



MOBİLYA SEKTÖRÜ

ARAŞTIRMA RAPORU

NİSAN 2014

MOBİLYA SEKTÖRÜ

ARAŞTIRMA RAPORU

NİSAN 2014



İçindekiler

Giriş	6
1. Dünyada Mobilya Sektörü	8
2. Türkiyede Mobilya Sektörü	16
3. TR62 (Adana, Mersin) Bölgesinde Mobilya Sektörü	22
3.1. Genel Yapı	23
3.2. Firma Faaliyet Alanları	28
3.3. İşgücü ve Makineleşme	30
3.4. Pazarlama ve Satış	35
3.5. Geleceğe İlişkin Beklentiler	39
3.6. TR62 Bölgesi Mobilya Sektörü Swot Analizi	43
4. Ajans Destekleri	44
5. Sonuç	46
6. Kaynakça	50
7. Ekler	52

Şekiller Listesi

Şekil 1:	Dünya Mobilya Ticaret Gelişimi	9
Şekil 2:	Dünya Mobilya Üretimi	10
Şekil 3:	Dünya İhracatında Öne Çıkan Ülkeler (milyar \$)	11
Şekil 4:	İşyeri İlçe Dağılımı, Adana-Mersin (%)	26
Şekil 5:	TR62 Bölgesi İşyeri Tecrübesi	26
Şekil 6:	İşyeri Tecrübe Dağılımı	27
Şekil 7:	İşyerlerinin Ana Faaliyete Göre Dağılımı	28
Şekil 8:	Üretim Faaliyet Aşamaları	29
Şekil 9:	Üretim Faaliyet Aşamaları	30
Şekil 10:	Toplam İstihdam	30
Şekil 11:	İşçide Aranan Nitelik	31
Şekil 12:	TR62 Bölgesi İşçide Aranan Eğitim Düzeyi	31
Şekil 13:	İşverenlerin Çalışanlarından Memnuniyeti Durumu	32
Şekil 14:	Sermaye Yatırımları- Talep Edilen Makineler	34
Şekil 15:	Teşhir Yeri Varlığı	35
Şekil 16:	İç Pazar Sıkıntısı	36
Şekil 17:	İç Pazar Dağılımı	37
Şekil 18:	Dış Pazara Açılmak İçin Gereklilik	37
Şekil 19:	Tasarımı Kim Yapıyor	38
Şekil 20:	İşyerlerinin Markalaşmaya Verdiği Önem	39
Şekil 21:	2012 Yılındaki Cironun 2011 Yılına Göre Değişimi	40
Şekil 22:	2013 Yılındaki Cironun 2012 Yılına Göre Değişimi	40
Şekil 23:	2013 Yılında Tedarikçi Siparişleri	40
Şekil 24:	2013 Yılında Ortalama Çalışan Sayısı	41
Şekil 25:	2013 Yılı Ortalama Satış Fiyatları	41
Şekil 26:	Talep Artışında Faaliyet Arttırabilme Durumu	41
Şekil 27:	İşyerlerinin Faaliyetlerini Kısıtlayan Nedenler	42
Şekil 28:	İşyerlerinin Faaliyetlerini Kısıtlayan Nedenler	42

Tablolar Listesi

Tablo 1:	Dünya Mobilya İhracatı ve İthalatında Öne Çıkan Ülkeler	11
Tablo 2:	2014 Yılı Fuarları	12
Tablo 3:	Türkiye'de Mobilya İmalatı	17
Tablo 4:	Türkiye Mobilya İthalatı ve İhracatı	18
Tablo 5:	Türkiye'nin Mobilya Sektöründe En Fazla İhraç Ettiği Ürün Grupları	18
Tablo 6:	Türkiye'nin En Fazla Dış Ticaret Yaptığı Ülkeler Ve Ticaret Değerleri	19
Tablo 7:	TR62 Bölgesinde Mobilya İmalatı	23
Tablo 8:	Düzen-2 Bölgeleri Mobilya Dış Ticaret, 2012	24
Tablo 9:	TR62 Bölgesinin Mobilya Sektöründe En Fazla İhraç Ettiği Ürün Grupları	24
Tablo 10:	Adana ve Mersin'in Başlıca İhracat Partnerleri	25





Giriş

Mobilya sektörü emek yoğun yapısı, birçok sektör ile olan bağlantısı ve son dönemlerde öne çıkan bilgi ve teknoloji kullanımı ile dünya imalat sanayi içerisinde önemli bir yere sahiptir. Dünyada mobilya üretimi, büyüyen dünya ekonomisi ve mobilya değiştirme sıklığının artması ile birlikte her geçen yıl artmaktadır. 2010 yılında dünya mobilya üretimi 347 milyar dolara ulaşmış, en büyük üreticiler Çin, ABD ve İtalya olmuştur. Mobilya ihracatında 2005 yılından itibaren Çin, İtalya'yı geride bırakarak birinci sırayı almıştır.

Türkiye'de mobilya sektörü kentleşme oranının artması ve oluşan iç talebe paralel biçimde büyümektedir. Dış ticarete gelişen ülkemiz dünya ticaretinden aldığı %1'lik oranla 21. sırada yer almaktadır. Yatak odası mobilyaları ile öne çıkan Türkiye ihracatı toplamda 1,7 milyar dolarlık değere sahiptir. Sektör 2012 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranını %246'ya çıkararak dış ticaret dengesine katkı sağlamaktadır.

Türkiye mobilya üretiminde; İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Kayseri ile birlikte Çukurova Bölgesi de ön plana çıkmaktadır. Ülkemizde mobilya üretimi lojistik maliyetler nedeni ile nüfusun fazla olduğu illerde yoğunlaşmaktadır. Bu açıdan Çukurova Bölgesinde mobilya üretimi 1950'li yıllardan itibaren artan nüfus ile birlikte gelişmiştir. Orta doğu pazarına yakınlığı ile birlikte klasik mobilya ile özdeşleşen Çukurova, dünyada modern ve fonksiyonel mobilyaya olan talebin artması ile birlikte bu alana kaymaktadır.

Türkiye'de büyüyen mobilya sektörü, 2014-2023 Çukurova Bölge Planında da belirtildiği üzere TR62 Bölgesinde ülke ortalamasından daha fazla gelişen sektörler arasındadır. Bu noktadan hareketle mobilya sektörünün TR62 Bölgesindeki durumunu daha iyi irdelemek ve sayısal verilerle netleştirmek adına Türkiye İstatistik Kurumu Adana Bölge Müdürlüğü ile mobilya sektörü araştırması için Adana ve Mersin'de tam sayımlı bir anket çalışması gerçekleştirilmiş ve bu sonuçlarla birlikte mobilya sektörü raporu hazırlanmıştır.

Mobilya sektörü araştırma çalışmalarına başlamadan önce konu hakkında literatür taraması yapılmış, ilgili kuruluşlardan sektör ile veri toplanmış ve bölgede bulunan işletmelerin genel profilleri konusunda bilgi alınmıştır. Ayrıca sektör raporu hazırlanırken bölgedeki işletmeler ziyaret edilip, çalışma koşulları ve kullanılan teknoloji düzeyleri ile ilgili yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.



Gerçekleştirilen anket çalışması ile birlikte, TR62 Bölgesinde mobilya sektörünün genel profilinin ortaya çıkarılması, sektörel stratejilerin belirlenmesine ışık tutacak istihdam, ticaret, ar-ge ve inovasyon kapasitesi gibi veriler ile sektörel eğilimlerin belirlenmesi, Ajans tarafından uygulanacak mali destek programlarına yön verilmesi amaçlanmıştır.

Kodlama sistemi

Raporda, ülkelere göre TÜİK dış ticaret verileri (düzey 2 verileri hariç), yıllık sanayi ve hizmet istatistikleri ve mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelere uygulanan anketlerde NACE Rev.2 sınıflaması esas alınarak oluşturulan ürün tanımları kullanılmıştır. Ürünlere göre dış ticaret verilerinde ise Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon Kodları (G.T.İ.P.) esas alınarak oluşturulan mobilya ürün tanımları kullanılmıştır. Düzey 2 bölgeleri dış ticaret verilerinde ISIC Rev.3 sınıflaması esas alınarak oluşturulan ürün tanımları kullanılmıştır.

NACE Rev.2 Kodu – Ürün Tanımı

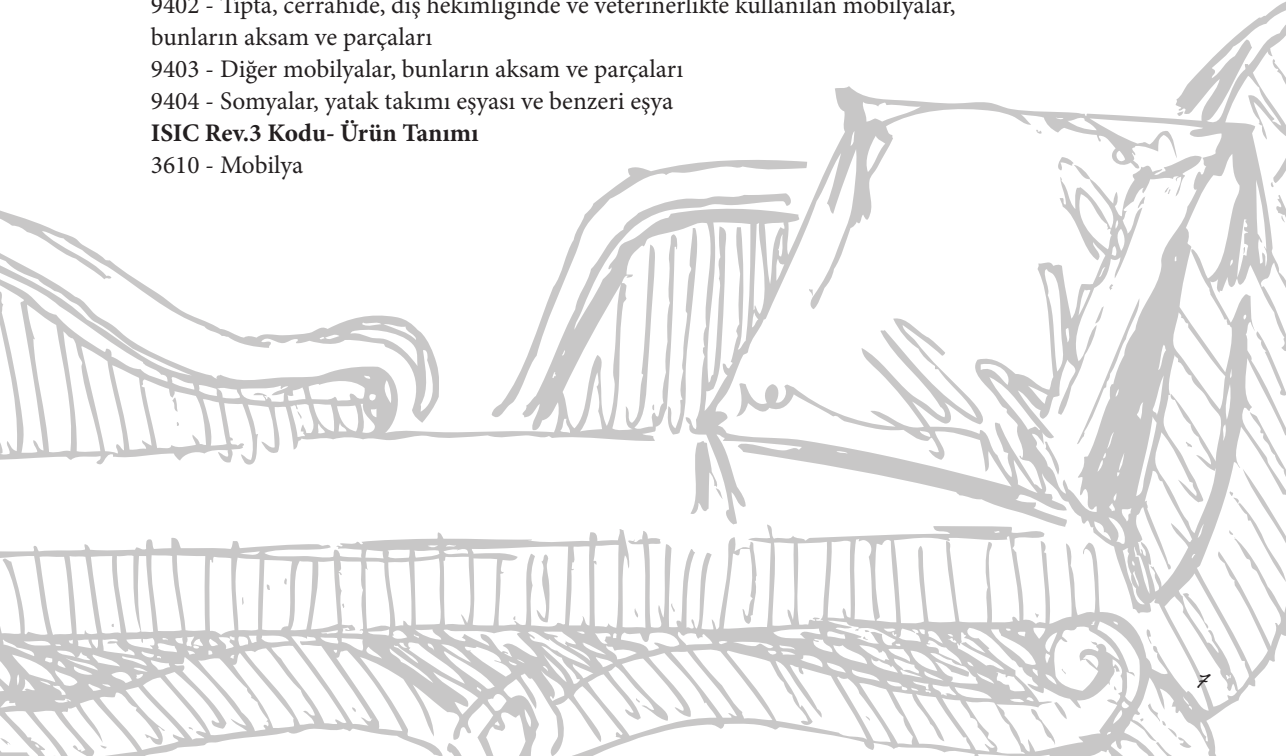
- 31.01 Büro ve Mağaza Mobilyaları İmalatı,
- 31.02 Mutfak Mobilyaları İmalatı,
- 31.03 Yatak imalatı,
- 31.09 Diğer Mobilyaların İmalatı

