasında biçim ve ölçek bazında geçişi sağlamaktadır (Ching, 2007). Tüm bunlar mobilyanın mekan üzerindeki etkilerini gösterirken iç mimarlığın temel amaçlarına hizmet etmesi yönüyle iç mimarlık açısından gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Aynı şekilde mekanda mobilyaların şekillenmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Mobilyalar mekanın türü, mekanın işlevi, mekanın gereksinimi, mekanın tarzı vb. özelliklere göre biçimlenir. Örneğin klasik üslupta tasarlanması istenilen bir mekanda, mobilyanın da klasik üsluba göre şekillenmesi gerekmektedir. Okul olarak işlevlendirilen bir mekan ile konut olarak işlevlendirilen bir mekanda kullanılan mobilyalar aynı değildir. Benzer şekilde uyuma gereksinimi için biçimlendirilen mobilyalar ile yeme gereksinimi için biçimlendirilen mobilyalarda aynı değildir (Başbuğ, 2016, 53).

Sonuç olarak mekan ve mobilyanın birbirleri ile doğru bir ilişki kurmasının kullanıcı ihtiyaç ve beklentilerini karşılayabilen, fiziksel ve ruhsal olarak tatmin edebilecek

mekanların yaratılması konusunda büyük etkiye sahip olduğu gör÷lmektedir. Bu durum da mobilyayı iç mimarlık için yeri doldurulamaz temel ögelerden biri haline getirmektedir.



## 2. BÖLÜM: MOBİLYA ENDÜSTRİSİ

### 2.1. Mobilya Sınıflandırması

Mobilya üretiminde kullanılan teknik, hammadde ve yardımcı maddelerin çeşitliliği, üretim teknolojilerinin çeşitliliği, mobilya tasarımlarının farklılığı, tüketicilerin beklentilerinin farklılığı vb. gibi birçok nedenden dolayı mobilya sınıflandırmaları çeşitli şekillerde yapılmaktadır. Bu kapsamda yapılan literatür araştırmaları sonucunda bir çok değişik sınıflandırmanın mevcut olduğu tespit edilmiştir (Çaylı, 2006). Bu sınıflandırmalara bir örnek aşağıda verilmiştir (Görsel 1);

Görevlerine, kullanım alanlarına, yapılarına, amacına, stiline, malzemesine ve üst yüzey işlemlerine göre;	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mobilya üniteleri yan yana, üst üste uyumlu ve bağımlı olarak geçişi sağlayarak biçimleniyorsa modüler mobilya,</li><li>2. Biçimlendiği coğrafi bölge tarzına göre İngiliz, İtalyan, İskandinav mobilya vb.,</li><li>3. Laminasyon tekniğine göre yapılmışsa lamine mobilya,</li><li>4. Birçok amaca hizmet verecek şekilde yapılmışsa fonksiyonel mobilya,</li><li>5. Endüstri dönemi öncesi ve sonrası stile göre üretilmişse klasik ya da modern mobilya,</li><li>6. Montaj durumuna göre demontable (sökülebilir) ya da monteli mobilya,</li><li>7. Kullanım durumuna göre sabit veya hareketli mobilya,</li><li>8. Mekanlara göre biçimlendirilmişse mutfak, salon, yatak odası mobilyaları, ofis mobilyaları vb.</li></ol>
Kullanıcıya göre;	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bireysel kullanıma yönelik,</li><li>2. Toplu kullanıma yönelik.</li></ol>

Kullanım yerine göre;	1. İç mekan mobilyaları, 2. Dış mekan mobilyaları.
Stiline göre;	1. Klasik mobilyalar, 2. Rustik-geleneksel mobilyalar, 3. Modern mobilyalar, 4. Çağdaş mobilyalar.
Temel eylem biçimine göre;	1. Oturma eyleminde kullanılan mobilyalar, 2. Yatma eyleminde kullanılan mobilyalar.
Mekan türüne göre;	1. İç mekan mobilyaları, Özel mekanlar; yemek odası vb. Genel mekanlar; okul sırası vb. 2. Dış mekan bahçe mobilyaları.
Tasarım, üretim ve kullanım bütünlüğüne göre;	1. Münferit-tekil mobilyalar, 2. Grup mobilyalar, modüler mobilyalar, 3. Mekan-projeye dayalı mobilyalar.
Kullanıcı yaş gruplarına göre;	1. Çocuk mobilyaları, 2. Genç mobilyaları, 3. Yetişkin mobilyaları, 4. Yaşlı ve özürlü mobilyaları.
Fonksiyon sayısına göre;	1. Tek fonksiyonlu mobilyalar, 2. Birden fazla fonksiyonu olan mobilyalar.
Kullanım eylemine göre;	1. Sabit mobilyalar, 2. Hareketli mobilyalar.
Fonksiyon-estetik faktörlerinin ağırlığına göre;	1. Fonksiyonel ağırlıklı rasyonel mobilyalar, 2. Estetik ağırlıklı irrasyonel mobilyalar.
Estetik tanımlama açısından;	1. Geometrik form ve psikolojik etki biçimlerine göre; üçgen, kare, daire ve bunların türevlerinin kullanım durumlarına göre mobilyalar,



	<ul style="list-style-type: none"> <li>2. Sertlik, yumuşaklık, statiklik, dinamiklik, sıcaklık, soğukluk, çizgisellik, şeffaflık vb. psikolojik etkilerine göre mobilyalar,</li> <li>3. Genel estetik değerlerine(form, renk, doku, ton, ritim, denge, uyum vb.) göre mobilyalar.</li> </ul>
Malzeme türlerine göre;	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Ahşap mobilyalar,</li> <li>2. Plastik mobilyalar,</li> <li>3. Kombine mobilyalar,</li> <li>4. Diğer malzemelerden üretilen mobilyalar.</li> </ul>
Genel yapı türüne göre;	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Çerçeve(iskelet) mobilyalar,</li> <li>2. Kutu (tabla) mobilyalar,</li> <li>3. Kombine mobilyalar.</li> </ul>
Montaj sürecine göre;	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Montaj, üretim sürecinde tamamlanan mobilyalar,</li> <li>2. Montajı kullanım mekanında yapılan mobilyalar.</li> </ul>
Ergonomik değerlendirme açısından;	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Ergonomik mobilyalar,</li> <li>2. Ergonomik olmayan mobilyalar.</li> </ul>
Üretim kalitesi ve sayısına göre;	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. El işi mobilyalar,</li> <li>2. Kütle üretimi mobilyalar,</li> <li>3. Otomasyon ya da ileri teknoloji (Hi-Tech) ürünü mobilyalar.</li> </ul>
Kalitelere göre;	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Standartlara uygun kalite belgeli mobilyalar,</li> <li>2. Kalite belgesi olmayan mobilyalar.</li> </ul>
Ekonomik değerleri açısından;	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Piyasa malı ticari mobilyalar,</li> <li>2. Normal-Standart mobilyalar,</li> <li>3. Yüksek kaliteli pahalı mobilyalar.</li> </ul>

**Görsel 1.** Farklı Açılardan Mobilya Sınıflandırması (Çaylı, 2006).

Mobilyalar, ticari açıdan bakıldığında ise ticarete konu olan diğer ürünlerde olduğu gibi iki temel sisteme göre sınıflandırılmışlardır. Bunlar; detaylı veriler için kullanılan Armonize Sistem ve toplulaştırılmış veriler için kullanılan Standart Uluslararası

Ticari Sınıflandırma sistemidir. Armonize Sistem Nomanklatörü esas alınarak yapılan Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonlarına (GTIP) göre, mobilya sektörü sınıflandırılması aşağıdaki gibidir (Görsel 2) (İhracat Genel Müdürlüğü Mobilya Sektör Raporu, 2018);

GTIP No.	ÜRÜN TANIMI
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirebilir türden olsun olmasın) ve bunların aksam ve parçaları.
9402	Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar (ameliyat masaları, muayene masaları, kliniklerde kullanılmaya mahsus mekanik tertibatlı karyolalar, dişçi koltukları) döndürme, yükseltme ve yatırma tertibatlı berber koltukları ve benzeri koltuklar; bu eşyaların aksam ve parçaları.
9403	Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları.
9404	Somyalar, yaylı veya içleri herhangi bir maddeyle doldurulmuş veya teçhiz edilmiş yatak eşyası ve benzeri eşya (şilteler, yorganlar, diz ve ayak örtüleri, yastıklar, puflar, baş yastıkları gibi)(gözenekli kauçuk veya gözenekli plastik maddelerden olanlar dahil) (kaplanmış olsun olmasın).

**Görsel 2.** Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonlarına (GTIP) Göre, Mobilya Sektörü Sınıflandırılması (İhracat Genel Müdürlüğü Mobilya Sektör Raporu, 2018).

Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırılmasına (SITC) göre, mobilya sektörü sınıflandırılması aşağıdaki gibidir (Görsel 3) (İhracat Genel Müdürlüğü Mobilya Sektör Raporu, 2018);

SITC No.	ÜRÜN TANIMI
821.1	Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirebilir türden olsun olmasın) ve bunların aksam ve parçaları.
821.2	Yatak takımı eşyası ve benzeri eşya.
821.3	Metalden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan).

821.5	Ahşap mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan).
821.7	Diğer maddelerden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan).
821.8	821.3, 821.5 ve 821.7 grubundaki mobilyaların aksam ve parçaları.
872.4	Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları.

**Görsel 3.** Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırılmasına (SITC) Göre Mobilya Sektörü Sınıflandırması (İhracat Genel Müdürlüğü Mobilya Sektör Raporu, 2018).

## 2.2. Mobilya Üretim Süreci

Mobilyacılık, endüstrileşme öncesi ve sonrası olarak temelde iki gruba ayrılmıştır. Bu dönemleri kısaca özetlemek gerekirse; Endüstrileşme öncesi dönemde üretilen mobilyaların tüm üretim biçimi insan gücüne dayanmaktadır. Bu dönemin sınıflandırılmasında malzeme, tasarım, biçim, teknik özellikler dikkate alınmıştır. Endüstri devrimi sonrası ise mobilya üretiminde ve tüketiminde teknolojik ve toplumsal değişimler bakımından dönüm noktası olmuştur. Endüstri devrimi ile beraber mobilya sektörü; üretim yöntemleri, tasarım yaklaşımları ve malzeme çeşitliliğinde büyük değişim göstermiştir. Bu dönemde hızlı kentleşme yüzünden hızlı üretilen konutlar için hızlı üretilen mobilyalara olan ihtiyaçlar ortaya çıkmıştır ve böylece mobilya endüstriyel bir ürün haline gelmiştir (Karahan, 2004,6, Karaca, 2016, Küçükerman, 1978, Peker, 2015, 1,27).

Bireylerin bir mobilyadan beklentisi, kullanım rahatlığı, fonksiyonellik, estetik, dayanım ve sağlık gibi temel etmenlerin birleşimidir. Tüketicinin bu beklentilerini karşılayabilmesi ve beklenen bütün işlevleri yerine getirerek ideal mobilyada aranan özellikleri sağlayabilmesi için üretilmesi düşünülen mobilyanın tasarım planlamasından satış sonrası hizmete kadar olan sürecin iyi planlanıp başarılı bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir (Sakarya ve Doğan, 2016, 4).

Bu süreç ilk olarak ürünün endüstriyel tasarımı ile başlar (Uygun, 2004). Tasarım yaparken göz önünde bulundurulması gereken bazı ilkeler bulunmaktadır. Bunların

birer kural olarak kabulü doğal olarak mümkün ve gerekli olmamakla birlikte, öngörülerini aktarmak adına önem arz etmektedirler. Bu ilkelerden bazıları aşağıda verilmiştir (Üreten, 1998; aktaran Karahan, 2004, 38,39);

- Tasarlanan ürünün tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını karşılarken üretici için de uygulama aşamasında kolaylık sağlaması,
- Parçaların birbirleriyle uyumunun göz önünde bulundurulması,
- Tasarımı oluşturan parçaların sayı olarak az olması,
- Ürünün işlevinin tüketici tarafından rahat algılanabilir olması,
- Ürünün kullanıcıya ve çevreye zarar vermemesi.

İyi tasarımların hem işlevin hem estetiğin doğru bir şekilde bir araya gelmesi ile oluştuğu öngörülmektedir. Diğer yandan bir ürün müşterinin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabiliyorsa, firma tarafından kolay üretiliyor ise, firmanın piyasadaki imajına olumlu katkı yapıyorsa firmaya kar bırakıyor ise iyi tasarlanmış olarak kabul edilebilir (Elmalı, 2018, 28).

İyi bir tasarım ile ilgili bir başka öngörü ve sorgu da şu şekildedir (Uygun, 2004,17);

- Ürünün kendisine yüklenmiş olan fonksiyonu eksiksiz yerine getirebilmesi,
- Normal şartlar altında bu fonksiyonu ne kadar süre yerine getirebildiği,
- Kötü şartlar altında fonksiyonunu ne kadar ve hangi seviyede yerine getirebildiği,
- Görsel ve estetik olarak tatmin edici olması,
- Fonksiyonlarını yerine getirirken tüketici için tehlike yaratmaması.

Yeni ürün mutlaka yeni bir icat olmak zorunda değildir. Eski ürünler güncelleştirilerek ömrü uzatılabilir, ya da ürün o pazara yeni girmiş olabilir (Yalçın, 2005, 33,34). Bu yeni ürün çeşitlerini şu şekilde sınıflandırmak mümkündür (Yalçın, 2005, 105);

- Komple yeni ürün,
- Pazar için yeni ürün,
- İşletme için yeni ürün,

- Mevcut ürünün geliştirilmesi,
- Mevcut ürünün yeniden konumlandırılması.

Yeni ürün tasarım sürecinde iki yaklaşımdan söz edilebilir. Birincisi geleneksel yeni ürün tasarım süreci, ikincisi müşteri odaklı yeni ürün tasarım sürecidir.

Geleneksel yeni ürün tasarımı; işletmenin içten dışarı doğru yaptığı zaman kaybına sebep olabilen nispeten pahalı bir tasarım sürecidir. Günümüzde Ulusal sınırlar kalkmış ve dünya tek bir pazar haline gelmiştir. Bunun sonucu olarak müşteriler çok farklı ürün modelleri ile karşılaşmış; istek ve beğenileri daha kısa sürede değişen, daha bilinçli tüketiciler olmuşlardır. Bu da müşterilerle olan ilişkilerin önemini artırmış ve müşterileri tüm kararların odak noktası haline getirmiştir. Bu şekilde aktif konuma gelen müşteriler karşısında işletmelerin ürünlerini geleneksel yöntemler kullanarak, müşteri tercihlerine gereken önemi vermeden üretmesi işletmelere küresel rekabet ortamında ciddi zararlar vermektedir (Şahinoğlu, 2016, 1).

Müşteri odaklı yeni ürün tasarımı; müşteri ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamaya, işletmenin pazarda yer edinmesine ve yeni ürün tasarımlarına fırsat verirken aynı zamanda hızlı ve ekonomik üretim yapmaya da olanak sağlar. Yeni ürün ortaya koymak ya da var olanı geliştirmek zor bir süreçtir. Bunu yapabilmek için ürünün hitap edeceği müşterinin, işletmenin kapasitesinin, rakiplerin ve ürünlerinin iyi tanınması ve bunlarla ilgili yeterli bilgilerin toplanıp taktikler geliştirilmesi gerekir. Bu bilgilerin toplanması için bazı firmalar müşterileri ile iletişimde bazı programlardan, müşteri şikayetlerinden ve kendi satış görevlilerinden yararlanmaktadır (Yalçın, 2005, 107).