GTİP Kodu – Ürün Tanımı

- 9401 - Oturmaya mahsus mobilyalar, bunların aksam ve parçaları
- 9402 - Tipta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları
- 9403 - Diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları
- 9404 - Somyalar, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya

ISIC Rev.3 Kodu- Ürün Tanımı

- 3610 - Mobilya



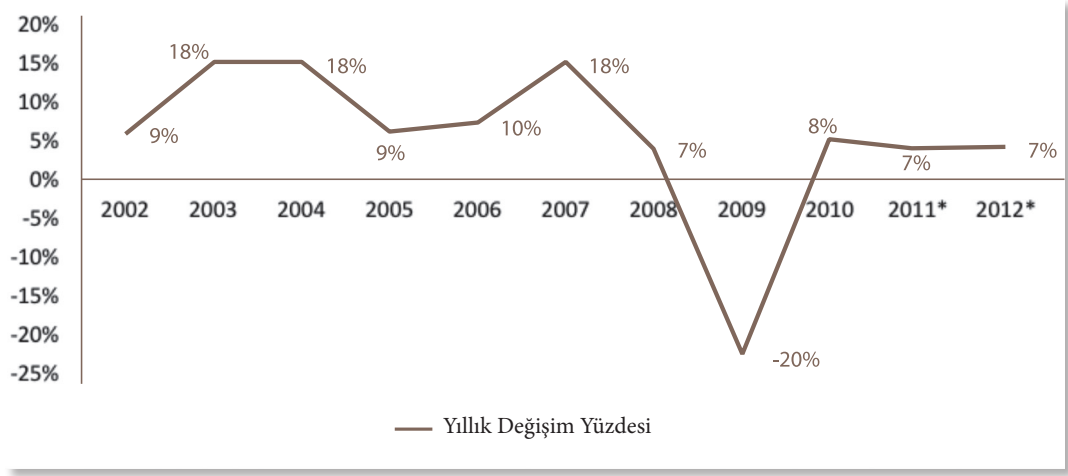
1. DÜNYADA MOBİLYA SEKTÖRÜ



1.Dünyada Mobilya Sektörü

Dünya mobilya üretimi, dünyadaki gelir ve refah artışına paralel olarak artmaktadır. Son on yıllık süre içerisinde yalnızca 2009 yılında küçülme gösteren dünya ekonomisine benzer biçimde mobilya ticareti de 2009 yılı dışında sürekli büyüme göstermektedir. Gelişen dünya ekonomisine ek olarak mobilya değiştirme aralığı dünya ortalamasında 4 yıla düşerken, ülkemizde de 10-12 yıldan 8 yıla düşmüştür. (TOBB, 2012) Mobilya değiştirme talebi, yıpranma gibi normal nedenlerin dışında estetik kaygılardan da etkilenmekte ve moda eğilimleri de ürün değiştirmede önemli rol oynamaktadır.

Şekil 1: Dünya Mobilya Ticaret Gelişimi



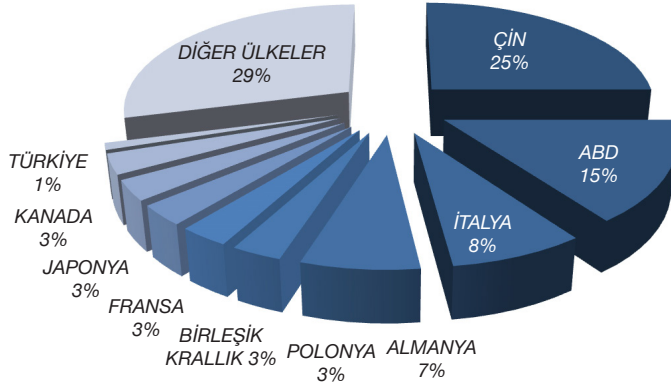
Kaynak: CSIL World Furniture Outlook 2011/2012 ¹

Dünya mobilya üretimi 2010 yılında 347 milyar dolar değerindedir. Bu tahmin “Centre for Industrial Studies” kuruluşu tarafından 70 ülkenin yerel kaynakları ile uluslararası resmi kaynaklardan ulaşılan verilerin işlenmesi ile hesaplanmıştır. Bu değer 245 milyar doları üretim yapılan ülkelerde tüketilmekte, kalan 102 milyar dolar ise uluslararası ticarete konu olmaktadır. (CSIL, 2011)

2000’li yılların başından itibaren mobilya sektöründe dünya genelinde yaratılan katma değer gelişmiş ülkelere doğru kaydığı görülmektedir. Gelişmiş ülkelerin sektörden elde edilen katma değerdeki payı 2000 yılında %86 iken, 2011’de bu oran %68’e düşmüştür. Gelişmekte olan ülkelerin aynı yıllar arasındaki payı ise %14’ten, %32’ye yükselmiştir. (UNIDO, 2013) 2013 yılının üçüncü çeyreğinde bir önceki yıla göre dünya genelinde %6 oranında büyüme kaydeden mobilya sektöründe büyüme oranı, gelişmekte olan ülkelere %10,9 olarak gerçekleşirken, gelişmiş ülkelere %1,4 olarak kaydedilmiştir. (UNIDO, 2013, s. 13)

¹ *Projeksiyon

Şekil 2: Dünya Mobilya Üretimi



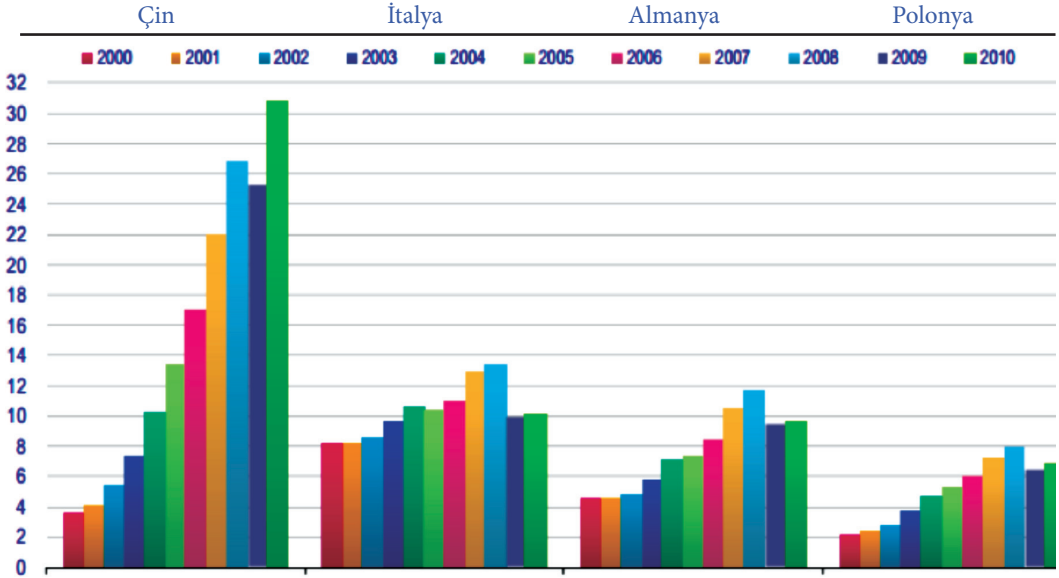
Kaynak: T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Mobilya Sektörü Raporu (2013/1)

Dünya mobilya üretiminde ilk dört ülke olan Çin, ABD, İtalya ve Almanya'nın sektördeki payı %55'tir. Geriye kalan ülkeler ise mobilya üretiminin %45'lik kısmını paylaşmaktadır. Sektörün emek yoğun olması nedeniyle düşük işgücü maliyetleri ve gelir artışı ile birlikte artan iç talep, Çin'in mobilya üretimindeki payını artırmıştır. Üretim hacmi dışında makine üretim yetkinliğini de İtalyan yatırımcıların etkisiyle geliştiren Çin, dünyanın mobilya üretim merkezi haline gelmiş ve ihracat yapan ülkeler içinde Almanya ve İtalya'yı geride bırakmıştır. ABD ve Almanya hammadde (kereste) üreticisi konumlarından ve teknoloji kullanımının sağladığı avantajlardan yararlanırken, İtalya tasarımla öne çıkmaktadır.

Ihracat eğilimi yüksek ülkeler Çin, Almanya, İtalya ve Polonya'dır. Bu dört ülke dünyadaki toplam ihracatın yaklaşık yarısını yapmaktadır. Polonya son yıllarda gerçekleşen yatırımlarla birlikte rekabetçi yapısını geliştirmiş ve ihracatta söz sahibi olmuştur. En büyük ithalatçı ülkeler ise ABD, Almanya, Fransa ve İngiltere'dir. ABD üretimde ikinci büyük ülke olmasına rağmen, iç talebi karşılayamamakta ve ithalatçı ülkeler arasında ilk sırada yer almaktadır. Trademap verilerine göre 2010 yılında, dünya mobilya ihracatı 110,4 milyar dolara, dünya mobilya ithalatı ise 134,9 milyar dolara ulaşmıştır.



Şekil 3: Dünya İhracatında Öne Çıkan Ülkeler (milyar \$)



Kaynak: CSIL World Furniture Outlook 2011/2012

Tablo 1: Dünya Mobilya İhracatı ve İthalatında Öne Çıkan Ülkeler

İhracatçı Ülkeler	2011 (Bin \$)	Pay (%)	İthalatçı Ülkeler	2011 (Bin \$)	Pay (%)
Çin	45.188.795	30,9	ABD	35.971.951	22,7
Almanya	14.479.882	9,6	Almanya	15.761.443	10
İtalya	11.792.773	7,3	Fransa	9.061.429	5,9
Polonya	9.394.828	5,2	Birleşik Krallık	7.553.529	4,8
ABD	6.986.857	5	Kanada	6.349.793	4,3

Kaynak: T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı/Mobilya Sektörü Raporu (2013/1)

Dünya mobilya ihracatında %30,9'luk pay ile Çin ilk sırada yer almaktadır. Dünya mobilya ithalatının %22,7'sini ise ABD gerçekleştirmektedir. Mobilya ihracatında %1'lik pay ile 21. sırada yer alan Türkiye, mobilya ithalatında %0,7'lik pay ile 25. sıradadır.

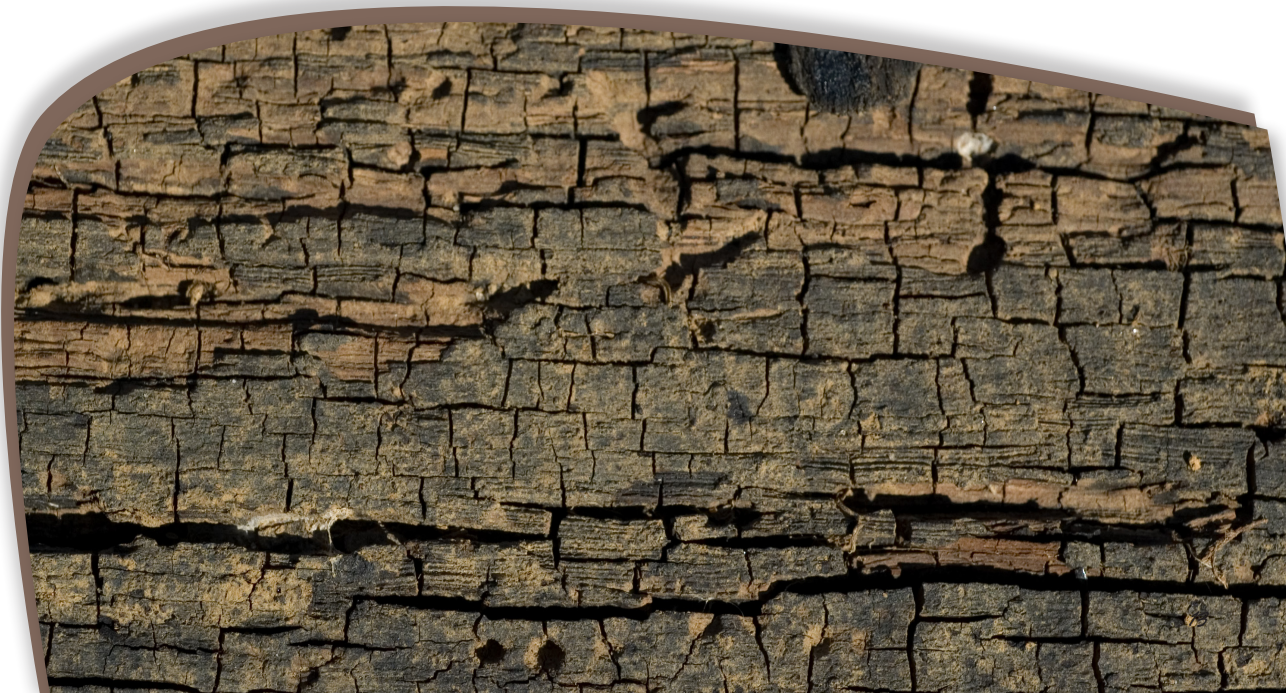
Dünyadaki önemli mobilya fuarları, eğilimlerin belirlenmesi noktasında belirleyici olmaktadır. Mobilya ve ilgili ürünlere ilişkin dünyadaki 66 önemli fuar arasında İtalya 10 fuara ev sahipliği yaparak birinci sırada gelmektedir. İtalya'yı 9 fuarla Almanya ve 8 fuarla Çin izlemektedir. İtalya ve Fransa'da gerçekleştirilen fuarlar tasarım ve dekorasyonla ilgili alanlarda ön plana çıkarken, Almanya ve Çin'de yer alan fuarlar mobilya teknolojileri alanında göze çarpmaktadır. 66 fuar arasında İstanbul da kendisine dört fuarla yer bulmaktadır.

Tablo 2: 2014 Yılı Fuarları

08-11 Ocak 2014	Heimtextil	Frankfurt	Almanya	Ev tekstili
11-14 Ocak 2014	Domotex	Hannover	Almanya	Zemin kaplaması
13-19 Ocak 2014	İMM Cologne	Köln	Almanya	Mobilya ve iç dekorasyon ürünleri
19-22 Ocak 2014	İnteriors Birmingham	Birmingham	İngiltere	İç dekorasyon ürünleri
24-28 Ocak 2014	Maison&Objet	Paris	Fransa	İç dekorasyon ürünleri
26-30 Ocak 2014	Las Vegas Market- Winter	Las Vegas	ABD	Mobilya ve iç dekorasyon ürünleri
28-31 Ocak 2014	Medex	Tahran	İran	Mobilya yan sanayileri, ağaç işleme makineleri
28 Ocak-2 Şubat 2014	İSMOB	İstanbul	Türkiye	Mobilya
02-05 Şubat 2014	RHEX Contaract&Design	Rimini	İtalya	Mobilya (Restoran oteller vs. yönelik)
04-08 Şubat 2014	Stocholm Int. Furniture Fair	Stokholm	İsveç	Mobilya
04-08 Şubat 2014	Northern Light Fair	Stokholm	İsveç	Aydınlatma
10-13 Şubat 2014	ZOW Germany	Bad Salzufen	Almanya	Mobilya ve mobilya teknolojileri
11-14 Şubat 2014	Fimma Maderalia	Valencia	İspanya	Ahşap ve ahşap ürünleri
12-15 Şubat 2014	Happy Business to You	Pordenone	İtalya	Mobilya
16-20 Şubat 2014	Euroshop	Düsseldorf	Almanya	Aydınlatma
18-21 Şubat 2014	Meble Polska	Poznan	Polonya	Mobilya
19-22 Şubat 2014	İnterior Mebel	Kiev	Ukrayna	Mobilya
19-23 Şubat 2014	Progetto Fuocco	Verona	İtalya	Isıtma ve iç dekorasyon
26-28 Şubat 2014	Light Fair +All on Design	Varşova	Polonya	Aydınlatma
04-08 Mart 2014	MFF Malaysian Int. Furniture Fair	Kuala Lumpur	Malezya	Mobilya

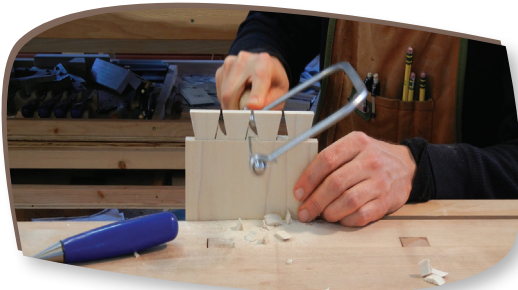


11-14 Mart 2014	FIQ 2014	Arapongas	Brezilya	Mobilya makine, hammadde ve ekipmanları
11-15 Mart 2014	IFE 2014 Indonesia Int. Furniture Expo	Jakarta	Endonezya	Mobilya
12-15 Mart 2014	Window Fair, Glass Expo, Door Expo	İstanbul	Türkiye	Cam, pencere, kapı
12-16 Mart 2014	TIFF Thailand Int. Furniture Fair	Bangkok	Tayland	Mobilya
13-16 Mart 2014	IFFS Int. Furniture Fair	Singapur	Singapur	Mobilya
18-22 Mart 2014	CIFF China Int. Furniture Fair	Guangzhou	Çin	Mobilya
20-23 Mart 2014	ZOW Turkey	İstanbul	Türkiye	Mobilya ve iç dekorasyon ürünleri
26-29 Mart 2014	ISPA Expo	New Orleans	ABD	Yatak
26-29 Mart 2014	Holz Handwerk	Nürnberg	Almanya	Ağaç işleri
28 Mart-01 Nisan 2014	CIFF Office Show	Guangzhou	Çin	Ofis mobilyaları



Tablo 2: 2014 Yılı Fuarları

28 Mart-01 Nisan 2014	CIFM Interzum Guanzghou	Guangzhou	Çin	Ağaç işleri makineleri
30 Mart-04 Nisan 2014	Light+Building	Frankfurt	Almanya	Aydınlatma, akıllı bina
01-03 Nisan 2014	DOMOTEX Russia	Moskova	Rusya	Zemin kaplaması
01-05 Nisan 2014	Technomebel	Sofya	Bulgaristan	Mobilya
08-10 Nisan 2014	Dubai Woodshow	Dubai	BAE	Ağaç işleri ve makineleri
08-13 Nisan 2014	Salone del Mobile	Milano	İtalya	Ev mobilyası
08-13 Nisan 2014	Salone del Complemento d'Arredo	Milano	İtalya	Mobilya aksesuarları
08-13 Nisan 2014	Eurocucina	Milano	İtalya	Mutfak mobilyaları
08-13 Nisan 2014	Salone del Bagno	Milano	İtalya	Banyo mobilya ve aksesuarları
08-13 Nisan 2014	Salone Satellite	Milano	İtalya	Mobilya tasarımı
22-26 Nisan 2014	EXPOLUX	Sao Paulo	Brezilya	Aydınlatma
07-09 Mayıs 2014	Proposte	Cernobbio	İtalya	Ev tekstili
08-11 Mayıs 2014	Medwood	Atina	Yunanistan	Ağaç işleri
12-15 Mayıs 2014	ZOW Russia	Moskova	Rusya	Mobilya
12-15 Mayıs 2014	FIDexpo Furniture Exhibition	Moskova	Rusya	Mobilya b2b
13-15 Mayıs 2014	Expo AMPIMM	Mexico City	Meksiko	Ahşap ve makineleri
13-17 Mayıs 2014	Xylexpo	Milano	İtalya	Ahşap ürünleri makineleri
19-22 Mayıs 2014	Workspace at INDEX	Dubai	BAE	Ofis mobilyaları
20-22 Mayıs 2014	Lumibat	Lyon	Fransa	Aydınlatma
20-24 Mayıs 2014	Rooms Moscow MIFS	Moskova	Rusya	Mobilya
24-27 Mayıs 2014	FURNİstanbul	İstanbul	Türkiye	Mobilya
28-31 Mayıs 2014	Kitchen & Bath China		Shangai	Çin Mutfak ve banyo mobilyaları
28-31 Mayıs 2014	KIFF Kiev Int. Furniture Forum	Kiev	Ukrayna	Mobilya





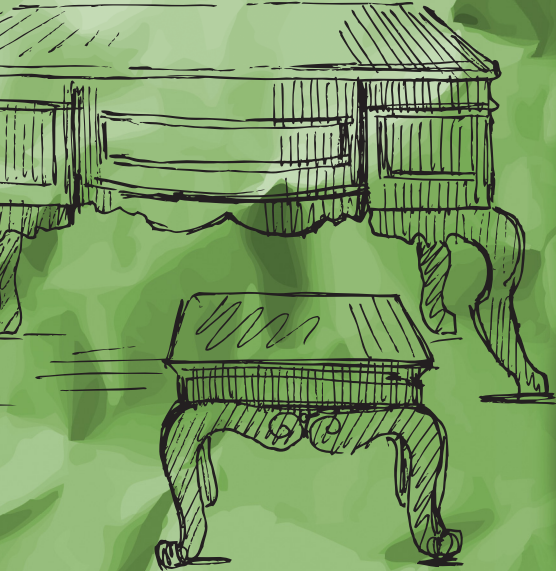
01-05 Haziran 2014	LIGHTFAIR Int.	Las Vegas	ABD	Aydınlatma
04-09 Haziran 2014	Carrefour Int. Du Bois	Nantes	Fransa	Ahşap ürünleri ve mobilya
09-12 Haziran 2014	GILE Guangzhou Int. Lighting Exhibition	Guangzhou	Çin	Aydınlatma
16-19 Haziran 2014	Libya Houseware	Tripoli	Libya	Mobilya
25-28 Haziran 2014	Componexpo	Zaragoza	İspanya	Mobilya
20-23 Ağustos 2014	IWF	Atlanta	ABD	Ağaç işleri
31 Ağus-02 Eylül 2014	Spoga+gafa	Köln	Almanya	Bahçe mobilyaları
03-05 Eylül 2014	Shangai Fair Int. Lightning	Shanghai	Çin	Aydınlatma
10-14 Eylül 2014	Furniture China	Shanghai	Çin	Mobilya
16-19 Eylül 2014	Drema Furnica	Poznan	Polonya	Mobilya parçaları
21-25 Ekim 2014	Orgatec	Köln	Almanya	Ofis mobilyaları
05-07 Kasım 2014	CKB China Int. Kitchen and Bathroom Expo	Shanghai	Çin	Mutfak ve banyo mobilyaları
05-08 Kasım 2014	FurniPRO Asia	Singapur	Singapur	Mobilya üretimi endüstrisi

Kaynak: ÇKA tarafından listelenmiştir.