Tasarım aşamasının başarılı bir şekilde atlatılabilmesi için yukarıda bahsettiğimiz özelliklerle bağlantılı olarak izlenmesi gereken bir yol vardır. Öncelikle hedef müşteri, rekabet gücü ve pazar değerlendirmelerinin yapılması; ürünün rekabet edeceği diğer ürünlerle karşılaştırılması ve önceliklerinin belirlenmesi; tasarım için gerekli olan tahmini kaynaklarla mevcut bütçenin dengesinin iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Daha sonrasında ise tasarım ekibi oluşturulur ve müşteriden gelen

bilgilere göre tasarım özellikleri ve tasarım amacı belirlenir. Son olarak tasarımın üretilebilir olup olmadığına bakıldıktan sonra malzeme maliyetleri ile beraber diğer maliyetler hesaplanır ve ön tasarıma tabi tutulur. Üretim tasarımına geçildiği zaman ise belirlenen maliyet sınırları içerisinde istenen kaliteye ulaşılmasını sağlayacak planlamalar yapılır. Tasarımın son aşamasında ise ürünü tüm ayrıntılarıyla gösteren mühendislik çizimleri yapılır ve büyük ölçek ile üretimin temeli oluşturulmuş olur. Ürün haline gelme sürecinde hammaddenin en verimli şekilde değerlendirilebilmesi için bu süreç akışının iyi planlanması gerekir. Tasarım sürecinin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi ürünün uygulanabilir olması için gerekli düzeltmeleri en aza indirmek, müşteri istek ve arzularının mümkün olduğu kadar az maliyet ve emekle karşılanmasını sağlamak, müşteri beklentisiyle ürün özelliklerini dengelemek gibi işletme için birçok fayda sağlar (Dilsiz,2006, Şahin, 2005, 38, Karahan, 2004, 37,38,49).

En önemli aşama olan tasarım aşaması tamamlandıktan sonra uygulama aşaması olan üretim aşamasına geçilir. Üretim insanların ihtiyaçlarını karşılamak için insan gücü veya makina yardımı ile üretim için gerekli olan şartların sağlanarak mal veya hizmetlerin meydana getirilmesidir (Kışoğlu vd., 2004). Günümüzde işletmeler gelişen teknoloji ile artan rekabet ortamında varlıklarını devam ettirebilmek için, üretim anlayışlarını tamamen müşteri odaklı şekillendirmektedirler. Müşteri ihtiyaç ve beklentilerini karşılayan ürünler üretmek için ise üretimin başından sonuna kadar iyi tasarlanmış bir üretim planlamasına ihtiyaçları vardır. Üretim planlaması; istenilen ürünün kimler tarafından, nerede, ne zaman ve ne şekilde yapılacağı ile ilgili düzenlemedir. İşletmeler, üretim planlamasını yapmadan önce üretilen ürünün piyasaya çıktığında karşılaşılabilecek şartları ve teknolojiye ne derecede etkileneceğini birtakım tahmin yöntemleriyle tespit eder ve bu süreçten sonra planlamasını yapar. Üretim planlaması sayesinde zaman kaybı, gecikme ve kaynak israfı en aza indirilir. Hızlı bir şekilde değişen ve gelişen pazar işletmeleri sürekli olarak kendilerini yenilemeye zorlarken üretim planlaması işletmelerin bu ortama ve şartlara uyum sağlayarak gelişmesi ve yenilenmesi için gerekli bir araçtır (Ekin vd., 2012, 85,86). Mobilya üretim süreci; sürekli üretim, kesikli üretim, parti üretimi, siparişe göre üretim şeklinde üretim miktar ve akışına göre bir sınıflandırılmaktadır.

Sürekli üretim; eldeki makina ve tesislerin belirli bir ürün üzerine odaklanıp o ürün için yapılması gereken işlemleri sırasıyla yapmasıdır. Kesikli üretim; sürekli üretime göre daha az sayıda olan farklı ürünler üzerinde yapılacak işlemlerin farklı işlevlere sahip makineler tarafından yapılmasıdır. Parti üretimi, ürünün sürekli bir talebi veya özel siparişi karşılamak için belirli miktarlardan oluşan partiler şeklinde üretilmesidir. Siparişe göre üretim ise; miktar, zaman ve kalite gibi tercihlerin tüketici veya müşteri firmanın tercihlerine göre belirlendiği sistemdir (Üreten, 2002; aktaran Güleç, 2016, 26).

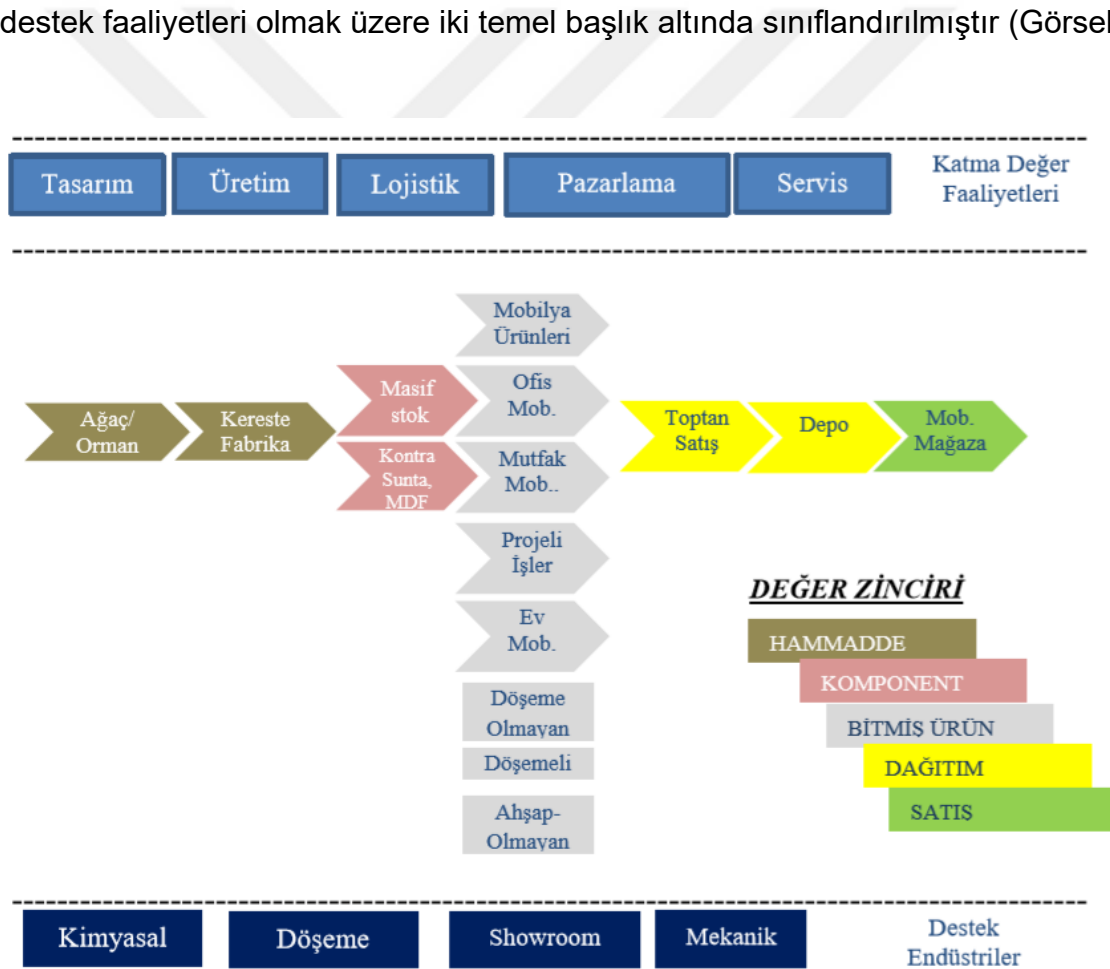
Bir diğer önemli aşama karşılıklı iletişim ve gönüllülük gerektiren bir işlem olan pazarlama aşamasıdır. Pazarlama insanların ihtiyaç ve isteklerini karşılıklı memnuniyet amacı güderek karşıladığı değişim işlemidir. İki veya daha fazla kişi arasında birinin değerli bir şey verirken karşılığında değerli başka bir şey almasıdır. Pazarlama aşamasında müşteri ile olan ilişki daha çok önem kazanır. Tüketici gereksinimlerini belirledikten sonra karşısına çıkan seçenekler arasından beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayacak olan ürünü durumsal koşullarına göre seçer. Tüketicie o ürünü seçtiren; psikolojik, ekonomik ve sosyal faktörlerin yanında ürünün nasıl pazarlandığıdır. Burada da işletmelerin ortaya çıkardıkları ürünün özellikleri dışında müşteri ile olan ilişkilerinin önemi ortaya çıkmaktadır. Bu ilişkiler müşteri ürünü aldıktan sonra da devam etmelidir. Çünkü müşteri ile olan ilişki satış sırasında satıcı ile başlar sonrasında ise servisle devam eder. Bu süreçlerdeki tavırlar pazarlamanın kalitesi açısından oldukça önemlidir. Satış yapmak pazarlamanın bir parçasıdır ama asıl önemli olan aşama satıştan sonra başlar. Garanti, bakım, montaj gibi konularda satış sonrası iletişim verimli bir şekilde sağlanamazsa verimli bir pazarlama da olmuş sayılmaz. Çünkü ürünün fayda ve kalite değerlerinin yanında, bu süreçte kurulan ilişkiler ile işletme müşteriye tatmin ederse markaya bağlılık gerçekleşir. Bu da işletmenin zorlu rekabet ortamında ayakta kalabilmesine yardımcı olacaktır (Şahinoğlu, 2016, 2-5, Obuz, 2012, 13-16).

Son zamanlarda ürünlerin pazarlama tekniğinde bazı değişiklikler olmuştur. Eskiden mobilya üretimi siparişe göre yapılırken, günümüzde bunun için beş temel

kanal kullanılmaktadır (Efe ve Demirci, 2005, 180; aktaran Özispa, 2015, 67).  
Bunlar;

- Bayilikler
- Mobilya mağazaları
- Doğrudan pazarlama
- Bağımsız perakendeciler
- İhracat

Değer zinciri faaliyetleri, Porter'in modelinde aşağıdaki gibi gösterilmiş, temel ve destek faaliyetleri olmak üzere iki temel başlık altında sınıflandırılmıştır (Görsel 4).



**Görsel 4.** Mobilya sektörü değer zinciri (Yardibi, 2016).



## 2.3. Türkiye Mobilya Endüstrisi

### 2.3.1. Mevcut Durum

Mobilya sektörü salon, banyo, ofis mobilyaları vb. tüm mobilya üreticilerini, bunların makina hammadde ve diğer malzeme ihtiyaçlarını sağlayan sanayi kuruluşlarını, fason üretim yapan kuruluşları ve yan sanayicileri kapsayan bir moda ve stil sektörüdür (Karahana, 2004, 76). “Mühendislik, mimarlık, inşaat, orman ürünleri, metal ve maden, kimya, reklamcılık, ambalaj, basın-yayın, lojistik gibi birçok sektörle doğrudan ilişkisi olan mal ve hizmet grubunun bir araya geldiği bir endüstri koludur” (Çınar,2017, 11).

Türkiye’de mobilya sektöründe endüstriyel üretim 1970’li yıllarda başlamıştır. Ancak geçmişi 19. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Diğer sektörlerle göre en eski ve devamlı sektörlerdendir. Sektörde 1990’lı yıllara kadar konvansiyonel makineler kullanılırken bu tarihlerden sonra bu makineler yerlerini hassas ve üretim kapasitesi yüksek olan CNC makinelerine bırakmaya başlamıştır. Teknolojisini hızlı bir şekilde yenileyerek günümüze kadar gelen mobilya sektörü tüketicinin ihtiyaçlarına ve zevkine daha hızlı ve en kısa yoldan cevap verebilecek teknolojiye ulaşmıştır. Böylece ilk zamanlarda küçük atölyelerde yoğun emek verilerek ustaların ellerinden çıkan ürünler günümüzde gelişen teknolojik gelişmelere paralel olarak sanayi boyutunda üretilerek önemli bir gelişme göstermiştir. Mobilyacılıktaki bu ilerleme en çok model ve renk oluşumunda ve kaliteli üretim tekniğinde kendini göstermiştir (Sakarya,2010, Karahana, 2004, 15,16).

Türkiye mobilya endüstrisi birçok sektörle bağlantılı, emek yoğun iş gücüne sahip, çoğu geleneksel yöntemlerle çalışan küçük ve orta ölçekli işletmelerin yoğun olduğu bir yapıya sahiptir. Son yıllarda süreçte orta ve büyük ölçekli firmaların sayısındaki artış ile bilgi ve sermaye ağırlıklı üretim ağırlık kazanmıştır (Altay ve Gürpınar, 2008). “Mobilya sektörü, geleneksel düşük teknolojisini ve emek yoğun girdilerini hızlı bir değişim ile bilgi ve sermaye yoğun olarak değiştirirken tasarım ve moda

sektörünün de katkısıyla kendini geliştiren bir sektör olma yolunda ilerlemektedir” (Güleç, 2016).

Hızlı değişim ve gelişim sürecinde olan mobilya sektörü bugün üretim kapasitesi, ürün kalitesi, genç nüfus oranı, kişi başına düşen milli gelirin artışı, coğrafi konumu gibi sektör için olumlu birçok özelliğe sahip olmasından kaynaklı iç ve dış pazarlarda anlamlı potansiyele sahiptir (Çınar,2017).

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de mobilya tüketimi hızla artmaktadır. Tüketim, mal ve hizmetlerin ihtiyaç duyan kişiler veya kurumlar tarafından kullanılması olarak tanımlanan ekonomik olduğu kadar, psikolojik, toplumsal ve kültürel bir olgudur (Kömürcü, 2007). Bu yüzden Türkiye’nin hızlı nüfus artışına sahip bir ülke olması ile meydana gelen hızlı kentleşme, genç nüfus artışı, yeni evlilikler, modanın etkisiyle yenilenen tarz, değişen toplumsal yapı ve yaşam şartları mobilya tüketimini de buna paralel artırmıştır. Bu faktörler içerisinde nüfus faktörü ve toplumun sosyo-kültürel yapısı mobilya talebini ve tüketimini en çok etkileyenlerdir (Kaya, 2001, 66).

Artan mobilya talebine paralel olarak artan rekabet karşısında beklentileri karşılayabilmek amacı ile Türkiye’de ülke iç piyasasına ve dünyaya ürün satar konuma gelen, dünya standartlarında üretim yapan önemli tesisler kurulmuştur. Mobilya endüstrisinde mobilyacılar ve marangozlar, ticaret ve sanayi odasına kayıtlı bu alanda faaliyet gösteren 34.438 adet işletme olduğu belirlenmiştir (MÜSİAD, 2018, 28). Sonuçlara bakıldığında mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin büyük oranda KOBİ’lerden meydana geldiği görülmektedir. Küçük ölçekli firmalar (1-49 işçi çalıştıran) ise Türkiye’deki mobilya işletmelerinin büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır. Bu işletmelerden büyük işletme kategorisinde olanlar makine yoğun çalışırken; küçük işletmelerin neredeyse tamamı emek yoğun; orta ölçekli işletmelerin ise bazıları emek yoğun, bazıları yarı emek yoğun-yarı makine yoğun olarak çalışmaktadır (Demirci ve Efe, 2006).

“Mobilya endüstrisi, gösterdiği büyüme hızı, pozitif ticari dengesi yanında sağladığı istihdam ve katma değer ile de Türkiye için stratejik bir önem taşımaktadır” (Koç ve

diğerleri, 2015, 1168). Ürün yaşam döngüsü içerisinde istihdamın en yüksek olduğu iş kollarından birisidir. Sektör SGK verilerine göre 165.118 kişiyi istihdam ettirmektedir (MÜSİAD, 2018, 28). Mobilya sektöründeki işyeri sayısı ve istihdam ile ilgili bilgiler Görsel 5. de daha detaylı bir şekilde gösterilmektedir.