AB ahşap mobilya piyasasındaki eğilimler, bu pazara girmeye çalışan ve kendine yeni bir pazar bölümü arayan firmaların yatak odası ve diğer ev mobilyası üzerinde yoğunlaşmaları gerektiği yönündedir. Kiraz, tik ve diğer koyu tonlu ahşaplar rağbet görmeye birlikte, tüketici tercihleri ahşap malzemede daha açık tonlara, kayın, akçağaç ve huş ağacına kaymaktadır. Yeni eğilimler, nostalji ve sıcaklık veren tonlar ile modern mobilyada yerel unsurların öne çıktığı tasarımlardır. Lamine ve kaplamadan masif mobilyaya dönüş vardır. Mobilyaların çok amaçlı/fonksiyonlu, konforlu/rahat ve esnek olması önem kazanmaktadır. AB'nin artan yaşlı nüfusu ile birlikte mobilyada ergonominin önemi artmaktadır. (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2012, s. 16)

Avrupa ülkelerinden yayılan fonksiyonel mobilya eğilimleri dünyadaki diğer bölgeleri de etkilemektedir. Fonksiyonel mobilyada dünyanın en büyük zincir marketi olan İKEA şu anda 44 ülkede faaliyet göstermektedir. Firma, Avrupa dışında 19 ülkede yer almaktadır. Perakende mobilya sektörünün %6'sına sahip olan firma, tasarım, fonksiyonellik, ekonomik çözümler anlamında ön plana çıkmaktadır.

2. TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜ



2. Türkiye’de Mobilya Sektörü

Mobilya sektörü Türkiye’nin en köklü sektörlerinden biri olup son on beş yılda hızlı bir büyüme trendi yakalamıştır. Türkiye mobilya sektöründeki üretimin, firma sayısı, üretim miktarları, satış fiyatları, ihracat rakamları gibi hususlar ve inşaat sektörünün büyüklüğü ile sektördeki yüksek kayıt dışılık da dikkate alındığında 7,5 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir. (T.C. Ekonomi Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü)

Son yıllarda artan kentleşme, nüfus artışı ve yükselen hayat standardı ile mobilyaya olan talep gün geçtikçe artmakta ve bu da direkt olarak mobilya sanayine yansımaktadır. Mobilya, TÜİK tarafından yapılan “gelirler ve yaşam koşulları” araştırmasına göre harcamalardan aldığı pay bakımından hane halkı gider kalemleri içerisinde; %5,1 ile beşinci sırada yer almaktadır. Mobilya kira-konut, gıda, ulaşım, lokanta-otel harcamalarından sonra gelmektedir. (TOBB, 2012, s. 13)

Mobilya sektörü, Türkiye için işyeri sayısı ve yarattığı istihdam açısından önemli bir sektördür. Sektördeki işletmelerin çoğu KOBİ kapsamında olmasına rağmen, küçük üretim atölyelerinin yanında son dönemde orta ve büyük ölçekli işletmelerin sayısının çoğaldığı bir süreç yaşanmaktadır. Sektör emek yoğun bir yapıda olmakla beraber büyük ölçekli işletmelerin çoğalmasıyla otomasyona dayalı üretimin payı da artmaktadır.

Tablo 3: Türkiye’de Mobilya İmalatı

	İmalat Sanayi	Mobilya İmalatı	İmalat Sanayi İçindeki Payı%
Yerel Birim Sayısı	344.608	36.298	10,53
Çalışanlar Sayısı	2.583.136	133.263	5,15
Maaş Ve Ücretler	35.830.639.716	936.817.653	2,61
Ciro (TL)	448.366.352.950	8.920.063.645	1,98

Kaynak: TÜİK, *Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2009*

Mobilya sektöründeki işletme sayısı, imalat sanayideki işletme sayısının %10’unu oluşturmaktadır. Ancak sektörün çalışan sayısı ve ciro açısından Türkiye içindeki payı daha düşüktür. Çalışan sayısı payının düşük olması firmaların ölçeklerinin küçük olduğunu; ciro payının düşük olması ise daha katma değerli ürünlerin üretilmesi gerektiğini göstermektedir.

Mobilya imalatında kapasite kullanım oranları imalat sanayi ortalamasına yakın şekilde %70 civarındadır. Sektörün, potansiyelinin tamamını kullanması ve ekonomiye daha büyük katkı sağlaması için yurtdışı pazarlara açılması önemlidir.

Mobilya sektörünün Türkiye’nin toplam ihracatı içindeki payı düşüktür. Ancak genel olarak iç piyasaya çalışan sektör 2001 krizi ile birlikte dış ticarete yönelmiş ve ihracat kapasitesini geliştirmiştir. Böylece mobilya 2001 yılından itibaren sürekli dış ticaret fazlası veren bir sektör haline gelmiştir. Üretimde ithal ürünlere bağımlılığı az olan sektörde 2008 yılında %173 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı, 2012 yılında %246’ya yükselmiştir.

Türkiye’nin mobilya ihracatı 2008 yılında 1,2 milyar dolar olarak gerçekleşirken, 2011 yılında 1.7 milyar dolara ulaşmıştır. 2008 yılında 681 milyon dolar olarak gerçekleşen sektör ithalatı, 2011 yılında 690 milyon dolar olmuştur.

Tablo 4: Türkiye Mobilya İthalatı ve İhracatı

4'lü kod	İhracat, 2012 (bin \$)	Türkiye Yıllık İhracat Artışı, 2008-2012 (%)	Dünya Yıllık İthalat Artışı, 2008-2012 (%)	İthalat, 2012 (bin \$)
9401	646.238	6	6	410.228
9402	32.412	15	6	26.977
9403	1.113.368	14	1	289.712
9404 ²	106.999	2	6	90.406

Kaynak: Trademap

Türkiye'nin mobilya ithalatı ve ihracatı GTİP 4'lü kod bazında incelendiğinde 9401 ve 9403 ürün gruplarının en fazla ticaret değerine sahip olduğu görülmektedir. Türkiye "9401- Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam-parçaları" ürün grubunda 646 milyon dolar ihracat ve 410 milyon dolar ithalat hacmine sahiptir. "9403-Diğer mobilyalar vb. aksam, parçaları" ürün grubunda ise 289 milyon dolar ithalat ve 1.1 milyar dolar ihracat ile Türkiye, dünya ihracatı içinde %1,4 paya sahiptir. 9403 ürün grubunda 2008-2012 yıllarında dünya ithalatındaki artış %1 düzeyindeyken Türkiye'nin ihracatındaki artışın %14 oranında olması bu gruptaki malların ticaretinde Türkiye'nin payının büyüdüğünü göstermektedir.



Tablo 5: Türkiye'nin Mobilya Sektöründe En Fazla İhraç Ettiği Ürün Grupları

GTİP 12'li Kod	Türkiye İhracatı, 2012 (bin \$)
940350000000 Yatak odalarında kullanılan türden ahşap mobilyalar	372.956
940360100000 Yemek odaları ve oturma odaları için ahşap mobilyalar	188.364
940140000000 Yatak haline getirilebilen oturma mobilyası (kamp ve bahçe için hariç)	139.574
940161000000 Ahşap iskeletli içi doldurulmuş oturmaya mahsus diğer mobilyalar	125.925
940120000000 Motorlu taşıtlarda kullanılan oturmaya mahsus mobilyalar	121.112
940360909000 Diğer ahşap mobilyalar	110.182

Kaynak: Trademap

² 9404 kodu 940410-21-29-30-90 kodlarını kapsamaktadır.



Yukarıdaki tabloda Türkiye'nin ihracatında yatak odaları, yemek odaları ve oturma odaları için ahşap mobilyaların en fazla ihracat değerlerine sahip olan gruplar olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Türkiye'nin En Fazla Dış Ticaret Yaptığı Ülkeler ve Ticaret Değerleri

Ülke	İhracat, 2008, (\$)	İhracat, 2012, (\$)	Ülke	İthalat, 2008, (\$)	İthalat, 2012, (\$)
Irak	103.663.718	388.576.347	Çin	207.706.151	244.788.752
Libya	19.433.451	162.758.501	İtalya	101.056.153	76.916.979
Azerbaycan	47.340.175	127.439.353	Almanya	83.524.949	62.314.955
Almanya	98.105.000	114.575.068	Polonya	40.802.830	46.625.790
Fransa	69.132.136	66.665.044	İspanya	18.302.278	30.044.490
Toplam	1.176.616.537	1.697.594.148	Toplam	680.903.607	690.669.251

Kaynak: TÜİK³

Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülkelerin başında Irak yer almakta olup, bunu Libya, Azerbaycan, Almanya ve Fransa takip etmektedir. 2008 yılı ile 2012 yılı ihracat değerleri karşılaştırıldığında en çarpıcı yükseliş Libyada yaşanmıştır. Fransa'nın ihracat değeri ise 2008 yılının altına düşmüştür. Dünyanın en büyük ithalatçılarından olan ABD, İngiltere ve Kanada Türkiye'nin mobilya ihracatı yaptığı ülkeler arasında ilk sıralarda yer almamaktadır. Türkiye'nin ithalatında ise dünyanın en büyük mobilya ihracatçılarından olan Çin, İtalya, Almanya ve Polonya en yüksek paya sahiptir. 2012 yılında İtalya ve Almanya'dan yapılan ithalat 2008 yılı değerinden düşük gerçekleşmiştir.