Parametreler	Yıllar						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Girişim sayısı	34.438	34.427	31.089	35,883	39.036	41.048	43.057
Genel imalata oranı	8,83	8,83	7,97	9,20	10,01	10,53	11,04
İşletme başı istihdam	3.4	2.9	3.8	3.9	4.0	4.0	4.1
Yıllara göre eğilim	-	-0,03	-9,70	15.42	8,79	5,15	4,89
Ücretli çalışanlar	115.898	97.105	120.580	140.077	159.246	164.723	177.944
Genel istihdama oranı	3,11	2,61	3,24	3,78	4,27	4,42	4,78
Yıllara göre eğilim	0,00	-16,2	24,2	16,7	13,1	3,4	8,0
Genel imalat girişim sayısı							336.862
Genel imalat istihdam sayısı							3.126.540

**Görsel 5.** Mobilya endüstrisinde işyeri sayısı ve istihdam (TÜİK, 2017).

Türkiye'nin yıllık ortalama mobilya üretimi 12 milyar dolar ve üretim ile tüketim toplamı ise 19 milyar dolar değerindedir. Türkiye mobilya sektöründe üretimin yaklaşık %95'i iç tüketime konu olmaktadır. MÜSİAD tarafından yayınlanan "Dayanıklı Tüketim ve Mobilya Sektör Raporu"na göre, ülkemizde mobilya sektörü dış pazardan daha çok iç piyasanın taleplerine göre üretim gerçekleştirmektedir (MÜSİAD, 2018, 28, Çınar,2017, 10).

İç pazardaki talebi etkileyen en önemli faktörler Türkiye'nin nüfusunun hızla büyümesi ve gelişen bir ülke olmasıdır. Artan nüfusa bağlı olarak büyüyen ve değişen konut anlayışı, artan genç nüfus ile artan yeni evlilikler, gelişen bir ülke olmasına paralel kentleşmenin hızlanması, hizmet sektörünün gelişmesi, moda ve stil değişikliklerine uyum, gelir artışı, okullaşma oranının artışı gibi faktörler de mobilya tüketimini etkileyen diğer faktörler olarak sıralanabilir (Çınar,2017, 10). Bu konu ile ilgili olarak Türkiye'nin Dünyada aldığı üretim-tüketim payına aşağıda yer verilmiştir (Görsel 6).

Yıllar	Üretim (Milyon dolar)			Tüketim (Milyon dolar)		
	Türkiye	Dünya	Türkiye Payı %	Türkiye	Dünya	Türkiye Payı %
2009	3,8	352	1,07	3,5	340	1,02
2010	4,7	341	1,37	4,4	353	1,24
2011	6,2	376	1,64	5,4	403	1,46
2012	7,1	434	1,63	5,9	421	1,40
2013	7,4	446	1,65	6,8	440	1,54
2014	7,2	463	1,60	6,9	457	1,30
2015	5,8	473	1,20	4,5	466	1,0

**Görsel 6.** Türkiye'nin Dünyada aldığı üretim-tüketim payı (TÜİK, 2017).

Mobilya, talep esnekliği yüksek olan bir tüketim malıdır. Mobilya talebi büyük ölçüde gelir artışına ve yeni konut inşaatlarına paralel bir gelişme gösterdiği için talep ve kapasite kullanım oranları ekonomik hareketlere paralel olarak inişli çıkışlı bir yol izlemektedir (Sakarya,2010, 94). Güçlü yönleri ve zayıf yönleri

zaman içerisinde farklılaşmalar gösterebilmektedir. 2016 yılında gerçekleştirilmiş bir SWOT analizine aşağıda yer verilmiştir (Görsel 7).

<b>GÜÇLÜ YÖNLER</b>	<b>ZAYIF YÖNLER</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coğrafi Konum</li> <li>• Büyük ölçekli firmalar</li> <li>• Yüksek iş gücü potansiyeli</li> <li>• Malzeme/ürün çeşitliliği</li> <li>• Mobilya üretim ağı/potansiyeli</li> <li>• Geniş dağıtım ağı</li> <li>• Artan teknoloji transferi</li> <li>• Hedef pazarlara yönelik ihracat çalışmalarının artırılması</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aile Şirketleri</li> <li>• Organizasyon eksikliği</li> <li>• Yönlendirme/devlet desteği yetersizliği</li> <li>• Finans yetersizliği</li> <li>• Yatırım yetersizliği</li> <li>• Kalifiye eleman yetersizliği</li> <li>• Mesleki eleman yetersizliği</li> <li>• Tasarım eksikliği ve korunması</li> <li>• Yüksek hammadde maliyetleri</li> <li>• Yenilik yaklaşımı azlığı</li> <li>• Pazarlama/Pazar</li> <li>• Uluslararası standartlar</li> <li>• Markalaşma ve kalitede yetersizlik</li> </ul>
<b>FIRSATLAR</b>	<b>TEHDİTLER</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Türkiye'nin stratejik konumu ve AB'ne aday ülke olması</li> <li>• Dünyadaki Yeniden oluşum</li> <li>• Globalleşme</li> <li>• Yeni Pazar arayışları/genişleme</li> <li>• Fason üretim arayışları</li> <li>• Avrupa'daki tüketim nüfusu</li> <li>• Bilgi teknolojisi ve elektronik altyapılar</li> <li>• Üretimdeki artış/gelişme</li> <li>• Tasarım kullanımı ve artırılması</li> <li>• Markalı/kimlikli ürünler</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3. dünya ülkelerinde yapılan çok düşük maliyetlerle üretim</li> <li>• Çin</li> <li>• Düşük standartlar, sosyal yapı</li> <li>• Yavaş değişim ve yenilenme</li> <li>• AB'ye ihracatta yüksek/düşük maliyet</li> <li>• AB pazarındaki Doyumluluk</li> <li>• Tasarım eksikliği (kopyalama)</li> <li>• Büyük ölçekli firmalar</li> <li>• Orta vadede karşılanabilecek orman kaynağı yetersizliği</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklam</li> <li>• Etkili iletişimin oluşumu/kullanımı</li> <li>• Ucuz işgücü</li> <li>• Müşteri odaklı hizmet ve üretim</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AB ülkelerinde yaşanan kriz</li> <li>• Markalaşma sorunu</li> <li>• Teknolojik yetersizlikler</li> <li>• Enerji sıkıntısı</li> <li>• Orta doğu ülkelerindeki savaşlar</li> </ul>
---	---

**Görsel 7.** Türkiye mobilya sektörü SWOT analizi (OSB Mobilya Sektörü Mevcut Durum Raporu, 2016).

### 2.3.2. Dış ticaret

“Dış ticaret yapısı kavramı ile anlatılmak istenen; Bir ülkenin ya da bir bölgenin ihracat ve ithalatına konu olan mal kompozisyonudur” (Karahana, 2004, 69). Bir Ülkenin ithalat ve ihracat içerisindeki ürünlerinin yapısı ve çoğunluğu ülkenin uzmanlaştığı alanı ve üretim yapısını gösterir. Aynı zamanda İhraç edilen ürünlerin sanayi ürünü mü yoksa birincil ürünlere mi dayalı olup olmadığı ülkenin sanayi hamlesini tamamlayıp tamamlamadığını gösterir (Atik, 2000). Türkiye'nin dünyada aldığı ihracat-ithalat payına ilişkin bilgiler Görsel 8. de gösterilmektedir.

Yıllar	İhracat (Milyon dolar)			İthalat (Milyon dolar)		
	Türkiye	Dünya	Türkiye Payı %	Türkiye	Dünya	Türkiye Payı %
2009	1.153	112.204	1,02	0.537	115.649	0,46
2010	1.414	131.922	1,07	0.738	134.037	0,55
2011	1.658	149.127	1,11	0.941	147.783	0,63
2012	1.898	160.215	1,18	0.817	150.845	0,54
2013	2.237	170.040	1,31	0.968	159.954	0,60
2014	2.421	177.812	1,31	0.991	173.398	0,60
2015	2.257	171.017	1,32	0.851	166.701	0,51
2016	2.234	173.061	1,29	0.606	174.012	0,35

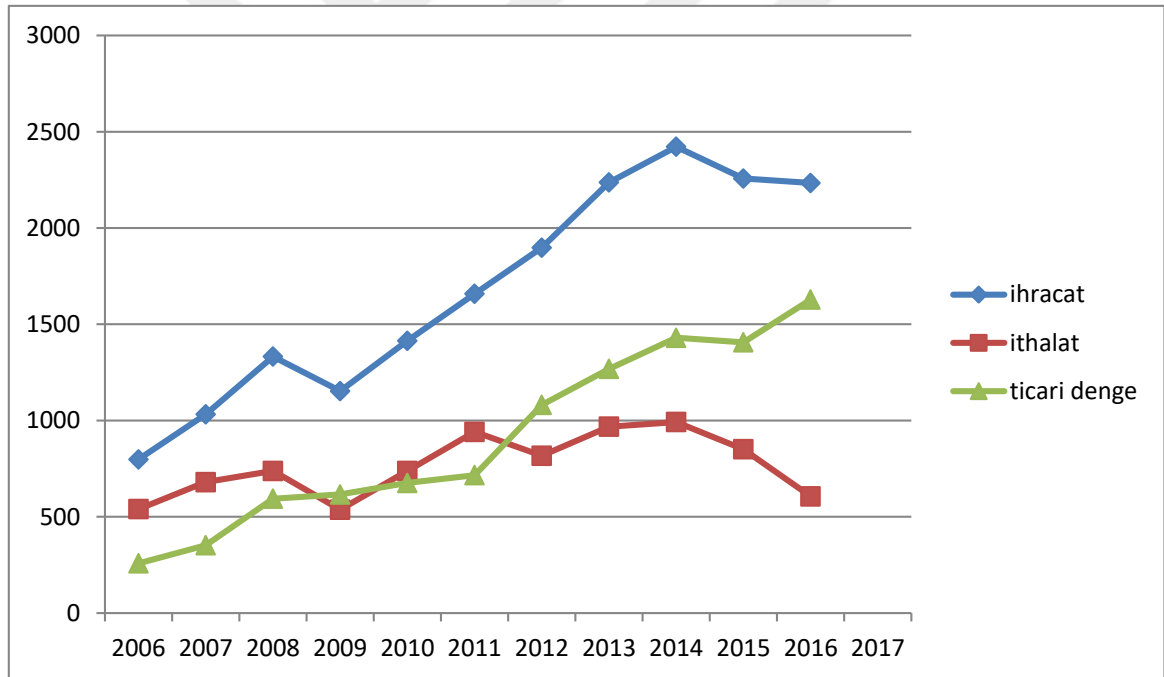
**Görsel 8.** Türkiye'nin dünyada aldığı ihracat-ithalat payı (www.trademap.org, 2017).

Türkiye mobilya sektörü, ihracatı ithalatından yüksek olan nadir sektörlerden biridir (görsel 9),(görsel 10). İhracat-ithalat dengesinin bu şekilde olmasının en temel

nedeni ise “üretim merkezli” bir sektör oluşudur (Sakarya Ve Doğan, 2016, 16). Bu bilgiyi destekleyen bilgilere görsel 9’ yer verilmektedir.

Yıl(Milyon USA Dolar)										Toplam
Faktörler	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	1997-2016
İhracat	1.332	1.153	1.414	1.658	1.898	2.237	2.422	2.257	2.234	20.941
İthalat	738	537	738	941	817	968	992	851	606	10.038
Ticari denge	594	616	676	716	1.081	1.268	1.430	1.406	1.628	11.095
Karşılama oranı %	45	53	50	47	57	57	59	62	73	51.00

**Görsel 9.** Türkiye mobilya sanayi dış ticaret dengesi (www.trademap.org, 2017).



**Görsel 10.** Türkiye mobilya sanayi dış ticaret dengesi çizgi grafik (www.trademap.org, 2017).

1980'den önce özellikle sanayi ürünlerinde hammaddeyi dışarıdan alıp; ihracatın genelini tarım ürünleri üzerinden yaptığı için önemli bir dış ticaret açığı verilmesine sebep olmuştur (Kayacıklı ve Emil, 2003, 28 aktaran; Gürpınar, 2007, 63). Türkiye 1980'den sonra ihracata dayalı büyüme politikasına benimsemiş ve dış ticareti önemli boyutlara ulaşmıştır. Türkiye'nin mobilya ihracatı 2005 yılında 715 milyon

dolar olarak gerçekleşirken, sektörün 2015 yılı ihracatı 2,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılında ise 2.4 milyar dolara ulaşmıştır (www.trademap.org, 2017).

“Sektördeki firmaların bir kısmı doğrudan ihracat yaparken, büyük bir kısmı, diğer firmalar ve özellikle yurtdışı taahhüt işleri yapan müteahhitlik firmaları aracılığıyla ürünlerini ihraç etmektedir. Diğer yandan, son yıllarda yurtdışı pazarlara doğrudan kendi dağıtım kanalları ile açılan firmalarımızın sayısında önemli bir artış olmuştur” (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı Mobilya Sektör Raporu, 2018, 8). Ürün gruplarına göre Türkiye ihracat verilerine Görsel 11. de yer verilmiştir.

GTIP	GTIP Dörtlü Adı	4'lü GTIP ürün grupları, Türkiye İhracat verileri (Bin Dolar)						
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları	541.763	632.130	646.218	738.600	787.734	746.098	787.745
9402	Tıpta, cerrahide, dişçilikte, veterinerlikte kullanılan mobilyalar, berber koltukları vb.	21.469	26.609	32.409	52.211	44.501	29.828	32.151
9403	Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları	750.290	894.529	1.113.034	1.325.343	1.456.963	1.351.123	1.281.477
9404	Şilte mesnetleri, yatak takımı eşyası vb. eşya (şilteler, yorganlar, diz ve ayak örtüleri, yastıklar)	101.150	105.108	106.909	121.092	132.716	129.745	132.849
Genel Toplam		1.414.672	1.658.376	1.898.570	2.237.246	2.421.905	2.256.793	2.234.221
Yıllık değişim %		18	17,7	14,5	17,8	8,3	-6,8	-1,0

**Görsel 11.** Ürün gruplarına göre Türkiye mobilya ihracatı (TÜİK, 2017).



No	Ülke Adı	Yıllar (1.000 ABD doları)						
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
01	Irak	286.448	396.203	455.149	481.160	428.651	420.228	428.000
04	Almanya	168.837	152.839	143.940	149.232	155.754	167.313	177.000
02	Libya	17.494	167.211	237.097	197.656	137.565	80.368	75.000
03	Azerbaycan	108.470	131.495	166.777	178.007	102.189	51.379	38.000
05	Fransa	91.390	85.444	105.689	118.997	126.120	134.145	132.000
06	Suudi Arap	42.623	66.677	84.099	116.296	165.242	156.375	172.000
07	Türkmenistan	76.134	61.211	87.962	99.871	83.444	45.466	29.000
09	ABD	26.823	30.335	38.946	66.157	91.216	97.996	87.000
10	İngiltere	40.777	49.672	57.597	63.315	63.132	74.042	78.000
15	İran	110.754	71.527	31.354	39.428	41.308	40.774	39.000
08	Rusya	49.111	59.347	100.774	77.856	31.595	15.894	-
12	Hollanda	56.552	53.156	46.351	46.574	44.417	49.874	58.000
14	BAE	18.267	20.865	41.028	40.835	58.050	62.072	56.000
16	İtalya	34.100	30.345	33.895	38.649	37.795	42.535	51.000
11	Romanya	19.490	18.536	27.977	47.995	44.693	56.678	61.000
18	İsrail	23.300	23.419	30.506	33.077	36.962	54.837	75.000
13	Gürcistan	28.540	32.126	30.891	43.842	30.801	30.208	31.000
17	Cezayir	13.828	14.272	18.827	37.372	39.189	45.293	41.000
22	Belçika	25.440	24.621	22.053	25.567	24.478	31.149	31.000
24	Avusturya	25.475	22.634	25.392	22.040	19.849	23.310	22.000
19	Kazakistan	19.552	24.318	30.221	29.725	21.896	11.184	-
23	İspanya	15.264	11.946	22.353	24.854	23.964	32.912	39.000
20	Mısır	14.035	20.494	23.176	27.820	28.870	14.204	-
21	KKTC	22.526	21.512	24.036	29.491	-	23.718	29.000
25	Katar	9.657	11.375	18.765	20.480	21.659	27.162	36.000
	Liste Toplam	1.344.887	1.601.580	1.904.855	2.054.296	1.848.648	1.798.260	1.785.000
	Genel 225 Ülke	1.658.376	1.898.570	2.237.246	2.421.905	2.256.793	2.234.221	-
	Yıllık değişim %	17,2	14,5	17,8	8,3	-6,8	-1,0	-

**Görsel 12.** Ükelere göre Türkiye mobilya ihracatı (TÜİK, 2017).

1980'li yıllara kadar Orta Doğu ülkelerine yönelmiş durumda olan ihracatın büyük çoğunluğu 1990 sonrası hem coğrafi hem kültürel yakınlıktan dolayı Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT), AB ülkeleri ve Rusya Federasyonuna yönelmiştir (ihracat Genel Müdürlüğü Maden, Metal ve Orman Ürünleri Dairesi, 2018, 8).