İthalat ve ihracatı birlikte değerlendirdiğimizde mobilya sektöründe Türkiye'nin batılı ülkelerle yaptığı dış ticaretin ivme kaybettiği, bununla birlikte Çin, Arap ülkeleri ve komşu ülkelerle dış ticaretini geliştirdiği gözlemlenmektedir.

³ Veriler TÜİK'ten ISIC Rev.4 3100 mobilya imalatı sınıflamasına göre temin edilmiş olup bu kodlama sistemi NACE Rev 2. sınıflaması ile örtüşmektedir.



Türkiye’de mobilya sektörü, pazarın yoğunlaştığı ve/veya orman ürünlerinin yoğun olduğu belirli bölgelerde toplanmıştır. Önemli mobilya üretim bölgeleri toplam üretimdeki paylarına göre; İstanbul, Ankara, Bursa (İnegöl), Kayseri, İzmir ve Adana olarak sıralanmaktadır. (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2012)

İstanbul’da mobilya sektörünün en önemli iki merkezi Masko ve Modoko, Ankara’daki en büyük mobilya üretim merkezi Siteler’dir. Ankara’daki işletme yapısı daha küçük ölçekli ve üretim el emeğine dayalı iken, Kayseri’de firma başına düşen 11,5 kişilik istihdam düzeyi ile büyük ölçekli firmalar bulunmaktadır. Kayseri’de mobilya sektörünün geliştirilmesine yönelik, mobilya üretim ve satış yerlerini kapsayan Mobilyakent Projesi hayata geçirilmektedir. Bursa-İnegöl, İpekyolu üzerinde olması ve hammaddeye yakınlığı ile mobilyacılıkta eski ve önemli bir merkezdir. Son yıllarda üretim kapasitesini artıran İnegöl’de 2011 yılında bir mobilya test laboratuvarı kurularak, kalite kontrol ve belgelendirme hizmeti verilmektedir. İzmir’de mobilya sektörünün yoğunlaştığı bölgeler Karabağlar ve Kısıkköy olup, İzmir Limanı’nın yarattığı lojistik fırsatlar sayesinde sektör ihracatta avantaj sahibidir.

Türkiye’deki mobilya firmaları arasında İstikbal, Bellona ve Mondi markalarına sahip Boytaş Mobilya 2012 yılında % 10’luk payla lider konumdadır. Bellona’ya ait 840 mağaza ve İstikbal’e ait 735 mağaza ile geniş dağıtım ağına sahip Boytaş Mobilya sektöre öncülük etmektedir. Tepe, Kilim, İpek, Doğtaş, Kelebek, Alfemo Türkiye’nin diğer önemli markaları arasında yer almaktadır.

Mobilya sektörünün işgücü dışında en önemli girdisi ağaç ürünlerinden oluşan hammadde ve makinedir. Ülkemizde kereste, parke, kontrplak, lif ve yonga levha gibi ağaç ürünlerinin ihracatı ithalatı karşılayamamaktadır. 2010 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı %60,1 iken 2012 yılında bu oran %44,9’a

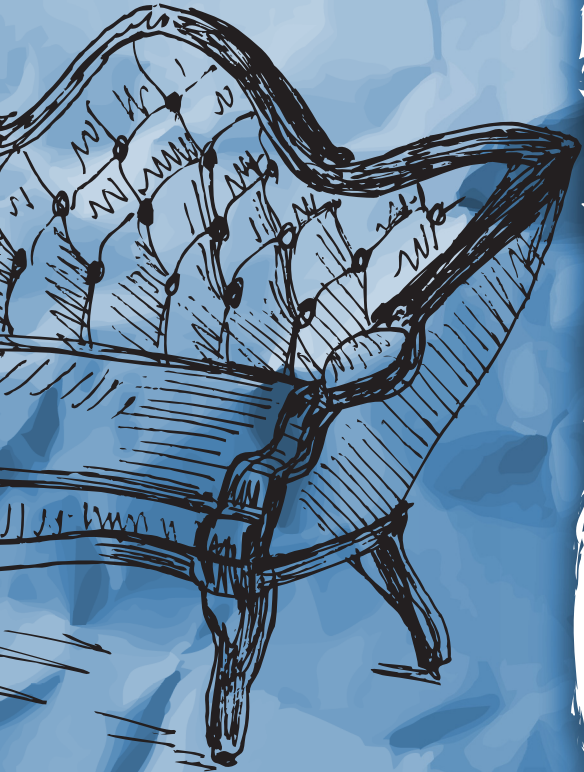




düşmüştür. İhracatın ithalatı karşılama oranı en iyi olan ürün grubu lif ve yonga levha grubudur. Keresteparke ve kaplama-kontrplak imalat sanayinin talebine uygun nitelikte tomruk, ormanlarımızdan yeterince üretilmemekte ya da yerli tomruk kullanılması randıman ve kaliteyi düşürerek maliyetlerin artmasına neden olmaktadır. (TOBB, 2012, s. 41) Dış pazarlardan temin edilen hammadde fiyatlarının yüksekliği sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. Bununla birlikte mobilya sektöründe kullanılan CNC, panel ebatlama, bantlama gibi makineler ağırlıklı olarak İtalya, Çin ve Almanyadan temin edilirken, Türk makineleri bu alanda çok fazla tercih edilmemektedir.

Türkiye'deki mobilya sektörüne ilişkin tüketim alışkanlıkları Avrupa ile yakınlık göstermektedir. Bir yandan fonksiyonel ve konforlu modern mobilyaya talep artarken, diğer yandan country ve avangart tarzda mobilyalar da ilgi görmektedir. Zincir mobilya mağazaları dünya çapında çoğalırken, ülkemizde de bayilik sistemi yaygınlaşarak benzer bir yapı oluşmaktadır. Ayrıca, mobilya ve ev eşyalarına ilişkin farklı ürün gruplarının birlikte yer aldığı alışveriş merkezi konsepti İnegöl, Kayseri, Trabzon gibi illerde projelendirilmeye başlanmıştır.

Türkiye mobilya sektörü genel olarak değerlendirildiğinde, hammadde maliyetleri, pazarlama, teknoloji, tasarım ve kalifiye işgücü eksikliği, yoğun rekabet sektörü zorlayıcı etkenler olarak öne çıkmaktadır. Talep düzeyi artan Arap ve Ortadoğu pazarına yakınlık ve iyi ilişkiler, gelir artışı ve ekonomik büyüme, sektörün işbirliği ve yatırıma açık olması mobilya sektörünü olumlu yönde etkilemektedir.



3. TR62

(Adana, Mersin)

BÖLGESİNDE MOBİLYA SEKTÖRÜ



3. TR62 (Adana, Mersin) Bölgesinde Mobilya Sektörü

3.1. Genel Yapı

Türkiye’de mobilya sektörü, nüfus ve/veya hammadenin fazla olduğu yerlerde yoğunlaşmıştır. Çukurova Bölgesinin nüfusu 1940-1950’li yıllardan itibaren aldığı göçle birlikte artmış ve paralel biçimde mobilya sektörü de gelişmeye başlamıştır. Günümüzde İstanbul, Ankara, Kayseri, Bursa gibi illerden sonra Çukurova Bölgesi Türkiye mobilya sektöründe ön plana çıkmaktadır. Mobilya sektörü emek yoğun yapısı ve birçok sektörle olan geri bağlantısı nedeniyle Çukurova Bölgesi imalat sanayi içerisinde önemli bir yere sahiptir.

Sektör Çukurova Bölgesinde istihdam ve ihracat alanlarında ön plana çıkmazken, işyeri sayısı açısından dikkat çekmektedir. Firma sayılarına göre gıda - içecek sektörü Bölgede ilk sırada yer almakta, bu sektörü ise mobilya sektörü izlemektedir. Çukurova Bölgesinde yer alan mobilya firmalarının tüm imalat firmalarına oranı %14,23’tür. Ayrıca yerel birim sayısı bakımından Bölgenin mobilya imalatının, Türkiye mobilya imalatı içindeki payı %4,72’dir.

Tablo 7: TR62 Bölgesinde Mobilya İmalatı

	İmalat Sanayi	Mobilya İmalatı	TR62 Bölgesi İmalat Sanayi İçindeki Payı%
Yerel Birim Sayısı	12.052	1.716	14,23
Çalışanlar Sayısı	63.207	4.143	6,55
Maaş ve Ücretler	857.863.327	19.894.011	2,31
Ciro (TL)	12.232.136.323	211.781.067	1,73

Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2009

Ağırlıklı olarak iç piyasaya çalışan Çukurova mobilya sektöründe geleneksel yöntemlerle çalışan işletmeler ağırlıktadır. 2009 yılı TÜİK verilerine göre firma başına düşen çalışan sayısı 2,41’dir. Bu sayı Türkiye ortalamasına yakın olmakla birlikte Kayseri gibi firma başına düşen 11,5’lik personel sayısının çok altındadır. Otomasyonla birlikte firma ölçekleri de büyümektedir. Mobilya sektöründe kayıt dışılık çok fazla olmakla birlikte Çukurova’da küçük ölçekli, el emeğine dayalı bir firma yapısı olduğu söylenebilir. Adana ve Mersin’de 250’den fazla çalışan sayısına sahip yalnızca bir firma vardır. Tüm ülkeye yayılan satış ağına sahip Yağmur Mobilya’nın ulusal çapta rekabet gücü vardır.

TÜİK verilerine göre mobilya ihracatında TR62 Bölgesi, 26 düzey 2 bölgesi arasında 8. sırada yer almaktadır. 2012 yılında mobilya sektöründe bölgenin ihracatı 42 milyon dolar, ithalatı ise 10 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranı %424 gibi yüksek bir rakama sahiptir. Ancak mobilya sektörünün sağladığı 42 milyon dolarlık ihracat bölgenin 3,2 milyar dolarlık toplam ihracat rakamı içinde küçük bir yer tutmaktadır.

Tablo 8: Düzey-2 Bölgeleri Mobilya Dış Ticaret, 2012

Sıra	Bölge Kodu	Bölge Adı	İhracat \$	İthalat \$
1	TR10	İstanbul	476.329.554	459.487.381
2	TR41	Bursa, Eskişehir, Bilecik	428.658.176	78.204.980
3	TR72	Kayseri, Sivas, Yozgat	327.827.178	38.185.542
4	TR31	İzmir	120.020.654	20.089.825
5	TR51	Ankara	115.960.428	33.518.211
6	TRC1	Gaziantep, Adıyaman, Kilis	58.944.666	5.066.627
7	TR42	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova	44.686.026	38.481.773
8	TR62	Adana, Mersin	42.121.484	9.998.473
9	TR63	Hatay, K. Maraş, Osmaniye	35.103.657	1.076.176
	Toplam		1.819.168.544	710.972.448

Kaynak: TÜİK ⁴

⁴ ISIC Rev.3 sınıflaması 3610 mobilya koduna göre.