Görsel 12. de görüldüğü gibi mobilya ihracatımızda Irak'ın 2009 yılından itibaren en büyük pazar olduğu görülmektedir. Diğer önemli pazarlar ise Suudi Arabistan, Almanya, ABD, Fransa, İngiltere, Romanya, Birleşik Arap Emirlikleri (B.A.E.), İsrail ve Azerbaycan'dır (ihracat Genel Müdürlüğü Maden, Metal ve Orman Ürünleri Dairesi, 2018, 8).

“Mobilya sektörünün gelişmesi mobilya ihracatına bağımlı olarak büyümektedir. Türkiye'nin mobilya ihracatı 2010 yılında 1,4 milyar dolar olarak gerçekleşirken, 2015 yılında 2,2 milyar dolara ulaşarak en fazla ihracat yapan 13. ülke sıralamasına girmiştir” (Güleç, 2016, 27).

Dış ticaret açısından bir diğer önemli kavram olan Türkiye mobilya ithalatı ile ilgili bilgilere ise Görsel 13. ve Görsel 14. de yer verilmiştir.

GTIP	GTIP Dörtlü Adı	4'lü GTIP ürün grupları, Türkiye İthalat verileri (Bin Dolar)						
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları	405.369	465.424	410.228	451.414	474.966	426.783	301.892
9402	Tıpta, cerrahide, dişçilikte, veterinerlikte kullanılan mobilyalar, berber koltukları vb.	27.218	32.296	26.469	37.285	37.285	29.815	32.656
9403	Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları	242.083	348.733	289.724	374.672	352.095	305.812	212.003
9404	Şilte mesnetleri, yatak takımı eşyası vb. eşya (şilteler, yorganlar, diz ve ayak örtüleri, yastıklar)	63.825	94.937	90.405	116.098	127.363	88.189	59.221
Genel Toplam		738.496	941.391	817.334	968.655	991.709	850.599	605.772
Yıllık değişim %		24,32	21,6	-13,2	18,5	2,4	-14,2	-28,8

**Görsel 13.** Ürün gruplarına göre Türkiye mobilya ithalatı (TÜİK, 2017).

No	Ülke Adı	Yıllar (1.000 ABD doları)						
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	Çin	343.857	297.720	333.947	349.251	277.152	76.942	68.000
2	İtalya	93.429	83.514	118.818	108.747	88.172	88.179	76.000
3	Almanya	87.802	76.248	103.658	96.051	86.866	78.878	84.000
4	Polonya	51.446	48.646	56.753	52.118	49.672	50.287	52.000

5	Fransa	42.482	38.614	42.929	39.343	35.625	34.602	29.000
6	İspanya	39.841	30.707	44.914	31.658	15.277	15.324	25.000
7	Romanya	27.122	26.868	30.781	31.896	33.921	22.657	27.000
8	Vietnam	20.609	16.318	18.652	21.747	19.837	8.169	6.000
9	ABD	15.349	13.094	16.354	16.348	20.141	15.813	14.000
10	Japonya	16.905	20.752	15.184	13.479	11.999	11.424	14.000
11	Endonezya	21.438	16.189	17.194	19.059	14.411	5.005	-
12	Bulgaristan	8.120	6.060	9.648	11.710	20.819	28.046	30.000
13	Britanya	21.955	11.524	9.330	9.357	12.042	11.424	-
14	Çek. Cum.	8.430	9.158	10.800	17.776	12.394	15.747	12.000
15	Güney Kore	8.127	5.236	5.288	11.828	18.981	16.213	13.000
16	Hindistan	11.852	10.842	11.950	14.952	8.744	6.799	7.000
17	Litvanya	7.065	8.049	9.429	7.859	9.337	10.569	11.000
18	İsveç	10.371	7.217	9.338	8.584	9.715	7.792	7.000
19	Malezya	8.422	6.983	8.232	6.877	5.049	13.637	15.000
20	Macaristan	6.412	5.626	7.221	8.607	9.898	9.193	8.000
21	Slovakya	10.386	7.199	6.443	7.336	6.695	7.494	7.000
22	Danimarka	5.579	4.073	5.733	7.920	5.345	5.789	4.000
23	Hollanda	4.712	4.730	4.698	4.399	5.161	7.097	5.000
24	Avusturya	7.773	6.195	5.869	5.605	2.636	2.525	-
25	Belçika	2.331	2.365	3.265	6.056	3.025	3.732	-
	Liste Toplam	881.815	763.927	906.428	908.563	782.914	553.337	496.000
	Genel 130 Ülke	941.391	817.334	968.655	991.709	850.599	605.772	-
	Yıllık değişim %	21,6	-13,2	18,5	2,4	-14,2	-28,8	-

**Görsel 14.** Ükelere göre Türkiye mobilya ithalatı (TÜİK, 2017).

“1986 yılında mobilya ithalatının daha fazla serbestleştirilmesi ve daha sonra 1996 yılında Gümrük Birliğine girmemiz ile mobilya ithalatında artış görülmüştür. 1994’te mobilya ithalatı 38 milyon dolar civarında gerçekleşirken bir sonraki yıl % 79’luk bir artışla 68 milyon dolar civarında gerçekleşmiştir” (www.ticaret.gov.tr). İthalattaki bu hızlı artış sonraki yıllarda da devam etmiş ancak 2000li yılların başlarında yaşanan kriz, iç talepte daralmaya yol açmıştır. Bu talep daralması hem iç mallara olan talebi hem de dış mallara olan talebi daraltmıştır. Dış mallara olan talep daralmasıyla birlikte mobilya ithalatında da bir daralma söz konusu olmuş ve mobilya ithalatı bir önceki yıla göre % 40 azalmıştır. Fakat toplam ithalatta bir daralma olmamıştır. Bu dönemde toplam ithalat rakamı artmıştır. Toplam ithalat rakamının artmasına sebep

ithalatın daha çok nihai mal yerine ara mal ithalatı şekline dönmüş olmasıdır. Kısacası toplam ithalat artarken, toplam içerisinde mobilyanın payı azalmıştır (Boyla, 2012, 10, Gürpınar, 2007, 94). “Kriz sonrası dönemde mobilya ithalatında yaşanan gerileme 2002 yılı ile birlikte küçük bir artışla 128 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir” (Güleç, 2016, 95). 2005 yılında 389 milyon dolar olarak gerçekleşen Sektör ithalatı ekonomik iyileşmeye paralel olarak sonraki yıllarda da artışını sürdürmüştür ancak 2009 yılında yaşanan küresel krizden dolayı bir önceki yıla oranla % 37 azalmıştır. 2011 yılında krizin etkileri iyice azalmış ve sektör ithalatı 2008 yılı değerlerini geçerek 941 milyon dolara ulaşmıştır. 2015 yılında bir önceki seneye göre %14 oranında azalmış, 2016 yılında ise bir önceki seneye göre %28 oranında azalmıştır. Ancak İthalattaki gerileme sektör dış ticaret fazlasına pozitif yönlü bir katkı yapmaktadır (Boyla, 2012, 10, ihracat Genel Müdürlüğü Maden, Metal ve Orman Ürünleri Dairesi, 2018, 10).

### 2.3.3. Önemli Bölgeler

Türkiye’de Mobilya sektörünün yoğunlaştığı bölgelerde İki özellik dikkat çekmektedir. Birincisi pazara yakınlık ya da pazar yoğunluğu; ikincisi hammaddeye yakınlıktır (Çanakçı, 2016). “Türkiye mobilya endüstrisi üretim alanı olarak farklı coğrafi bölgelere dağılmış olmasına rağmen istihdamın ve işletme sayısının en yoğun olduğu bölgeler sırasıyla İstanbul, Bursa, Kayseri ve Ankara’dır” (Mobilya Ürünleri Meclis Başkanı Ercan ATA, 2017) (Görsel 15).

No	İstihdamı en çok olan iller				İstihdamı en az olan iller			
	İller	İşyeri sayısı	Sigortalı sayısı	İşletme istihdam oranı	İller	İşyeri sayısı	Sigortalı sayısı	İşletme istihdam oranı
1	İstanbul	5.638	35.962	6,4	Ardahan	0	0	0
2	Bursa	2.131	24.450	11,5	Bayburt	3	4	1,3
3	Kayseri	1.071	21.819	20,4	Tunceli	3	4	1,3
4	Ankara	2.491	15.055	6,0	Gümüşhane	4	5	1,2
5	İzmir	1.800	13.133	7,3	Ağrı	4	8	2,0
6	Antalya	857	4.526	5,3	Hakkari	4	14	3,5

7	Kocaeli	315	3.963	12,6	Edirne	9	15	1,6
8	Adana	505	2.542	5,0	İğdır	4	17	4,2
9	Gaziantep	307	2.246	7,3	Kilis	3	28	9,3
10	Düzce	92	1.989	21,6	Van	9	42	4,6
11	Sakarya	221	1.795	8,1				
12	Manisa	180	1.771	9,8				
13	Denizli	258	1.301	5,0				
14	Hatay	353	1.231	3,5				
Liste toplam		12.068	88.667	8,0		43	137	3,1
Mobilya imalat genel toplam					Ülke imalat genel toplam			
Girişim sayısı		43,057		4,07	336.862			9,2
Çalışanlar sayısı		177.944			3.126.540			

**Görsel 15.** İllere göre ilk 14 ve son 10 işyeri sayısı ve istihdam (TÜİK, 2017).

### **İstanbul:**

Piyasanın en önemli iki bölgesi ikitelli organize sanayi bölgesinde Masko ve küçük sanayi sitesinde Modoko'dur. Bu piyasanın en büyük avantajı kalifiye işgücü sağlayabilmesidir. Ayrıca çok çeşitli malzemelere ulaşabilme, kullanabilme imkanı vermesi ve büyük Mobilya fuarlarının bu şehirde yapılıyor olması da sayılabilecek avantajlar arasındadır (www.igeme.gov.tr/10.09.2005).

### **Bursa:**

Bulunduğu fiziksel yapısından ve konumundan dolayı ağaç sanayinin hızla geliştiği bu bölge mobilya sektörü için en önemli bölgeler arasındadır. Hammadde kaynaklarına yakın olmasının ve tarihi İpek Yolu üzerinde bulunmasının getirdiği ticari hareketliliğin avantajını iyi değerlendirmiş ve mobilyasıyla anılmayı başarmıştır. İstihdam imkanı ile Ankara'dan sonra gelmektedir çok çeşitli malzemeye ulaşabilme; kalifiye ve ucuz işgücü sağlayabilme özelliklerini avantajları olarak sıralayabiliriz (Yeniçeri, 2002, 4, Yalçın, 2005, 178, Sakarya ve Doğan, 2016).

### **Kayseri:**

Kayseri piyasasında büyük ölçekli firmalar daha baskın olsa da büyük çoğunluğunu orta ve büyük ölçekli firmalar oluşturur. Bu firmalarda istihdam eden eleman sayısı

Türkiye ortalamasının çok üzerindedir. Bu da göstermektedir ki; bölge fabrikasyon tarzında üretim yapan büyük ölçekli firmaların yoğunlaştığı bir bölgemizdir. Bu bölgede mobilya sektörünün yükselişi kanepeler, koltuk ve yataklar ile başlamıştır. Daha sonrasında yeni yatırımlarla mobilyanın her dalında üretim yapmış ve Türkiye'nin önemli bir mobilya merkezi haline gelmiştir (www.igeme.gov.tr/10.09.2005).

"2012 yılında 355 milyon dolarlık ihracat ile Türkiye'nin mobilya ihracatının % 18,7'sini tek başına yapan Kayseri, ülkemizin en önemli mobilya üretim ve ihracat merkezi durumundadır" (ihracat Genel Müdürlüğü Maden, Metal ve Orman Ürünleri Dairesi, 2018, 4). Ayrıca firma başına 11,5 kişilik çalışana sahip olmasıyla Türkiye ortalamasının çok üzerinde bir istihdam düzeyine sahiptir. Bu da bölgenin fabrikasyon tarzında üretim yapan, büyük ölçekli firmaların yoğunlaştığı bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir (Sakarya Ve Doğan, 2016, 13). "TOBB ve TÜİK ihracat verilerine göre Kayseri ülke mobilya ihracatında bir numaralı bölgedir. İşletme başına istihdam ortalaması 20,4 olup Türkiye genel imalatının yaklaşık 2 katıdır" (Çınar,2017).

#### **Ankara:**

Küçük ve orta ölçekli birçok işletmeyi barındıran bu bölge işletme sayısı ve istihdam imkanı ile İstanbul'dan sonra gelmektedir. İşletmelerin geneli emek yoğun çalışan işletmeler olup büyük ölçekli üretim yapan işletme sayısı oldukça azdır. Bu bölgede üretim Siteler bölgesinde yoğunlaşmıştır. Bu bölgedeki avantaj ucuz ve kalifiye işgücüne her zaman ulaşılabilmesidir. Ankara mobilyası olarak markalaşmıştır. Ancak yeni ürün tasarımında ve yeni marka oluşturmada geride kalmıştır (www.igeme.gov.tr/10.09.2005, Yeniçeri, 2002, 3). "İşletme başına düşen % 6 kişilik istihdam oranı ile Ankara, ülke genel mobilya imalat sektörünün üstünde ancak genel imalat ortalamasının oldukça altında eleman çalıştırmaktadır" (Çınar, 2017).

## **2.4. Mobilya Sektöründe İç Mimarlık Disiplininin Yeri**

Günümüzde hızlı nüfus artışı, genç nüfus oranındaki artış, sosyal ve ekonomik gelişmeler gibi sebepler mobilyaya olan talebi artırmış ve mobilyayı insanların

yaşam alanlarının vazgeçilmez temel elemanlarından biri haline getirmiştir (Ultav ve diğerleri, 2015). Mobilya talebini etkileyen bu faktörler müşteri tercihleri ve beklentileriyle beraber yaşam alanlarının yapısını ve görünümünü de değiştirerek mobilyanın şekillenmesinde rol oynamaktadır (Karahana, 2004, 76). Bu faktörlere ek olarak teknolojik gelişmeler müşterinin dünyadaki bütün ürünlere ulaşabilmesini sağlayarak bu ürünleri fiyat fayda dengesi, kalitesi, içerdiği yenilikler, kullanırken ve elden çıkarırkenki kolaylıklarını karşılaştırmasına neden olmuştur. Bu da beğenileri hızla değişen bir tüketici toplumu meydana getirmiş ve yeni ürün tasarım taleplerini ve önemini artırmıştır. Bu talepleri karşılayabilmek ve pazarda söz sahibi olabilmek için ise tasarımcıların müşteri istek ve ihtiyaçlarına hitap eden mekanlar ve bu mekanlara uyum sağlayan yeni tasarımları verimli ve yenilikçi bir şekilde üretmeleri gerekli hale gelirken firmaların da kendilerini tasarım konusunda geliştirmesi gerekmektedir. Bu da tasarım ve tasarımcı kavramının mobilya sektörü için ne derece önemli olduğunu göstermektedir (Yalçın, 2005, 31,103,104).