Aşağıdaki tabloda TR62 Bölgesinin GTİP 12'li kodda en fazla ihrac ettiği ürün grupları bulunmaktadır. Bölge ihracatı içinde ahşap nitelikli ürünlerin ilk sıralarda yer aldığı dikkat çekerken 2012 yılında en fazla ihracat 10 milyon dolar ile yemek ve oturma odaları için üretilen ahşap mobilyalarda gerçekleştirilmiştir. Genel yapı itibarıyla bölgenin mobilya sektöründeki yüksek hacimli ihrac ürünlerinin Türkiye deseni ile büyük oranda paralellik taşıdığı görülmektedir.



Tablo 9: TR62 Bölgesinin Mobilya Sektöründe En Fazla İhrac Ettiği Ürün Grupları

GTİP 12'li Kod	TR62 Bölgesi İhracatı, 2012, \$
940360100000 Yemek odaları ve oturma odaları için ahşap mobilyalar	10.021.891
940140000000 Yatak haline getirilebilen oturma mobilyası (kamp ve bahçe için hariç)	9.895.067
940350000000 Yatak odalarında kullanılan türden ahşap mobilyalar	3.309.918
940360909000 Diğer ahşap mobilyalar	2.808.643
940161000000 Ahşap iskeletli içi doldurulmuş oturmaya mahsus diğer mobilyalar	2.503.786
940169000000 Ahşap iskeletli içi doldurulmuş oturmaya mahsus diğer mobilyalar	1.833.646

Kaynak: İstanbul İhracatçı Birlikleri





TR62 Bölgesinin en fazla ticaret yaptığı 9403 (diğer mobilyalar) - ağaç ve orman ürünleri grubundaki en önemli ihracat partnerleri Irak, Almanya, Libya, KKTC, BAE, Suudi Arabistan, Türkmenistan, Azerbaycan ve İrandır. 2013 yılında Mersin'den Irak'a yapılan 17,8 milyon dolar ihracat bu gruptaki mobilya ihracatının %86'sını, Kıbrıs'a yapılan 1,9 milyon dolar ihracat ise %9,5'ini oluşturmaktadır. Mersin mobilya ihracatının büyük bölümünün Irak ve Kıbrıs'a yapılması ve diğer ülkelerin paylarının çok küçük olması önemli bir pazar riski oluşturmaktadır.

Adana'nın ihracatı ise Mersin'e göre daha dengeli bir dağılım sergilemektedir. İhracatın % 39'u Irak'a, % 13'ü Almanya'ya ve % 11'i Libya'ya yapılırken BAE, Suudi Arabistan, Türkmenistan ve Azerbaycan'a da 1 milyon doların üzerinde ihracat yapılmıştır.

Tablo 10: Adana ve Mersin'in Başlıca İhracat Partnerleri

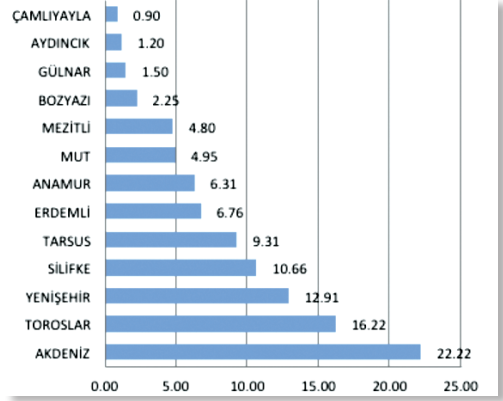
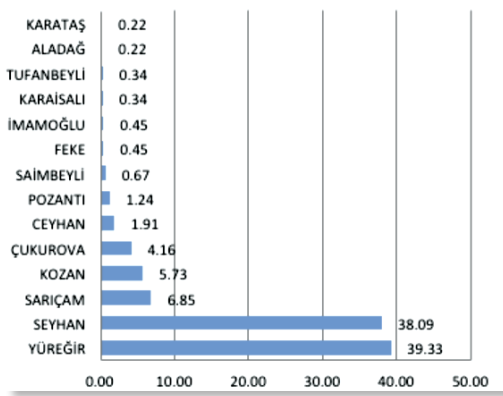
Sıra	Mersin		Adana	
	İthalatçı Ülke	İhracat, 2013, (\$)	İthalatçı Ülke	İhracat, 2013, (\$)
1	Irak	17.813.284	Irak	12.318.534
2	KKTC	1.968.674	Almanya	4.281.764
3	Birleşik Krallık	110.189	Libya	3.567.408
4	Libya	105.539	Birleşik Arap Emirlikleri	1.797.730
5	Kanada	66.853	Suudi Arabistan	1.595.949
6	Türkmenistan	59.143	Türkmenistan	1.488.261
7	Mersin Serbest Bölge	58.522	Azerbaycan-Nahçıvan	1.375.337
8	Somali	46.213	İran	713.017
9	Nijerya	42.315	KKTC	685.483
10	Almanya	32.789	Çek Cumhuriyeti	584.710
	Toplam	20.599.794	Toplam	31.375.631

Kaynak: AKİB⁵

TR62 Bölgesinde TÜİK'le yapılan anket çalışması sonuçlarına göre, mobilya firmalarının %57'si Adana ilinde, %43'ü Mersin ilinde bulunmaktadır. Adana'da mobilya sektöründe yer alan işyerlerinin ilçelere göre dağılımı incelendiğinde merkez ilçelerde yoğunlaştıkları görülmektedir. Adana'da Yüreğir ve Seyhan ilçeleri, Mersin'de ise Akdeniz, Toroslar ve Yenişehir ilçeleri mobilya üretimi açısından öne çıkmaktadır. Bununla birlikte Adana'daki firmaların Mobilyacılar Sitesi, Adana OSB ve bu iki bölge arasında coğrafi olarak yoğunlaştığı görülürken, Mersin'de daha yaygın bir dağılım söz konusudur.

⁵ GTİP sınıflaması 9403 koduna göre.

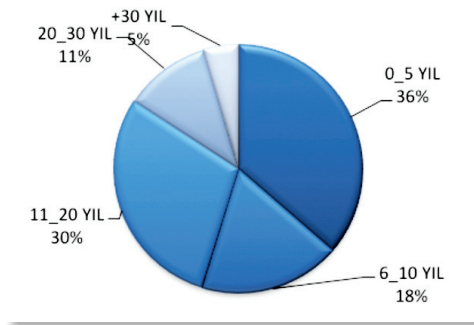
Şekil 4: İşyeri İlçe Dağılımı, Adana-Mersin (%)



Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

Adana ve Mersin'de yer alan mobilya sektörü firma türü açısından değerlendirdiğinde ferdi mülkiyet ön plana çıkmaktadır. Adana'daki işletmelerin %87'sinin ferdi mülkiyet, %11'inin limited şirket, %1'inin anonim şirket ve %1'inin adi ortaklık olarak faaliyetlerini sürdürdüğü görülmektedir. Mersin'deki işyerlerinin de %91'i ferdi mülkiyet, %9'u limited şirket olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Mersin'de anonim şirket ve adi ortaklık yapısı bulunmamaktadır.

Şekil 5: TR62 Bölgesi İşyeri Tecrübesi



İşyerlerinin %46'sı 10 yıldan daha fazla süredir mobilyacılık sektöründe faaliyet gösterirken %54'ünün sektördeki tecrübesi 10 yılı geçmemektedir. 5 yıl ve daha az deneyime sahip firma oranı %36'dır.

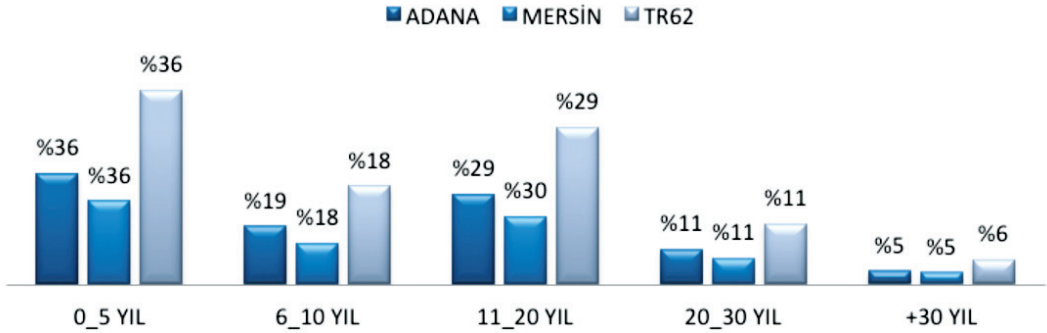
Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

Sektörde yeni firmalarla birlikte köklü firmalara da rastlamak mümkündür. 30 yılın üzerinde tecrübeye sahip firmalar bütün mobilya işletmeleri içerisinde % 5'lik paya sahiptir. Bu itibarla Çukurova'da mobilyacılığın eskilere dayanan köklü bir sektör olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca genç firmaların fazlalığı sektörün bölgede gelişme eğiliminde olduğunu göstermektedir





Şekil 6: İşyeri Tecrübe Dağılımı



Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

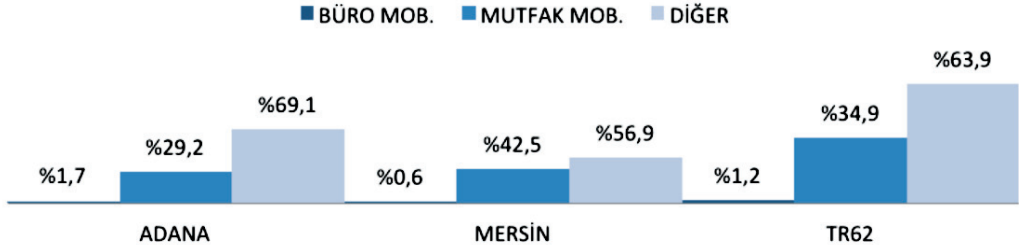
İş yerleri tecrübe dağılımı il düzeyinde irdelendiğinde ise son 5 yıl içinde kurulan firma sayısı Adana'da 323, Mersin'de 243'tür. 30 yıl ve daha fazla zamandır faaliyet gösteren firma sayısı ise Adana'da 38, Mersin'de ise 33'tür.

3.2. Firma Faaliyet Alanları

Dünyada son 15 yılda fonksiyonel ve konforlu mobilyalara talep artmıştır. Çukurova'da da klasik mobilyadan modern mobilya üretimine geçiş yaşanmıştır. Bununla birlikte Çukurova mobilyasının uzmanlık alanı klasik mobilya denebilir. Adana'da klasik mobilya iskelet üretimi yapan çok sayıda işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerde hazırlanan klasik tarzdaki koltuk, masa, sandalyelerin tamamı ağaç oymacılığında yetişmiş sanatkar ustalar tarafından el işçiliği ile gerçekleştirilmektedir. İskelet yapımında sadece çok genel ve kaba kesimlerde makinelerden faydalanılmaktadır.

Adana'da klasik mobilyanın bu denli el emeğine dayalı olarak üretilmesi ürünlerin kıymetini arttırmaktadır. Ancak pek çok işletme sipariş üzerine hazırlamış oldukları iskeletleri, tamamlanmış hale getirilmeden (kumaş giydirmeden) satışa sunmaktadır. Bu da oldukça uzun sürede ve yoğun emek sarf edilerek hazırlanan bu iskeletlerin bölgeye katma değeri yüksek bir gelir bırakmasını engellemektedir. Sektörde el emeğinin yoğun oluşu, ağaç oymacılığında yetişen ustaların sayısının giderek azalması ve makineli seri üretime geçilemeyişi, işletmecilerin özellikle Orta Doğu ülkelerinden gelen siparişleri yetiştirememelerine hatta kabul edememelerine neden olmaktadır.

Şekil 7: İşyerlerinin Ana Faaliyete Göre Dağılım

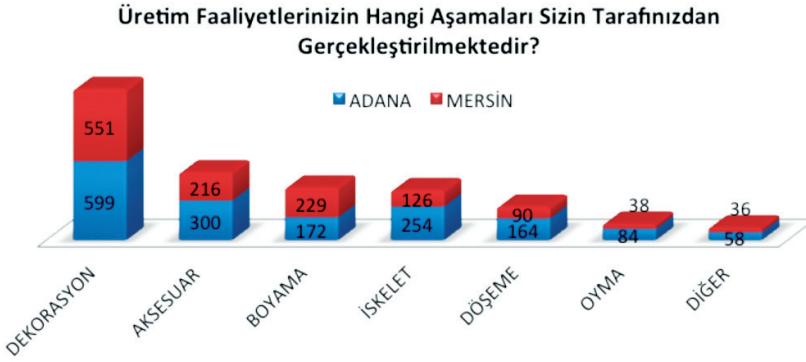


Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması



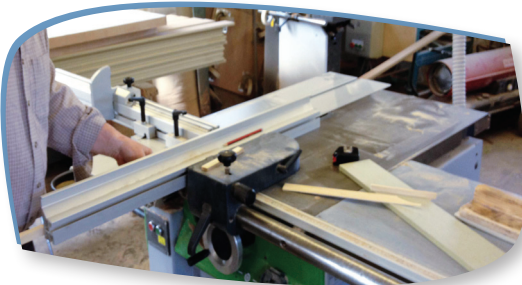
Yukarıdaki şekilde NACE Rev.2 sınıflamasına göre bölgede faaliyet gösteren firmaların ana faaliyetlerine göre gruplaması yapılmıştır. Top-Down yöntemi ile belirlenmiş olan ana faaliyetlere bakıldığında Adana ve Mersin'de diğer mobilyaların (ev ve bahçe mobilyaları) imalatı öne çıkmaktadır. Mersin'de mutfak mobilyaları imalatı %42,5 ile Adana'dan bir miktar daha öndedir. Kanepeler, divanlar, çekyat ve koltuk takımlarının imalatı, bahçe sandalyeleri, koltukları vb. imalatı, yatak odaları, oturma odaları, bahçeler vb. için mobilya imalatı, dikiş makineleri, televizyonlar vb. için dolap ve sehpa imalatı, sandalye ve koltukların döşenmesi gibi tamamlayıcı işlerinin yapılması, mobilyaların püskürtme, boyama, gomalak cilalama ve döşeme gibi tamamlayıcı işlerinin yapılması diğer mobilya imalatı faaliyeti kapsamındadır.

Şekil 8: Üretim Faaliyet Aşamaları

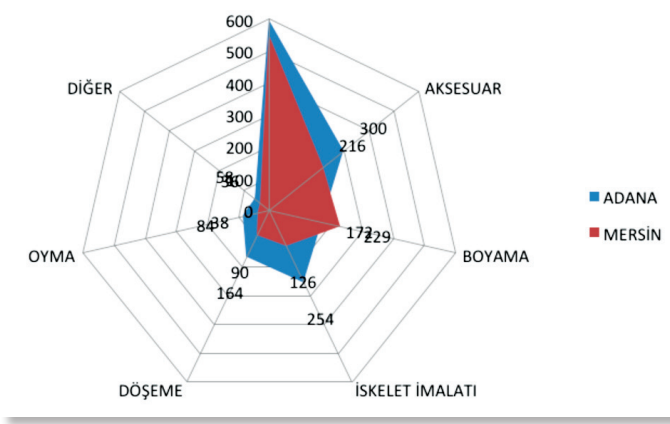


Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

İşletme sayısı bakımından mobilya iskeleti imalatında, döşeme ve oymada Adana; boyamada ise Mersin öne çıkmaktadır. Adana ve Mersin'de mobilya imalatı yapan firma sayısı birbirine yakın olmakla birlikte sadece iskelet üretimi yapan Adana'da 139, Mersin'de 52 firma bulunmaktadır. Sadece döşeme yapan Adana'da 67, Mersin'de 36 firma bulunmaktadır. Sadece boyama işlemi yapan Adana'da 93, Mersin'de 162 firma bulunmaktadır. Saha ziyaretlerinde boyama işlemlerinde kalite konusunda sıkıntılar yaşandığı özellikle belirtilmiştir. Ayrıca üretimin ilk aşaması olan dekorasyon-tasarım işlemini firmaların çok büyük bir bölümü kendi bünyesinde gerçekleştirmekte fakat profesyonelce yapmamaktadır. Bölgede iskelet imalatı, boyama ve döşeme gibi temel üretim aşamalarını birlikte gerçekleştiren firma sayısı sadece 72'dir. Bu da firmaların çoğunun üretimin tamamını gerçekleştirecek kapasiteye sahip olmadığını göstermektedir.



Şekil 9: Üretim Faaliyet Aşamaları



Faaliyet alanları incelendiğinde üretim faaliyetleri arasında Adana'nın iskelet imalatına yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Bölgeden, Türkiye'de mobilya üreten diğer illere özellikle klasik mobilya iskeleti gönderildiği göz önüne alındığında, anket çalışmasının sonuçları da bu durumu destekler niteliktedir.

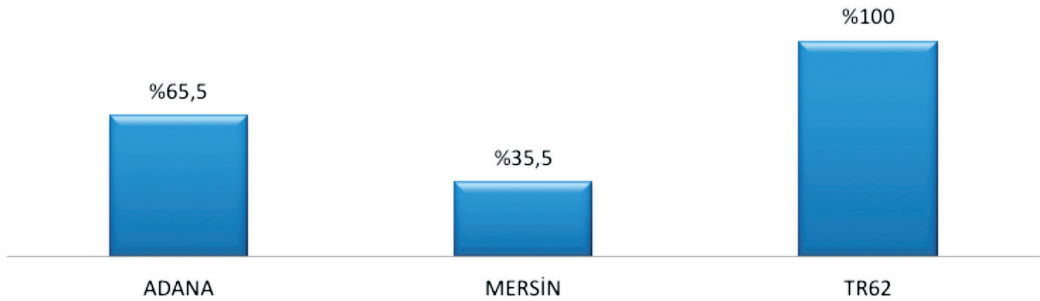
Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

3.3. İşgücü ve Makineleşme

Emek yoğun yapısı ve gün geçtikçe artan otomasyonla birlikte işgücü ve makine mobilya sektörünün en önemli girdilerini oluşturmaktadır. Yapılan anket sonuçlarına göre sektör Adana'da 4907 kişiye, Mersin'de 2582 kişiye olmak üzere bölgede toplam 7489 kişiye istihdam sağlamaktadır. Firma sayısı açısından %57'ye %43'lük Adana-Mersin dağılımı, çalışan sayısı açısından %66'ya %34 olarak gerçekleşmiştir. Bu yönden Adana'daki firma ölçeklerinin Mersin'e göre daha büyük olduğu söylenebilir.

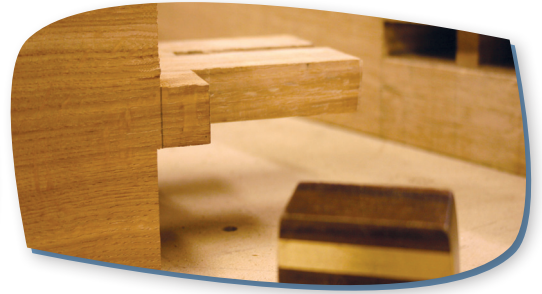
Adana'daki işyerlerinde 3793 kişi ücretli işçi, 1114 işveren (firma sahibi veya ortağı) çalışmakta iken Mersin'de 1781 işçi, 801 kişi işveren olarak çalışmaktadır. Bölgede mobilya sektöründe toplamda 7489 kişi çalışmakta olup bunun yaklaşık %75'i ücretli çalışan konumundadır.

Şekil 10: Toplam İstihdam

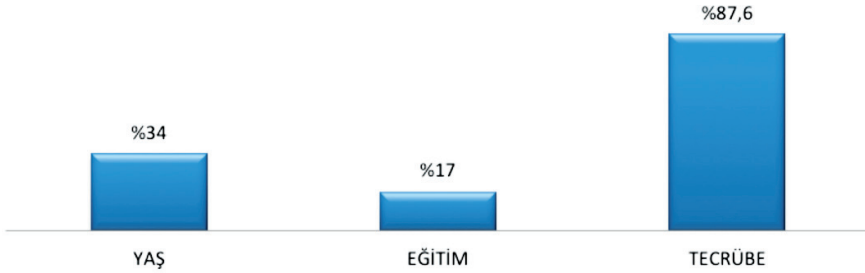


Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması





Şekil 11: İşçide Aranan Nitelik

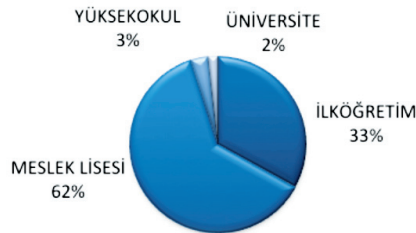


Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

Adana ve Mersin'de mobilyacılık sektöründeki istihdamın %4'ü kadın, %96'sı erkektir. Sektörde kadın istihdamının çok az yer tuttuğu görülmektedir. Sektörün yapısı itibarıyla insan gücü ve makine kullanımına dayalı olması ve ağır iş yükü sebebiyle erkek istihdam oranı oldukça yüksektir.

Mobilyacılık uygulamayla öğrenilen ve el emeği, yetenek gerektiren bir meslektir. Bu nedenle de iş yerlerinin eleman ararken en çok dikkat ettiği unsur tecrübedir. Tecrübeden sonra en fazla bakılan kriter ise yaşır. İşyerleri çalıştırmak istedikleri elemanların %50 oranında 15-24 yaş grubundan ve %48 oranında 25-34 yaş grubundan olmasını tercih ettiklerini beyan ederken %2'lik bir kısmın ise 35 yaş ve üzeri tecrübeli işçi tercih ettiği tespit edilmiştir.