Tasarım kavramı her disiplin için ayrıca tanımlanabilecek çok geniş bir kavramdır. Aynı zamanda, insanların sosyal beklentilerini, bireysel beklentilerini, satıcıların ve üreticilerin maddi ve manevi beklentilerini, çevresel beklentileri dahi karşılayabilen bir güçtür. Tasarım küreselleşen dünyada uluslararası ya da ülke içi rekabet için önemli bir gerekliliktir (Gürpınar, 2007, 111, Karahana, 2004, 49). Tasarım, faaliyet alanında avantaj sağlamanın esas dayanaklarından biridir. Aynı zamanda mobilya sektöründeki firmaların birbirleri üzerindeki rekabet gücünü etkileyen en önemli faktörlerdendir. Kotler ve Rath'a (1984) göre tasarım, bir firmanın diğer firmalar arasında öne çıkmasına yardımcı olan en etkili araçtır. Bu tanımlamalara ek olarak tasarım pazardaki konumu güven altına alır, üretim performansını artırabilir, üretim ve ürün maliyetlerini düşürüp karı ve geliri artırır (Er ve Er, 2009, Kumsal, 2015).

Ürün tercihi kararlarını bir yaşam tarzı seçimine dönüştüren tasarım sektördeki etkilerinin yanında, kullanıcıların hayat kalitesi üzerinde de büyük bir etkiye sahiptir. Yapılacak hatalar kullanıcıya rahatsızlık verebilir, ruhsal ve fiziksel yönden sıkıntıya sokabilir. Öte yandan, insana ait özelliklerden olan ergonomi, psikoloji, estetik ve ihtiyaç duyulan fonksiyon ile alakalı her detayın iyi düşünüldüğü tasarımlar

kullanıcının hayatını kolaylaştırabilir, fiziksel ihtiyaçlarını karşılarlarken ruhsal tatminlik de sağlayarak hayatını zenginleştirebilir (Ökten, 2012, 5, Başbuğ, 2016).

Tasarımın mobilya sektörü ve kullanıcısı üzerindeki bu etkileri dikkate alındığında mobilya tasarımında önemli rol oynayan iç mimarlık disiplininin mobilya sektörünün gelişimi açısından önemi ortaya çıkmaktadır. Çünkü müşteri beklenti ve gereksinimlerini karşılayacak tasarımları geliştirmek oldukça fazla teknik bilgi ve tecrübe gerektirirken görsel olarak da yaratıcı olmayı ve tasarım kabiliyetine sahip olmayı gerektirmektedir. Uygulamalarında bilimsel ve teknik veriler kullanan, tasarıma dayalı bir meslek dalı olan iç mimarlık ise mobilya firmalarının ürün geliştirme ve tasarım bölümlerinde çalışabilecek, bu özelliklere sahip, mekan organizasyonuna yeni ve ekonomik çözümler getirebilecek, kullanıcının istekleri, zevki, fiziksel ve ruhsal özellikleri doğrultusunda işlevsel mekanlar tasarlarlarken, teknoloji ve malzeme alanındaki gelişmeleri mekana uygulayabilecek tasarımcılar yetiştirmeyi hedeflemektedir (Ökten, 2012, 5, 7).



### 3. BÖLÜM: YÖNTEM

Mekan ve mobilya birbirleriyle doğrudan ilişkili ve sürekli olarak etkileşim halinde olan iki kavramdır (Başbuğ, 2016, 49). Bu yüzden iç mimarlık ve mobilya sektörleri birbirlerinin gelişimini önemli derecede etkilenmektedir. Türk mobilya sektörü iç mimarlık alanı için ülke ekonomisindeki yeri, yarattığı istihdam ve zaman geçtikçe öneminin daha da artması gibi nedenlerden dolayı stratejik bir öneme sahiptir. Dolayısıyla iç mimarlık alanının gelişimine katkı sağlayabilmek amacı ile mobilya, mobilya sektörünün mevcut durumu ve sorunları araştırılması gereken bir konu olarak görülmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı iç mimarlık alanı için önemli bir yere sahip olan mobilya sektörünün mevcut durumunun ve sorunlarının tespit edilerek bu sorunların iç mimarlık alanı ile ilişkisini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda görüşme yapılan firmaların daha önceden belirlenmiş olan sorulara verdikleri cevaplar analiz edilerek sektörün genel durumunun ortaya konması amaçlanmıştır. Aynı zamanda bu görüşmelerin çözümlenmesi ile elde edilen veriler yardımıyla iç mimarlık alanına, Türkiye mobilya sektörüne ve bu alanda yapılacak diğer çalışmalara katkı sağlamak amaçlanmıştır. Çalışmada, Türkiye mobilya sektörünün sorunları ve çözüm yolları ile ilgili amaçlanan bilgilere ulaşabilmek için izlenen yöntemler sistematik olarak şu şekilde ifade edilebilir:

Literatür taramasının yapılması

Görüşme yapılacak firmaların belirlenmesi

Görüşmede sorulacak soruların belirlenmesi

Belirlenen firmalar ile görüşmelerin yapılması

Görüşmelerin analizi, değerlendirilmesi ve yorumlanması

Literatür taraması için bilimsel yönteme uygun tarama yöntemleri kullanılmış ve bu taramalar sonucu ulaşılan bilgiler toplanarak değerlendirilmiştir. Veri toplama aracı olarak ise akademik yayınlar, gazete ve dergiler, elektronik yayınlar, kitaplar, mobilya kongrelerinde yapılan çalışmalar taranarak Türk mobilya sektörü ile ilgili her türlü bilgiye erişilmeye çalışılmıştır. Ayrıca sektörün gelişim grafiğinin ve güncel durumunun anlaşılabilmesi için Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD),

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB), Türkiye Mobilya Sanayicileri Derneği (MOSDER), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Ankara Sanayi Odası (ASO), Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı (OKA), Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA), Orta Anadolu Kalkınma Ajansı (ORAN), Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA), Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı gibi kurumların yayınladığı sektörel raporlar incelenerek bilgisayar ortamına atılmış ve bir veri tabanı oluşturulmaya çalışılmıştır.

Veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden birincil veri toplama yöntemi olan yüz yüze görüşme seçilmiştir. Görüşme yapılacak firmaların belirlenmesinde ise nitel araştırmalarda kullanılan seçkisiz olmayan örnekleme yöntemleri arasında yer alan amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örneklem kullanılmıştır. Örneklemede ölçütler, firmaların hem ulusal hem uluslararası arenada faaliyet göstermesi; bu faaliyetler kapsamında mobilya tasarımı, üretimi (üretim yapıyorsa işletmenin büyük ölçekli olması) veya belirli bir sayının üzerinde ulusal ve uluslararası uygulama yapmış/yapıyor olması; bünyesinde tasarım departmanı bulunduruyor olması olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda sektöre yön veren 5 adet işletmenin yetkilileriyle bu konuda görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşme yapılacak firmaların belirlenmesinin ardından bu işletmelere yöneltilecek sorular belirlenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alacak sorular firmaların sektördeki yerini ve görüşlerini anlamaya yönelik açık uçlu sorular şeklinde hazırlanmıştır. Ancak görüşmeler daha geniş çerçevede, sektörün genel durumunu anlamaya yönelik yapılmış; daha sonra cevaplar irdelenerek ilgili başlıklar altında değerlendirilmiştir. Firmalara yöneltilen sorular ise aşağıdaki gibidir:

1. Sizce mobilya endüstrisinde yaşanan temel sorunlar nelerdir?
2. Bu sorunlarla nasıl başa çıkıyorsunuz?
3. Bu sorunların iç mimarlık alanı ile ilişkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?
4. Bu sorunlara yönelik önerileriniz nelerdir?

Sorular belirlendikten sonra görüşme için üniversiteden gerekli etik komisyon izni alınmış ve görüşme formu hazırlanmıştır. Hazırlanan görüşme formu Ek 1'de sunulmuştur. Görüşme sırasında yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak gerekli görüldüğü takdirde sorular ve ifadeler hakkında açıklamalarda bulunulmuştur. Görüşmelerin daha güvenilir ve doğru bir şekilde kaydedilmesi ve analiz edilebilmesi için görüşmeler esnasında katılımcıların onayı dahilinde ses kaydı yapılmıştır.

Son olarak görüşmeler tam metin olarak çözümlenmiş ve bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Bu metinler üzerinden içerik analizi yapılmış ve sonuçlar aşağıda başlıklar altında açıklanmıştır. Bulguların aktarımında firma adları kodlanmış ve araştırma kapsamında bu kodlarla anılmıştır.

## 4. BÖLÜM: ALAN ÇALIŞMASI VE BULGULAR

Araştırma kapsamına 5 firma dahil edilmiştir. Görüşmelerin gizliliği için firmalar A, B, C,D ve E olarak kodlanmıştır.

A firması 1972 senesinde 80 metrekare atölyede hizmet vermeye başlamıştır. Yatak odası, yemek odası, oturma grubu bununla birlikte yatak üretimi de yapmaktadır. 100 bin bin metrekarelik üretim alanında yıllık 900 bin metrekare üretim yapmaktadır. Türkiye mobilya sektöründe ikinci büyük yatırımcı ve ikinci büyük ihracatçı olma özelliğine sahiptir. Şu anda Çanakkale ilinde faaliyet göstermektedir. Aynı zamanda yurtiçi ve yurtdışında 200'ün üzerindeki mağazası ile sektörde önemli bir yer tutmaktadır.

C firması 1935 yılında kontrplak üretimi yaparak uçak sanayine destek vermesi amacıyla açılmıştır. Daha sonra ev mobilyası, hareketli ev mobilyası üretimi yapan bir firma haline dönüşmüştür. Ev mobilyaları dışında, projeli işler alanında Türkiye ve yurt dışında uzmanlık ve donanım gerektiren alanlarda da hizmet sunmaktadır. 40 bin metrekare si kapalı olmak üzere toplam 186 bin metrekare üretim alanına sahiptir. Türkiye genelinde 160'ın üzerinde mağaza ile sektöre hizmet vermektedir. Ayrıca yaklaşık 15 ülkeye gerçekleştirdiği ihracatı ve yurtdışında yer alan konsept mağazalarıyla uluslararası pazarda da hizmet vermektedir. Şu anda Düzce ilinde faaliyet göstermektedir.

A firması 2012 yılında C firmasını bünyesine katarak çalışmalarını tek bir çatı altında sürdürmeye başlamıştır. Bünyelerinde toplam 1275 çalışan barındırmaktadırlar ve bunların 7'si iç mimardır.

B firması 2010 yılında faaliyetlerine başlamıştır. İç mimari ve tasarım alanında işler yapan, uluslararası çalışan bir firmadır. Dünya çapında tanınan birçok markanın mağaza iç mekan, mobilya ve donatı tasarımı ve uygulamalarını gerçekleştirmiştir. Firma yetkilisi görüşme esnasında hem kalite hem hız hem de uygulama anlamında sektördeki diğer firmalardan ayrıldıklarını ifade etmiştir. Yapı olarak hem tasarım

hem uygulama hem de proje yönetimi yapmakta, üretim yapmamaktadır. Bunları yaparken her iş dalı için o işle ilgili profesyoneller ile çalışmaya dikkat ettiklerini vurgulamıştır. Bünyesinde toplamda 15 çalışan barındırmaktadır ve bunların 4'ü iç mimardır. Şu anda İstanbul ilinde faaliyet göstermektedir.

D firması 1927 yılında bir marangoz atölyesinde ev mobilyası üreterek sektöre girmiştir. Ama daha sonra tamamen ofis mobilyası üzerine tasarım ve imalat yapmaya başlamıştır. Şu anda içinde bulunduğu üretim tesisi yaklaşık 44 bin metrekare kapalı alana sahip, tamamen modern tezgahlar ve ekipmanlarla donatılmış bir üretim tesisidir. Yıllık 150 bin komodin, 200 bin masa ve panel karkas üretim kapasitesine sahiptir. Zaman zaman değişkenlik göstermekle beraber bünyesinde mavi ve beyaz yaka beraber 400-500 kişi çalıştırmaktadır. Kendi bünyesinde tasarım merkezine sahiptir. Şu anda 30 dan fazla ülkeye ihracat yapmaktadır ve ikinci 5 yıllık planlarını gerçekleştirme amacı ile Avustralya, Hindistan, Katar, Arabistan, İngiltere gibi yeni pazarlara açılmaya devam etmektedir. Ankara ilinde faaliyet göstermektedir ancak kurumsal satış merkezi İstanbul'dadır. Türkiye'de ise 11 şehirde 14 mağaza ile sektöre hizmet vermektedir. Bunun yanında Almanya Münih gibi birçok yerde mağazaları bulunmaktadır. Ayrıca Dubai'de kontak ofisi bulunmaktadır. Firma yetkilisi bu şubeleri açmalarının sebebinin 10 yılda 10 dünya markası yaratmak hedefiyle yola çıkan TURQUALITY programı üyesi olarak belirledikleri 5 yıllık planlarını gerçekleştirmek olduğunu belirtmiştir.

E firması 1958 de küçük bir metal atölyesinde üretime başlayan, daha sonra organize sanayide sac ve metal üretimi yapan, şu an ise ahşap mobilya üretimi yapan bir firmadır. Günümüzde ofis, ev mobilyası, taahhüt işleri, mutfak ve banyo mobilyaları üretimi yapmaktadır. 60 bin metrekare üretim alanı ile yıllık 4.5 milyon metrekare panel işleme, 530 bin parça mobilya üretim kapasitesine sahiptir. Cirosunun yaklaşık %35-%40'ı ihracata dayalıdır, sektör ortalamasının yaklaşık 3 kat fazlası ihracat yapmaktadır. Bünyesinde 389 kişi çalıştırmaktadır ve bunların 14'ü iç mimardır. Firma yetkilisi tasarım konusunda kendilerini oldukça geliştirdiklerini kurdukları tasarım ekibi ile ürünlerinin büyük çoğunluğunu kendi içlerinde tasarladıklarını vurgulamıştır. Ofis mobilyası kategorisinde Türkiye'deki ilk

Ar-Ge merkezine sahip firma olma özelliğini taşımaktadır. Ayrıca tescilli tasarım merkezi ile Türkiye’de başka bir ilke imza atmıştır. Son 2 yıldır ürünlerinin %60’ını kendi bünyesinde tasarlamaktadır. 70 adet tasarım ödülü vardır. 2017 yılında TURQUALITY® Destek Programı kapsamına alınmıştır. Şu anda Ankara ilinde faaliyet göstermekte ve İstanbul, Ankara, İzmir, İzmit, Bursa, Adana, Antalya ve Trabzon’da bulunan mağazalar ile sektöre hizmet vermektedir.

#### **4.1. Firmaların Karşılaştıkları Temel Sektörel Sorunlar**

Firmalarla yapılan görüşmeler sonucunda sorunların; tedarik sorunları, tasarım-üretim sorunları, etik sorunlar ve diğer sorunlar olmak üzere dört ana başlık altında toplandığı görülmüştür.

##### **4.1.1. Tedarik Sorunları**

Hammadde temininde yaşanan problemler görüşme yapılan tüm firmaların öncelikli sorunları arasındadır. E firmasına göre Türkiye mobilya sektörü çok fazla ithal ikameli ürün kullanmaktadır. “İthal ikamesi, ithal edilmekte olan bir malın ya da mal gruplarının ithalatının kısıtlanarak yurt içinde üretilmesini sağlamak amaçlı kullanılan bir uygulamadır” (<http://panel.kku.edu.tr>). Ana hammaddelerin yurtdışından geliyor olmasının sadece mobilya sektörünün değil Türkiye'nin sorunu olduğu ifade edilmektedir. Türkiye'deki ağaç stoklarının yetersiz olmasından kaynaklı, mobilya sektörünün ana hammaddesi olan yonga levha, melamin kaplı yonga levha ve lif levhaların talaşının Brezilya, Kanada ve Amerika'dan; tutkalının Almanya'dan; kağıdının Almanya ve İtalya'dan geldiği, Türkiye'nin ise bunların sadece işçiliğini yaparak sektöre dağıtımını yaptığı belirtilerek durumla ilgili bir örnek verilmiştir. Bunun yanında kullanılan aksesuarların %60-%70 inin, kullanılan kenar bantların, kaplamanın, kerestenin vb. birçok parçanın ithal olduğu vurgulanmıştır. Bu örneklerle Türkiye mobilya sektörünün neden ithal ikameli bir sektör durumuna düştüğü de ifade edilmiştir. A, C ve D firmaları tarafından da tedarik sorunları ile ilgili benzer noktalara değinilmiş; fakat B firması tarafından dünya bazında rekabet yaratabilecek bir ürün tasarlamak için AR-GE çalışmalarını geliştirdikleri, fakat

istedikleri malzemelere ulaşamadıkları için bu süreçlerinin olumsuz etkilendiği belirtilmiştir.

#### **4.1.2. Tasarım-Üretim Sorunları**

Beş firma tarafından da tasarım-üretim sorunlarının temelinde kalifiye işgücü eksikliğinin olduğu vurgulanmıştır. Bu sorun sadece mobilya endüstrisinin değil tüm sektörlerin problemi olarak görülmektedir. Bunun en büyük sebebi olarak eğitim politikasında izlenen yanlış yöntemler gösterilmiştir. Bunlardan biri üniversite-sanayi işbirliğinin zayıf olması olarak ifade edilirken diğeri, üniversite sayısındaki artış ile öğrencilerin neredeyse tamamının iki yıllık ya da dört yıllık bölümlere yerleşmesinden kaynaklı makinanın başında çalıştıracak personel bulunamaması olarak ifade edilmiştir. Bunun yanında kamu kurumundaki maaşların özel sektörden yüksek olmasından dolayı bireylerin kamu sektörüne kayması, personel bulmakta yaşanan sıkıntıların bir diğeri sebebi olarak gösterilmektedir. Bulunan personelin ise (gerek mavi yaka gerekse beyaz yaka) teknik bilgilerinin çok yetersiz olduğu, işi öğrenmek için sıfırdan eğitime alındıkları ve bu sürede zaman kaybı yaşandığı vurgulanmıştır. Bunlara ek olarak B firması tarafından, çalışanların yetersiz olmasının yanında firmaların da kaliteli işçinin yüksek maaşını ödememek için düşük ücretle çalışacak eleman aramaları bu sorunu artırıcı sebep olarak gösterilmiştir. D firmasına göre ise bunun en temel sebebi olarak bu sektörle ilgili lisansör firmaların olmayışı gösterilmiştir.

Tasarım geliştirme sorunu beş firmanın da üzerinde durduğu bir diğeri sorundur. Türkiye'nin tasarım alanında oturmuş bir yapıya sahip olmadığı vurgulanmıştır. Bu konu ile ilgili olarak Türkiye'deki tasarımcıların tasarımlarının çok kolay taklit edilmesinden, tasarımları için almaları gereken maddi karşılığın yetersiz olmasından ya da hiç olmamasından dolayı yaşadıkları zorluklardan bahsedilmiştir. Ayrıca B firması sektördeki firmaların para kazanabilecekleri ürünlere ağırlık verip, ARGE çalışmalarına önem vermeyip, yeni bir ürün, pazarda yenilikçi bir şey yapma kaygıları olmadığı için tasarım anlamında gelişemediklerini vurgulamıştır. Bunlara ek olarak C firması tarafından ürünleri daha ucuza maletmek için kullanılan

malzemelerden kaynaklı dünya ile rekabet edebilecek tasarımların ortaya çıkmadığı ifade edilmiştir. Tüm bunların sonucu olarak ortaya çıkan markalaşma sorunu ise E firmasının değindiği başka bir sorundur.

A, B ve E firmaları tarafından teknolojik alt yapıımızdaki eksikliklerden ve bu eksiklikleri tamamlamamızın öneminden bahsedilmiştir. Türkiye'deki orta ölçekli ve orta ölçeğin üzerine çıkmış firmaların sistemle ilgili yatırımlarının geç yapıldığından ya da yapılamadığından kaynaklı kendi mevcut durumlarını kontrol edemedikleri için maddi sıkıntılar yaşadıkları ifade edilmiştir. Bunlara ek olarak B firması tarafından Türkiye'deki teknolojinin yetersiz olduğu, bir ürün üretirken çözülmesi gereken bir detay için teknolojinin ithal edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Aynı zamanda D ve E firmaları, profesyonel çalışmayan firmaların yaşadıkları sorunların en büyük kaynağının teknolojik yetersizlikler olduğunu belirtmiştir.

#### **4.1.3. Etik Sorunlar**

Firmaların merdiven altı üretim tabir ettikleri kayıt dışı üretim, beş firmanın da vurguladığı, sektörde yaşanan önemli sorunlardan biridir. B firması, Türkiye'deki üretimin %50'sinden fazlasının merdiven altı üretim yerlerine ait olabileceğini belirtmiştir. Merdiven altı üretim yapan firmaların sayısındaki artışın AR-GE ve tasarım anlamında önemli yatırımlar yapan firmaları olumsuz etkilediği belirtilmiştir. Bunun sebebi olarak merdiven altı firmaların yatırım yaptıkları teknolojileri ya da tasarım ekipleri olmadığı için benzer ürünü diğer firmalardan daha ucuza yaparak haksız rekabet ortamı oluşturmaları gösterilmiştir. Bu rekabet ortamına ayak uydurabilmek için firmaların fiyat politikalarını değiştirmeleri gerektiği veya ürün kalitesini azaltması gerektiği; ancak teknik personel (mühendis, mimar vb.) maliyetlerinden fedakarlık edemeyeceği için bunun mümkün olmadığı ifade edilmiştir. Bu konuda yaşanan sıkıntıların en büyük sebebi olarak tüm firmalar tarafından devlet denetiminin yetersiz olması ve caydırıcı cezaların olmaması gösterilmiştir.



#### **4.1.4. Diğer Sorunlar**

B ve E firmaları tarafından, güçlü bir sermayeye sahip olamamanın dünya çapında markalar yaratılması ve dünya piyasalarına yayılabilmek konularında büyük sıkıntılar doğurduğu belirtilmiştir. Bu başlık altında değinilen diğer sorunlar ise firmaların birbiri ile ilişkisinin zayıf olması, yan sanayilerin yetersizliği, mobilya sektörü ile diğer ilgili sektörler arasında kopukluk olması ve müşteri kitlesindeki bilinçsizliklerdir.

#### **4.1.5. Değerlendirme**

Görüşmeler sonucu bütün firmalar için ortak olan sorunların kalifiye işgücü sayısındaki yetersizlik, hammadde yetersizliği, kayıt dışı üretim, devlet denetiminin yetersizliği ve tasarımlardaki taklit ve kopyalama sorunları olduğu görülmüştür. Tasarım ve ar-ge geliştirmede yetersizlikler ve bu konuda verilen eğitimlerin yetersiz olması ise bu konudan bahseden firma sayısı baz alındığında bir diğer önemli sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Firmaların sektörde karşılaştıkları sorunlara yönelik verdikleri cevapların tamamı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir (Görsel 16);

<b>A</b>	<b>B</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kalifiye işgücü eksikliği,</li><li>• Hammadde, kaliteli hammadde yetersizliği,</li><li>• Kayıt dışı üretim(merdiven altı),</li><li>• Tasarımların taklit edilmesi,</li><li>• Haksız rekabetle ilgili caydırıcı cezaların olmayışı,</li><li>• Mobilya sektörünü besleyecek yan sanayilerin yetersizliği, tedarikçi firma sorunu,</li><li>• Yeni fikirlerin geliştirilmemesi,</li><li>• Firmaların birbiri ile ilişkisinin zayıf olması,</li><li>• Tasarım ve ARGE yetersizliği,</li><li>• Teknolojinin ithal edilmesi,</li><li>• Eğitimsiz eleman,</li><li>• Bilinçsiz müşteri profili,</li><li>• İnşaat sektörü gibi bağlantılı diğer sektörlerle arasındaki kopukluk.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kalifiye işgücü eksikliği,</li><li>• Kayıt dışı üretimin denetlenmemesi sonucu ortaya çıkan haksız rekabet ortamı,</li><li>• Teknolojik yetersizlikler,</li><li>• Mobilya sektörünü besleyecek yan sanayilerin yetersizliği; tedarikçi firma sorunu,</li><li>• Teknik yetersizlikler,</li><li>• Bilinçsiz müşteri profili,</li><li>• Firmaların ARGE konusunda kendini yeterince geliştirememesi,</li><li>• Kaliteli üretim,</li><li>• Maliyet,</li><li>• İnşaat sektörü gibi bağlantılı diğer sektörlerle arasındaki kopukluk,</li><li>• Hammadde yetersizliği,</li><li>• Üniversite-Sanayi işbirliğinin yetersizliği.</li></ul>
<b>C</b>	<b>D</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kalifiye işgücü eksikliği,</li><li>• Hammadde, kaliteli hammadde yetersizliği,</li><li>• Kayıt dışı üretim(merdiven altı),</li><li>• Tasarımların taklit edilmesi,</li><li>• Haksız rekabetle ilgili caydırıcı cezaların olmayışı,</li><li>• Yeni fikirlerin geliştirilmemesi,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Firmaların profesyonellikten uzak olması,</li><li>• Kalifiye işgücü eksikliği,</li><li>• Tasarım ve ARGE yetersizliği,</li><li>• Eğitimsiz eleman,</li><li>• Tasarımların taklit edilmesi ve bununla ilgili caydırıcı cezaların olmayışı,</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasarım ve ARGE yetersizliği,</li> <li>• Eğitimsiz eleman,</li> <li>• Bilinçsiz müşteri profili,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hammaddeye erişimdeki zorluklar.</li> </ul>
<b>E</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kalifiye işgücü eksikliği,</li> <li>• Yetersiz eğitim,</li> <li>• Hammadde yetersizliği,</li> <li>• Üniversite-Sanayi işbirliğinin yetersizliği,</li> <li>• Finansman ve sermaye yetersizlikleri,</li> <li>• Teknolojik yetersizlikler,</li> <li>• Markalaşma sorunu, dünya çapında markalarımızın olmayışı,</li> <li>• Firmaların Finans yönetimi konusunda yeterince profesyonel olamaması,</li> <li>• Tasarımların kolayca taklit edilebilmesi, kısıtlayıcı ve caydırıcı önlemlerin olmaması,</li> <li>• Tasarımcıların çalıştıkları firmalardan hak ettikleri ücretleri alamaması.</li> </ul>	

**Görsel 16.** Mobilya endüstrisinde yaşanan temel sorunlar

## 4.2. Sorunların İç Mimarlık Alanı İle İlişkisi Hakkında Firmaların Görüşleri

Bu sorunların iç mimarlık ile ilişkisi hakkında yapılan yorumlar genel olarak, iç mimarlık eğitimi alanındaki kimi yetersizliklerin sektöre yansımaları, istenen ayarda işlerin çıkmaması, çıktığında ise bu süreçlerin zaman kaybına yol açması üzerine toplanmıştır. İç mimarların mezun olduktan sonra sektörel dili bilmemelerinden, uygulama detaylarını bilmemelerinden bahsedilmiştir. Çizdikleri ürünün uygulanabilirliği hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları için kalitesiz veya hatalı ürünlerin ortaya çıktığı, bunun da hem maddi kayıplara hem de zaman kaybına yol açtığı vurgulanmaktadır. Bunlara ek olarak B firması tarafından yaşanan bu sorunların birçoğunun mimar-iç mimar-endüstri ürünleri tasarımcılarının bir arada çalışmamasından kaynaklandığı belirtilmiştir. Firmaların bu konuya yönelik verdikleri cevapların tamamı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir (Görsel 17);

<p style="text-align: center;"><b>A</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• İç mimari eğitimlerin yetersizliği sektöre yansımakta, kaliteli işler çıkmamasına yol açmaktadır.</li> <li>• Mimari çözümlerin mobilya-donatı kısmı yeterince düşünülmeyen yapıldığı için uygulama kısmında zorluklar yaşanmaktadır.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>B</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• İç mimari eğitimlerin yetersizliği sektöre yansımakta, kaliteli işler çıkmamasına yol açmaktadır.</li> <li>• Mimar-iç mimar-endüstriyel ürün tasarımcıları yeterince bir arada çalışmadıkları için birbirlerine yeterince katkı sağlayamamaktadırlar.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>C</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• İç mimari eğitimlerin yetersizliğinden kaynaklı sektörde tasarım ve uygulama sorunları yaşanmaktadır.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>D</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• İç mimari eğitimlerin yetersizliği sektöre yansımaktadır,</li> <li>• İlişkili diğer sektörlerde yaşanan sıkıntılar iç mimarı da etkilemektedir.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>E</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• İç mimari eğitimlerin yetersizliği sektöre yansımaktadır.</li> </ul>	

Görsel 17. Bu sorunların iç mimarlık alanı ile ilişkisi

### 4.3. Firmaların Bu Sorunlarla Başa Çıkma Yöntemleri

Görüşme yapılan firmaların bu sorunlarla ortak başa çıkma yöntemleri kendi içlerinde kurdukları tasarım ekipleri ve işe aldıkları elemanlarını kapsamlı bir eğitime almalarıdır.

A firması aynı standardizasyonu yakalayabilmek için etkileşimde olduğu firmaları ve kişileri kendi kriterleri doğrultusunda eğittiğini ve gelişmelerine katkı sağladığını ifade etmektedir.

B ve C firmaları eğitim konusunda, kendi elemanlarını eğitmek dışında üretim yaptırdıkları firmaları da, tedarik yaptıkları firmaları da eğittiklerini belirtmişlerdir. Kaliteyi ve belirli standartları yakalamak için eğitim vermenin gerekliliği üzerinde durmuşlardır. Tasarımın öneminden bahsederek kendi içlerinde buldukları tasarım ekiplerini, tasarım konusunda yaşanan problemler için uyguladıkları bir çözüm olarak göstermişlerdir. Bunlara ek olarak malzemeyi de üreticiyi de kendilerinin seçtiklerini, üretim bitene kadar imalatın başında sürekli bir yetkili bulundurarak işin tüm aşamalarını takip ettiklerini; böylece hataya fırsat vermediklerini belirtmişlerdir.

D firması bu konuyla ilgili olarak, kurdukları ekip ile çalışanlarını teknik veya teknik olmayan bütün konularda eğittiklerini, aynı zamanda kendi içlerinde kurdukları tasarım ekibi ile de dışarıya olan bağımlılıklarını azalttıklarını belirtmişlerdir. Bunlara ek olarak çalışanları üzerinde aidiyet duygusunun yaratılması için onları maddi ve manevi olarak tatmin edecek şartları sağlamaya çalıştıklarını ifade etmiştir.

Son olarak E firması ise kendi içlerinde barındırdıkları tasarım ekipleri ve çalışanlarına verdikleri eğitimlerin yanında sorunlarla başa çıkmak için teknoloji konusunda yaptıkları yatırımlardan bahsetmiştir. Sistem altyapısını tamamen güçlendirme kararı aldıklarını ve bunun için daha önce kullandıkları programları en güncelleri ile değiştirdiklerini ifade etmiştir. Bunlardan biri olarak bütün fiyat listelerini ve maliyetlerini otomatik olarak okuyan ve güncelleyen bir program kullanarak mevcut durumlarını kontrol altında tuttuklarını belirtmiştir. Bu programlar sayesinde günlük olarak bir ürünün üretimde hangi noktada olduğunu dijital olarak takip edebildiklerini, bütün ürünlerinin maliyetini günlük olarak görebildiklerini, senelik değil aylık, on ya da on beş günlük bilançolarını görüp mevcut durumlarını okuyabildiklerini ifade etmiştir. Tüm bunların ise birbirleri ile bütünleşmiş şekilde çalıştığını vurgulamıştır. Bunlara ek olarak hammadde sorunu ile başa çıkabilmek için dökülebilen, şekillenebilen bir poliüretan malzeme ve atık pet şişeleri değerlendirerek ürettikleri akustik panel ve bölücü panel üretiminde kullanacakları keçe bir malzeme ürettiklerini de belirtmiştir. Firmaların bu sorunlar ile başa çıkma yöntemlerinin tamamı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir (Görsel 18);

<p style="text-align: center;"><b>A</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Üretim yaptırılan firmalara ve kendi elemanlarına eğitimler verilmektedir,</li> <li>• Firma kendi bünyesinde kurduğu tasarım ekibi ile kendi tasarımlarını geliştirmektedir.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>B</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• İşin her aşaması firma tarafından takip edilmektedir.</li> <li>• Üretim yaptırılan firmalara ve kendi elemanlarına kendi anlayışları doğrultusunda eğitimler verilmektedir,</li> <li>• Firma kendi bünyesinde kurduğu tasarım ekibi ile çalışmaktadır.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>C</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Üretim yaptırılan firmalara ve kendi elemanlarına eğitimler verilmektedir,</li> <li>• Firma kendi bünyesinde kurduğu tasarım ekibi ile kendi tasarımlarını geliştirmektedir.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>D</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kendi içinde kurduğu akademi ile personele teknik ve teknik olmayan her türlü eğitimi vermektedir,</li> <li>• Kullandığı teknolojileri sürekli olarak güncellemektedir,</li> <li>• Personelini maddi ve manevi olarak tatmin ederek personelin sürekliliğini sağlamaya çalışmaktadır,</li> <li>• Tasarımlarını kendi içinde kurduğu akademide geliştirmektedir.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>E</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Güncel bilgisayar yazılımlarını satın alıp kullanmaktadır,</li> <li>• Güncel Cad yazılımlarını takip etmektedir,</li> <li>• Kullandığı yazılımlarla ürünle ilgili bütün bilgileri dijital ortamda takip etmektedir,</li> <li>• Ar-ge konusuna önem vermektedir,</li> </ul>	

- Kendi ürününü geliştirmektedir,
- Kendi tasarım ekibi ile personelini eğitmektedir,
- Tasarım konusunda dışarıdan destek almaktadır.

**Görsel 18.** Sorunlar ve firmaların başa çıkma yöntemleri

#### **4.4. Sorunlara Yönelik Firmalar Tarafından Sunulan Öneriler**

Kayıt dışı üretim için devlet denetimlerinin artması ve taklit tasarımlar için caydırıcı cezaların olması, E firması hariç diğer dört firma tarafından bu sorunlara yönelik en önemli tedbir olarak görülmektedir. Bu konudaki yaptırımların yetersiz olduğu bu yüzden haksız rekabet ortamında savaş veren bazı firmaların zarar gördüğü vurgulanmıştır.

A firması tarafından sunulan diğer öneriler ihracata daha çok önem verilmesi, elemanların eğitimlerinin günceli takip ederek yapılmasıdır. Sektördeki firmaların ortak bir dil geliştirmeleri gerektiği hem A hem B firması tarafından değinilen bir noktadır. B firması tarafından sunulan diğer öneriler ise sektördeki firmaların gerekli donanımlara sahip olabilmek için kendilerini eğitmeleri ve devletin kalkınma planında mobilya sektörünün de yer almasıdır.

D firması tarafından sunulan öneriler, hem akademik hem mesleki eğitimin geliştirilmesi ve üniversite-sanayi işbirliğinin artırılması olarak ifade edilmiştir.

E firmasının sunduğu öneriler ise şu şekildedir; tasarım ve endüstriye dayalı işlere ağırlık verilmeli; kopyalamanın önüne geçilmeli; mühendis, mimar, iç mimar gibi elemanlar teknik liselerden mezun olmalı, ardından üniversite eğitimi almalı; teknik ve teknolojik altyapılar en hızlı şekilde yenilenmeli; Türkiye mobilya sektörü hammadde üreten bir sektöre dönüşmelidir.

Bulgular topluca değerlendirildiğinde, kimi noktaların ön plana çıktığı görülmektedir. Bu noktalar aşağıda, ilgili görseller altında özetlenmeye çalışılmıştır. Bu sorunlara yönelik firmalar tarafından sunulan önerilerin tamamı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir (Görsel 19);

<b>A</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Devlet denetimi ve yaptırımlar olmalı,</li><li>• Firmalar elemanlarını güncel yenilikleri takip edecek şekilde eğitmeli,</li><li>• İhracata ağırlık verilmeli,</li><li>• Sektördeki firmalar dağınık bir yapıdan çıkıp ortak bir dil geliştirmeli,</li><li>• Sektörler arası kopukluğun giderilmesi için mimarlık bölümlerinde iç mimarlar da ders vermeli.</li></ul>	<b>B</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kayıt dışı üretim için devlet denetimi ve yaptırımlar olmalı,</li><li>• Mobilya sektörü ile ilintili bütün meslek örgütleri ayrı oluşumlar halinde olmamalı tek bir çatı altında birleşmeli,</li><li>• Devletin Kalkınma programında mobilya sektörü de yer almalı,</li><li>• Sektörle bağlantılı bütün iş kolları (tedarikçiler yan hammaddeciler aksesuarcılar) işbirliği halinde, günceli yakalayabilecek şekilde eğitimler almalı.</li></ul>
<b>C</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kayıt dışı üretim için devlet denetimi ve yaptırımlar olmalı,</li><li>• Hem akademik hem mesleki eğitim geliştirilmeli.</li></ul>	<b>D</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tasarımın taklit edilmesi ya da çalınması gibi suçlara caydırıcı cezalar olmalı,</li><li>• Hem akademik hem mesleki eğitim geliştirilmeli,</li><li>• Eğitimde üniversite-sanayi işbirliği artırılmalı.</li></ul>
<b>E</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tasarım ve endüstriye dayalı işler yapılmalı,</li></ul>	



- Kopyalamanın önüne geçilmeli,
- Teknik ve teknolojik altyapılar en hızlı şekilde yenilenmeli,
- Rekabet gücünü artıracak yenilikler yapılmalı,
- Mühendis, mimar, iç mimar gibi elemanlar teknik liselerden mezun olmalı, ardından üniversite eğitimi almalı,
- Tekniker ve usta gibi elemanların daha genç yaşta eğitilmeli, Türkiye mobilya sektörü hammadde üreten bir sektöre dönüşmeli.

**Görsel 19.** Bu sorunlara yönelik firmalar tarafından sunulan öneriler

#### 4.5. Genel Değerlendirme

Görüşmelerde firmalara yöneltilen sorular ve firmaların bu sorulara verdikleri yanıtlar verilen cevapların firmalar arasındaki dağılımını anlayabilmek amacı ile Görsel 20. de toplu halde gösterilmiştir;

YANITLAR	A	B	C	D	E
<b>Firmaların Gözünden Sektörde Yaşanan Temel Sorunlar</b>					
Kalifiye işgücü eksikliği	✓	✓	✓	✓	✓
Hammadde	✓	✓	✓	✓	✓
Kayıt dışı üretim	✓	✓	✓	✓	✓
Devlet denetiminin yetersiz olması	✓	✓	✓	✓	✓
Tasarımların taklit edilmesi	✓	✓	✓	✓	✓
Yan sanayilerin yetersizliği	✓	✓			
Tasarım ve AR-GE geliştirmede yetersizlikler	✓	✓	✓	✓	
Firmaların birbiri ile ilişkisinin zayıf olması	✓	✓			
Teknolojik yetersizlik	✓	✓			
Eğitimsiz eleman	✓		✓	✓	✓
Bilinçsiz müşteri	✓	✓	✓		

Diger sektörlerle arasındaki kopukluk	✓	✓			
Kaliteli üretim		✓			
Teknik yetersizlikler		✓			
Finansman ve sermaye yetersizlikleri		✓			✓
Üniversite Sanayi işbirliğinin yetersizliği		✓			✓
Firmaların profesyonellikten uzak olması				✓	✓
Markalaşma sorunu					✓
Tasarımcıların çalıştıkları firmalardan hak ettikleri ücretleri alamaması					✓
<b>Sorunların İç Mimarlık Alanı İle İlişkisi Hakkında Firmaların Görüşleri</b>					
İç mimari eğitimlerin yetersizliği sektöre yansımakta, kaliteli işler çıkmamasına yol açmaktadır	✓	✓	✓	✓	✓
Mimari çözümlerin mobilya-donatı kısmının yeterince düşünülmeden yapılması iç mimarın zorluklar yaşamasına sebep olmaktadır	✓			✓	
Mimar-iç mimar-endüstriyel ürün tasarımcılarının yeterince bir arada çalışmamasından kaynaklı çeşitli aksaklıklar yaşanmaktadır		✓			
<b>Sorunlar ve firmaların başa çıkma yöntemleri</b>					
Firma kendi bünyesinde kurduğu tasarım ekibi ile kendi tasarımlarını geliştirmektedir.	✓	✓	✓	✓	✓
İşin her aşaması firma tarafından takip edilmektedir,		✓			
Kullandığı teknolojileri sürekli olarak güncellemektedir,				✓	✓

Personelini maddi ve manevi olarak tatmin ederek personelin sürekliliğini sağlamaya çalışmaktadır,				✓	
Kullandığı yazılımlarla ürünle ilgili bütün bilgileri dijital ortamda takip etmektedir,					✓
Ar-ge konusuna önem vermektedir,					✓
<b>Sorunlara Yönelik Firmalar Tarafından Sunulan Öneriler</b>					
Kayıt dışı üretim için devlet denetimlerinin artması ve taklit tasarımlar için caydırıcı cezalar olmalı	✓	✓	✓	✓	
Firmalar elemanlarını güncel yenilikleri takip edecek şekilde eğitmeli	✓				
İhracata ağırlık verilmeli	✓				
Sektördeki firmalar dağınık bir yapıdan çıkıp ortak bir dil geliştirmeli	✓	✓			
Sektörle bağlantılı bütün iş kolları (tedarikçiler yan hammaddeciler aksesuarcılar) işbirliği halinde, günceli yakalayabilecek şekilde eğitimler almalı		✓			
Devletin Kalkınma programında mobilya sektörü de yer almalı		✓			
Sektörler arası kopukluğun giderilmesi için mimarlık bölümlerinde iç mimarlar da ders vermeli	✓				
Hem akademik hem mesleki eğitim geliştirilmeli			✓	✓	
Eğitimde üniversite-sanayi işbirliği artırılmalı				✓	
Üretilen ürünün teknolojik yatırım yapılmadan kopyalanamayacağı tasarım ve endüstriye dayalı işler yapılmalı					✓

Teknik ve teknolojik altyapılar en hızlı şekilde yenilenmeli					✓
Rekabet gücünü artıracak yenilikler yapılmalı					✓
Mühendis, mimar, iç mimar gibi elemanlar teknik liselerden mezun olmalı, ardından üniversite eğitimi almalı					✓
Tekniker ve usta gibi elemanlar daha genç yaşta eğitilmeli					✓
Türkiye mobilya sektörü hammadde üreten bir sektöre dönüşmeli					✓

**Görsel 20.** Sorulara verilmiş olan yanıtların bir arada değerlendirilmesi

## 5. BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürekli olarak değişen ve gelişen dünya ile birlikte değişen yaşam biçimleri, yaşam alanları, kişisel beklentiler ve tüketim biçimleri mobilya ve iç mimarlık alanlarının kendilerini sürekli olarak yenilemeleri gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu yenilenmenin sağlanabilmesi için dönemin ihtiyaçlarının iyi analiz edilmesi, bu sektörlerin mevcut ve olası sorunlarının tespit edilip bu sorunlara yönelik uygun çözümlerin sunulması gerekmektedir.

Bu amaçla mobilya sektöründe önemli yere sahip olan katılımcı firmaların yetkilileri ile araştırma kapsamında görüşmeler yapılmış ve bu görüşmeler sonucunda elde edilen veriler analiz edilerek mobilya ve iç mimarlık alanlarına katkı sağlaması amaçlanmıştır. Ulaşılan bilgiler mobilya sektörü ve iç mimarlık alanlarının birbirleriyle doğrudan ilişkili ve sürekli olarak etkileşim halinde olduğunu göstermiş ve bu yüzden çözümlenmeler ve öneriler sektörlerin birbirleri üzerindeki etkileşimleri dikkate alınarak yapılmıştır.

Firmalar ile yapılan görüşmelerin çözümlenmesi sonucunda mobilya sektöründe yaşanan sorunların temel olarak kalifiye iş gücü-egitimsiz eleman, hammadde yetersizliği, tasarım problemleri ve etik sorunlar üzerine yoğunlaştığı görülmektedir.

Tasarım ve ar-ge çalışmaları konusunda yaşanan sorunlar her iki sektörü önemli boyutlarda etkileyen bir diğer sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Bunların en önemlisi tasarımların kopyalanmasıdır. Türkiye sanayisinde çok önemli bir yere sahip olan mobilya endüstrisi, ne yazık ki taklitin ve kopyalamanın en yaygın olduğu sektörlerden biri durumundadır. Hızla gelişen dünyada ürünler artık çok hızlı tüketilmekte, özgün ve farklı ürünlere olan talep artmaktadır. Bu da küçük firmaların büyük ve tercih edilen firmaların tasarımlarını taklit ederek piyasada tutunmaya çalışmalarına sebep olmaktadır. Bu hem tasarım için çok emek ve para harcayan büyük firmalara zarar vermekte hem de Türkiye mobilya endüstrisinin kendine özgü tasarım kültürü oluşturabilmesini engellemektedir. Aynı zamanda Türkiye mobilya endüstrisinin ihracat anlamında istenilen konuma gelmesini engellemekte ve

uluslararası arenada yaratılan imajı olumsuz yönde etkilemektedir. Aynı şekilde arge konusuna yeterli önemin verilmemesi sektörün hem dünya hem Türkiye pazarında kendini göstermesini engellemektedir.

Türk mobilya sektöründe üretim konusunda hızlı bir ilerleme gözlemlenirken diğer önemli sorunlardan olan hammadde konusunda yaşanan sorunlardan kaynaklı olarak performansın tamamının sergilenemediği görülmektedir. Çünkü istenilen hammaddeye ulaşılamaması tasarımların malzeme anlamında zenginleşmesini engellerken; istenen malzemeye ulaşılması ise ürünlere ek maliyet katmakta ve fiyatının artmasına sebep olmaktadır. Zorlu rekabet ortamında müşterinin beklediği fiyat-fayda dengesi sağlanamadığı için pazarda tutunamama gibi sorunlara neden olmaktadır. Bu da ucuz ve ulaşılabilen hammaddelere olan ilgiyi artırıp kaliteli ürünlerin üretilmesini, tasarımların yenilenmesi ve gelişmesini engellemektedir.

Etik konularda yaşanan sorunların ise sınai mülkiyet hakları ile ilgili farkındalığın çok yüksek olmamasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Görüşme yapılan firmalar tarafından değinilen diğer problemler ise genel olarak yan sanayilerin yetersizliği, teknolojik yetersizlikler, bilinçsiz müşteri profili ve sektördeki firmaların hem kendi içlerindeki hem ilişkili diğer sektörler ile arasındaki kopukluk olmuştur.

Tüm bu sorunlar göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye mobilya endüstrisinin değişen dünya şartlarına ayak uydurabilmesi, değişimi yönetebilmesi, üstünlüklerini artırması ve zayıflıklarını gidermesi için bazı önlemler alması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Bu çalışma sonucu elde edilen bilgilerin analiz edilmesi ile sektörün ihtiyaç duyduğu unsurlar belirlenmiş ve her iki sektör üzerindeki etkiler değerlendirilerek bazı öneriler sunulmuştur. Bu öneriler aşağıdaki gibidir;

- Üniversite-sanayi işbirliğinin artırılması,
- Hammadde sorunları ile başa çıkabilmek için orman endüstrisinin geliştirilmesinin sağlanması,

- Firmaların yeni malzeme ve yarı mamul malzeme geliştirmelerinin teşvik edilmesi ve bunun için uygun ortamlar sağlanması,
- Üretime geçmeden önce hedef müşteri kitlesinin ve piyasanın iyi analiz edilebildiği pazar araştırmalarının yapılması,
- Üretimde kaliteli hammadde ve malzeme kullanılması,
- Kaliteli ve fonksiyonel ürünlerin kabul edilebilir fiyatlarla sunulabilmesi için gerekli gelişmelerin desteklenmesi,
- Satış sonrasında da müşterinin isteklerine verimli bir şekilde cevap verilebilmesi için profesyonel ekiplerin kurulması,
- Ürünlerin dünya pazarı ile rekabet edebilmeleri için belirli kalite standartlarına sadık kalınması,
- Fikri ve sınai mülkiyet nosyonunun yerleşmesi için gerekli çalışmaların yürütülmesi.

Türkiye mobilya sektörünün genel olarak emek yoğun iş gücüne sahip olması, üretim ve hizmet sektörünün, kalifiye personel niteliklerinin gelişmesini zorunlu kılmaktadır. Bu amaçla yapılması gereken en önemli çalışmalardan biri ise üniversite-sanayi işbirliğinin kurulması olabilecektir. Bu sayede mobilya firmaları üniversitelerden tasarım desteği alabilir ve üniversiteler de sektörün uygulama bilgisinden faydalanabilirler.

Hammadde konusunda yaşanan sorunlar ile ilgili yapılabileceklerden biri ise orman endüstrisinin gelişmesini sağlamanın yanında firmaları yeni malzeme ve yarı mamul malzeme arayışı konusunda teşvik etmektir. Aynı zamanda devlet tarafından yeni malzemelerin geliştirilebileceği laboratuvarların kurulması da bir diğer çözüm önerisi olarak sunulabilir. Türk mobilya sektöründeki işletmelerin dünya ile rekabet edebilecek seviyeye gelmesi ve kalite konusunda yeterli seviyeye ulaşabilmesi için ürünlerinde kullanılan malzeme ve üretim konusunda belirlenen bazı standartları da sağlaması gerekmektedir.

Rakip firmaların pazara sürekli yeni ürünlerle çıkması, müşterinin tercih ve beğenilerinin değişmesi ve rakip ürünlerin karşılaştırılması, işletmelerin piyasaya

yeni ürünler çıkarmasını ve/veya eski ürünlerini geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Bunun yapılabilmesi için de hedef müşteri kitlesinin ve piyasanın çok iyi tanınması gerekmektedir. Tasarımlarında estetik özelliklerin yanında kullanıcı özellik ve ihtiyaçlarının da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Müşterinin çoğu zaman bir üründe yüksek performans, güven, uygun fiyat, stil gibi pek çok şey aradığı görülmektedir. Firmaların müşterilerin bu beklentilerini karşılayabilecek ürünler üretebilmesi amacıyla öncelikle müşteri isteklerinin iyi bir şekilde belirlendiği ve iyi analiz edilebildiği bir pazar araştırması yapmaları önerilmektedir. Bu analiz sonucunda ulaşılan bilgiler tasarım sürecinde ürün özelliklerine yansıtılmalı, ürünün kazandığı nitelik sürekli olarak değerlendirilmeli, üretimde kaliteli hammadde ve yarı mamul kullanılmalı, satış sonrasında da müşterinin isteklerine cevap verilebilmelidir. Aynı zamanda firmaların müşteriye tatmin etmek için onlara rakiplerinden daha üstün kaliteli ve fonksiyonel ürünleri kabul edilebilir fiyatlarla sunabilmeleri gerekmektedir. Müşterinin tatmin olması demek sonraki tercihlerinde aynı firmayı seçme eğiliminin yanında önerileriyle firmaya başka müşteriler kazandırması da demek olabilecektir; bu da işletmenin zorlu rekabet ortamında ayakta kalabilmesine yardımcı olacaktır.

Bu çalışmanın devamında, yaşanan bu sorunların giderilebilmesi amacıyla iç mimarlık ve yakın disiplinlere yönelik eğitimlerde yapılabilecek düzenlemeler ele alınabilecektir. Bu çalışma, aynı zamanda, farklı sektöre yönelik sorunların saptanabilmesi amacıyla yürütülen çalışmalarda da yol gösterici olabilecektir.



## KAYNAKLAR

Afşar, G. U. (2009). 2000-2010 Yılları Arasında Mekan Ve Mobilya Tasarımında Belirleyici Bir Etken Olarak Toplumsal Eğilimler "Trend" Kavramı, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Altay, B., Gürpınar, K. (2008). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, Yıl: 2008, Sayı: 10

Ata, E. (2017). Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Erişim adresi: [www.tobb.org.tr](http://www.tobb.org.tr)

Başbuğ, P. (2016), İç Mimarlıkta Mobilyanın Ürün Yönetimi Süreçleri Açısından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü,

Boyla, O. (2012). Mobilya Tarihi, Elektronik Kitap, Erişim adresi: <https://tr.pdfdrive.com/mobilya-tarihi-oya-boyla-e117497164.html>

Ching, F.D.K. (2007). Architecture: Form, Space, Order. USA, John Wiley&Sons.

Çaylı, M. (2006). *Türkiye'de Mobilya Sektöründe Faaliyet Gösteren Kobilerin Mevcut Durumu, Sorunları Ve Çözüm Önerileri (2000-2004 Anket Uygulamalı)*, Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, Zonguldak.

Demirci, S., Efe, H.(2006). Türkiye Mobilya Endüstrisinin Yapısı ve Bölgesel Dağılımı, Gazi Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi, Mayıs-2006 Cilt:6 No:1

Dilsiz, F.Y. (2006). *İnsan Kaynakları Yönetiminde Performans Değerlendirme Yöntemleri: Ankara İli Mobilya Sektöründe Bir Çalışma*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara

DTM Mobilya ve Orman Ürünleri Sektörel Raporu, Nisan 2018, Erişim adresi: [http://www.musiad.org.tr/F/Root/Pdf/DTM\\_Mobilya\\_ve\\_Orman\\_urunleri\\_Sektor\\_raporu.pdf](http://www.musiad.org.tr/F/Root/Pdf/DTM_Mobilya_ve_Orman_urunleri_Sektor_raporu.pdf)

Elmalı, S.A. (2018). *Kent Mobilyasının Gelişim Süreçleri ve Türkiye Ölçeğinde Tasarımlarının İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Er, H. A. ve Er, Ö. (2009). Endüstriyel Tasarım Kılavuzu, İstanbul Sanayi Odası.

Güleç, E. (2016). *Türkiye Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücünün İncelemesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi/Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.

Hasol, D. (2010). Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü, YEM Yayınları, sf:327, İstanbul.

<https://www.ticaret.gov.tr>

<http://www.tuik.gov.tr>

ITC Trademap Veri Tabanı.

Kaçar, H. T. İç Mimarlık Ve Ülkemizdeki Yeri, Anadolu Sanat Dergisi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi güzel sanatlar fakültesi yayınları 8, 1998:55-63

Kaptan, B. B. (1997). İç Mimaride Form-Mekan İlişkisi, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Karaca, Ö. (2016). *Mobilya İşletmelerinde Rekabeti Etkileyen Markalaşmanın Yetersizliği Ve Çözüm Yolları (İzmir İli Mobilya İşletmelerinde Bir Uygulama)*, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, Muğla.

Kaya, A. İ. (2001). *Mobilya Endüstrisinde Kapasite Planlaması*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal/Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Kayacıklı T. ve Emil T. (2003) "Dünyada ve Türkiye'de Mobilya Sektörü", İstanbul Ticaret Odası Yayını, no: 19

Kayseri Organize Sanayi Bölgesi Mobilya Sektörü Mevcut Durum Raporu, (2017). Erişim adresi: <https://www.kayseriosb.org/tr/3835/Mobilya-Sektoru-Mevcut-Durum.html>

Kişoğlu, S., G. ÇAKIR, B. BAYRAKTAR ve B. PAMUK, (2004). Üretim Planlaması, İstanbul: YA-PA Yayın Pazarlama San. ve Tic. A.Ş., Sayfa: 318 .

Koç, K. H., Kurtoğlu, A., Erdinler, S. E., Hazır, E.(2015). Türkiye Mobilya Endüstrisine Stratejik Bir Bakış, Ulusal Mobilya Kongresi, Selçuk Üniversitesi.

Kotler, P., and Rath, G. A. (1984). Design: A Powerful but Neglected Strategic Tool. *Journal of Business Strategy*, 5(2), 16-21.

Kömürcü, B. (2007). Değişen Tüketim Kültürü ve Serbest Zaman Etkinliklerinin Yeni Kamusal Mekanı: Ankara Atakule ve Ankamall Alışveriş Merkezleri Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi /Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Kumsal, R. (2015). *Türkiye Mobilya Sektöründe Girişimcilik ve Proje Destekleri*, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, Muğla.

Kurtoğlu, A. (1992). Mobilya Üretim Tekniği, İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Seri A, Sayı: 1, Cilt: 50, İ.Ü Yayınları, İstanbul.

Küçükerman. Ö. (1986). Endüstri Ürünleri Tasarımında Kent Mobilyaları, Tübitak Yayınları İstanbul.

Obuz, K. (2012). *Tüketicilerin Mobilyaya İlişkin Tercihleri, Satın Alma, Kullanım Davranışları Ve Mobilyaya İlişkin Sorunları*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Entitüsü, Ankara.

Oran/ Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, (2106). TR72 Mobilya Sektör Raporu, Erişim adresi: [www.oran.org.tr](http://www.oran.org.tr)

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği/Ar-Ge Şubesi, (2010). Mobilya Sektörü Pazar Araştırmaları Raporu, Erişim adresi: <http://www.turkishfurniture.org/TR,14/sektorel-raporlar.html>

Ökten, G. (2012). İç Mimarlık Mesleği Özelinde Tasarım Ve Tasarımcı Kavramlarının Algılanışı, Ve ' Tasarımcı Kimdir ? ' Sorusuna Yanıt Aramak Üzerine Bir Okuma - Türkiye Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Özispä, N. (2015). *Mobilya Sektöründe Lojistik Faaliyetlerinin İncelenmesi: İnegöl Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Peker, O. (2015). *Varlık Olarak Mobilya Ve Endüstri Devriminin Mobilya Üzerine Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi/Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.

Pirecioğlu; T. (1999). Toplam Kalite Yönetimine Geçiş Sürecinde Türkiye Mobilya Endüstrisinin Kalite Alt Yapısının İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, İstanbul.

Sakarya, S., Doğan, Ö.(2016). Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Mobilya Sektör Raporu, Erişim adresi: <http://www.turkishfurniture.org/Eklenti/76,oaibmobilyasektorraporu2016.pdf?0&tag1=51FD9C56B14138F09344509880625D2082ABB6AE&crefer=7279DBDD6A9B2F9CAE057DBCA32CE105F589BF6264428375A21EE7BD9082F42B>

Şahin, M. (2005). Üretim Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Yayını, No:2584, Eskişehir.

Şahinoğlu, A.G. (2016). *Mobilya Sektöründe Tutundurma Stratejileri Gündoğdu Mobilya Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Avrasya Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.

Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, (2018). Mobilya Sektör Raporu, Erişim adresi: <https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Mobilya.pdf>

Ultav, Z., Hasırcı, D., Borvalı, S., Atmaca, H.(2015). Dökümantasyon ve Arşivleme Türkiye’de Modern Mobilya, İzmir Ekonomi Üniversitesi.

Uygun, M.(2004). “Türkiye Mobilya Endüstrisi ve Rekabet Düzeyi”. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği, Ankara.

Üreten, S. (1998). Üretim Planlama ve Denetim Kararları, Karar Modelleri ve İyileştirme Yaklaşımları, Gazi Kitabevi, Ankara.

Üreten, S. (2002). Üretim/ İşlemler Yönetimi ( 3.baskı ), Ankara: Gazi Kitabevi

Yalçın, S. (2005). *Müşteri Odaklı Yeni Ürün Geliştirme Aracı Olarak Hedef Maliyetleme ve Kalite Fonksiyon Yayılımının Mobilya Sektöründe Uygulanabilirliğinin Analizi*, Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Yeniçeri, B. (2002). Mobilya Sektörü Dış Pazar Araştırması, İGEME Yayınları,

## Etik Komisyon Onay Bildirimi



T.C.  
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ  
Rektörlük

Sayı : 35853172/

431-3576

### GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ DEKANLIĞINA

Fakülteniz İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü öğretim üyesi Yrd. Doç. Dr. Gülçin Cankız ELİBOL danışmanlığında Arş. Gör. Sibel YAMAN tarafından yürütülen "Türkiye Mobilya Endüstrisinde Yaşanan Sorunlar ve iç Mimarlık Alanı ile İlişkilendirilmesi" başlıklı tez çalışması, Üniversitemiz Senatosu Etik Komisyonununun 10 Ekim 2017 tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Rahime M. NOHUTCU  
Rektör a.  
Rektör Yardımcısı

2.11.2017  
2681  
604.99-11

## Etik Beyanı

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Tez Raporu Yazım Yönergesi'ne uygun olarak hazırladığım bu Tez Raporunda,

- Tez Raporu içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- görsel, işitsel ve yazılı bütün bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- atıfta bulunduğum eserlerin bütününe kaynak olarak gösterdiğimi,
- kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- bu Tez Raporunun herhangi bir bölümünü bu üniversitede veya başka bir üniversitede başka bir Tez Raporu çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

16/07/2019

Sibel YAMAN

**Yüksek Lisans  
Tezi Orijinallik Raporu**

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ  
Güzel Sanatlar Enstitüsü

Tez Raporu Başlığı: İç Mimarlık Alanında Mobilya Endüstrisi Kaynaklı Sorunlar Ve Çözüm Önerileri

Yukarıda başlığı verilen Tez Raporumun tamamı aşağıdaki filtreler kullanılarak Turnitin adlı intihal programı aracılığı ile Tez Danışmanım tarafından kontrol edilmiştir. Kontrol sonucunda aşağıdaki veriler elde edilmiştir:

Raporlama Tarihi	Sayfa Sayısı	Karakter Sayısı	Savunma Tarihi	Benzerlik Oranı (%)	Gönderim Numarası
10.07.2019	72	88825	19.06.2019	16	1150728988

Uygulanan filtreler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar dâhil
3. 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tez Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. (16.07.2019)

Sibel YAMAN



Öğrenci No.: N15221301

Anasanat/Anabilim Dalı: İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı

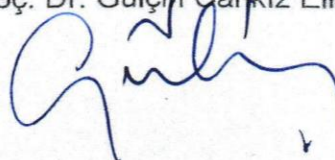
Program (işaretleyiniz):

Yüksek Lisans	Sanatta Yeterlik	Doktora	Bütünleşik Doktora
X			

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR

Doç. Dr. Gülçin Çankız Elibol



**Master's  
Thesis Originality Report**

HACETTEPE UNIVERSITY  
Institute of Fine Arts

**Title : Furniture Industry-Related Problems In Interior Architecture and Solution Proposals**

The whole thesis/art work report is checked by my supervisor, using Turnitin plagiarism detection software taking into consideration the below mentioned filtering options. According to the originality report, obtained data are as follows.

Date Submitted	Page Count	Character Count	Date of Thesis Defence	Similarity Index (%)	Submission ID
10.07.2019	72	88825	19.06.2019	16	1150728988

Filtering options applied are:

1. Bibliography excluded
2. Quotes included
3. Match size up to 5 words excluded

I declare that I have carefully read the Hacettepe University Institute of Fine Arts Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations, I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge. I respectfully submit this for approval. (16.07.2019)

Sibel YAMAN

Student No.: N15221301

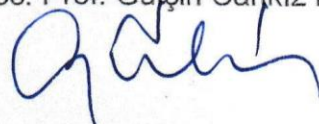
Department: Interior Architecture and Environmental Design Department

Program/Degree (please mark):

Master's	Proficiency in Art	PhD	Joint Phd
X			

SUPERVISOR APPROVAL

APPROVED  
Assoc. Prof. Gülçin Çankız Elibol





## YAYIMLAMA VE FİKRÎ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesi'ne verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversite'ye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikrî mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalara (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır. Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan, telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversite'ye teslim etmeyi taahhüt ederim. Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan **Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge\*** kapsamında tezim/sanat çalışması raporum aşağıda belirtilen haricinde YÖK Ulusal Tez Merkezi/ H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü/ Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. (1)
- Enstitü/ Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ... ay ertelenmiştir. (2)
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. (3)

Sibel YAMAN

\*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge

- (1) Madde 6.1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6.2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmasını ş ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7.1. Ulusal çıkarılan veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü teze ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

**Tez Danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.**