Şekil 12: TR62 Bölgesi İşçide Aranan Eğitim Düzeyi

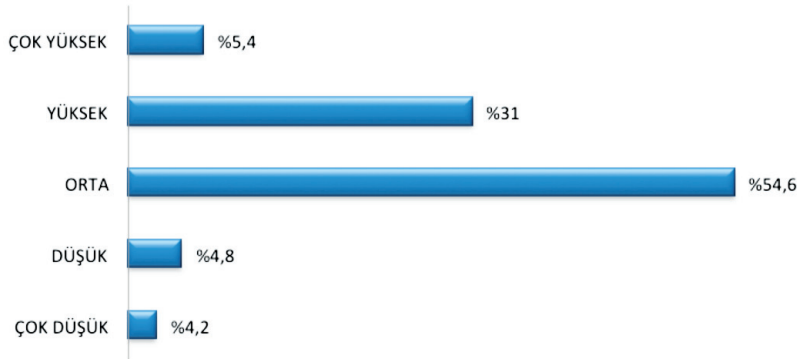


Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması



İşyerlerinin %62'si çalıştırmak istedikleri elemanların özellikle meslek lisesi mezunu olmasını tercih ederken, %33'ü ilköğretim mezunu olmasını tercih ettiklerini beyan etmişlerdir. Mobilya uygulamaya dayalı bir sektör olduğu için, işverenlerin büyük çoğunluğu meslek lisesi ya da ilköğretim mezunlarını tercih etmektedirler. Bununla birlikte yapılan firma görüşmelerinde meslek lisesi mezunu çalışan sayısı-

Şekil 13: İşverenlerin Çalışanlarından Memnuniyeti Durumu



Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması



nın çok az olduğu gözlemlenmiştir. Meslek lisesi mezunlarına talep yüksekken yeterli düzeyde istihdam edilmemesi sanayi-meslek lisesi ilişkilerinin geliştirilmesi ve piyasa talebine yönelik eğitim programları düzenlenmesi gerektiğini göstermektedir. Adana'da Ceyhan, Akkapı, Kiremithane, Karşıyaka, Kozan ve Kurttepe; Mersin'de Tarsus, Mersin, Gülnar, Mut, Silifke Teknik ve Endüstri Meslek Liselerinde iç mekan ve mobilya teknolojisi dalı mevcuttur. Ayrıca Adana MYO, Mersin Teknik Bilimler MYO, Kozan MYO, Gülnar MYO'da mobilya ve dekorasyon bölümü bulunmaktadır. Çukurova ve Mersin Üniversiteleri'nde bulunan güzel sanatlar bölümü ise mobilya tasarımında işbirliği yapılabilecek birimlerdir.

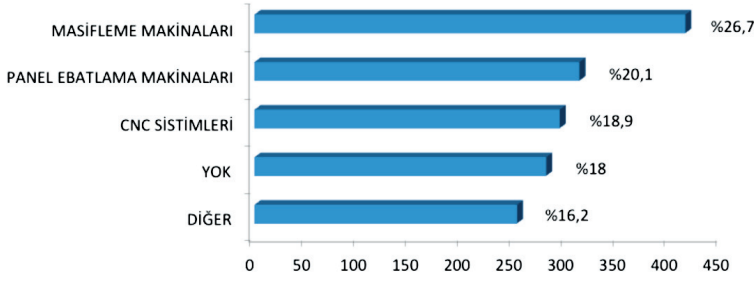
İşyerlerinin, çalıştırdıkları işçilerden memnuniyet durumları 5'li likert2 ölçeğine göre hesaplanarak ortalama memnuniyet oranının 5 üzerinden 3,34 oranıyla orta düzeyde olduğu saptanmıştır.

Mobilya sektöründeki işverenlerin %90'ı eleman bulmada yüksek oranda sıkıntı çektiklerini belirtmişlerdir. Firmaların neden eleman sıkıntısı yaşadıkları sorulduğunda, büyük çoğunluk tarafından;

- Pratik eğitime dayalı mobilyacılık mesleğinde kalifiye ve tecrübeli elemana ihtiyaç olduğu ancak bulunamaması,
- Mevcut meslek liselerindeki mobilya bölümünün rağbet görmemesi ve mobilya bölümünden mezun olan gençlerin aldıkları eğitimin yeterli olmaması,
- 4+4+4 zorunlu eğitimin getirdiği yaptırımlar,
- İşverenin çalışana fazla ücret ödeyememesi ve çalışanın sosyal güvencesini sağlayamaması,
- Çalışanların daha iyi gelir sağladıkları başka işleri tercih etmeleri sebep olarak gösterilmiştir.



Şekil 14: Sermaye Yatırımları- Talep Edilen Makineler



Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

Mobilya sektöründe gün geçtikçe makineleşme oranı artmaktadır. Bölgede mobilya sektöründe faaliyet gösteren işyerlerine “yeterli imkanlara sahip olsalardı yapmayı düşündükleri makine yatırımları neler olurdu?” sorusu yöneltildiğinde firmaların %27’si masifleme (bantlama) makinesi, %20’si panel ebatlama makinesi, %19’u CNC Sistemleri, %16’sı ise diğer (kompresör, çoklu delik makineleri, boya sistemleri, profil kesme makineleri, pres kesme makineleri vs.) makineler olduğunu belirtmişlerdir.

Sektörde işyerleri mobilya üretiminin bazı aşamalarını el ile yaparak zaman kaybetmekte bu sebeple üretimdeki hata payı yüksek olmakta ve verimlilik oldukça düşmektedir. Makineleşmenin artmasıyla birlikte üretim hacminin ciddi biçimde yükseleceği, yurtiçinden ve yurtdışından gelen siparişler karşısında zorlanan, üretim kapasitesi dar firmaların sorunlarının büyük oranda azalacağı, böylece sektörde hareketlenme gözleneceği düşünülmektedir.

Gerçekleştirilen çalışmada dikkati çeken diğer bir husus ise sektörde bulunan firmaların %18’inin hangi makineye yatırım yapacağını bilememesi, bu konu hakkında hiçbir fikir ya da vizyon sahibi olmamasıdır. Bu durum bölgede mobilya sektöründe kayda değer bir kesimin sektörde varlığını sürdürebilmesi, sektörde büyüebilmesi için bilgi birikimini artırması ve sektörel trendleri takip etmesi gerektiğini göstermektedir.



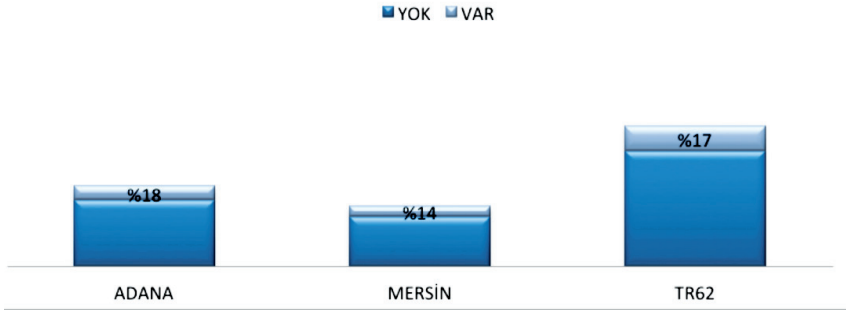


3.4. Pazarlama ve Satış

Günümüzde ulusal ve uluslararası zincir mobilya firmaları ile birlikte sektörde yoğun bir rekabet görülmeye başlamıştır. Bölgedeki firmalar üretim ve makineleşme anlamında yoğun çaba göstermektedir. Ancak yapılan bu üretimi satış ve pazarlama kanalları ile destekleyememektedir. Bu yüzden üretilen nitelikli ürünler yeterli katma değere sahip olamamaktadır.

Çukurova'da mobilya üretimi gerçekleştiren işyerlerinin %83'ünde ürünlerin tanıtımı ve satışı için teşhir yeri bulunmamaktadır. Bu durum bize bölgedeki mobilya firmalarının ağırlıklı olarak ara ürün (iskelet gibi) ürettiklerini ve ürünleri nihai tüketiciye sunan işyerleri olmadığı fikrini vermektedir.

Şekil 15: Teşhir Yeri Varlığı

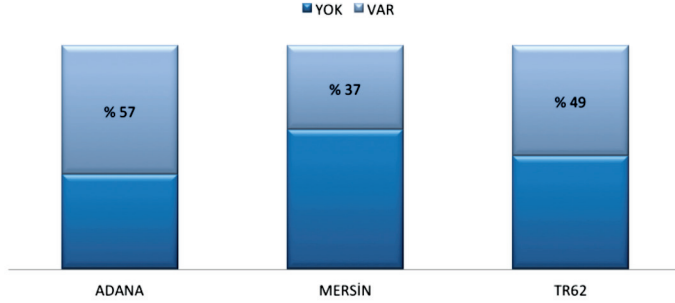


Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

TR62 Bölgesinde mobilya sektöründe ürün teşhir yeri ile ciro arasındaki bağlantıyı anlamak adına çeşitli istatistiksel analizler yapılmıştır. Çalışmada firmaların cirosu ile ürün teşhir yeri arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve cirosu yüksek firmaların ürün teşhir yerinin bulunduğu sonucuna varılmıştır. Yani üretimini kendi satış ağı ile destekleyemeyen firmaların ciro oranı düşük kalmaktadır.

Ayrıca sektörde Adana ve Mersin illerinde ciro bakımından toplamda büyük bir fark göze çarpmaktadır. Bu durumu yorumlayabilmek için iki ilin ciroları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını anlamaya yönelik analiz yapılmıştır. Bölgede mobilya sektöründe yer alan firmaların ortalama ciro hacimleri arasında çok büyük farklılıklar bulunmamasına rağmen Adana'daki ciro ortalamasının Mersin'in ciro ortalamasından yüksek olmasının, Adana'da bulunan büyük hacimli ulusal boyutta çalışan birkaç mobilya firmasından kaynaklandığı anlaşılmıştır.

Şekil 16 :İç Pazar Sıkıntısı



Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

Sektörün iç pazarda sıkıntısının olup olmadığı sorulduğunda; bölgedeki işyerlerinin %49'u iç pazar sıkıntısının varlığına işaret ederken, Adana ve Mersin'de bu oranlar farklılık göstermektedir. İşyerlerine iç pazardaki sıkıntılarının nelerden kaynaklandığı sorulduğunda ise el yapımı ürünlerin fabrikasyon ürünlerle rekabet edemediği, ferdi mülkiyet sayısının çok yüksek olup ortaklıkların yapılamayışının firmaların güçlenmesini engellediği, tezgâh altı diye tabir edilen kayıt dışı işyerlerin çok olduğu, alıcıların ucuz ve daha fonksiyonel olması sebebiyle elemeği ile üretilen klasik mobilyalardan ziyade fabrikasyon ürünlere yönelmesi ve ham madde fiyatlarının yetersizliği gibi sebepler gösterilmiştir.



Ayrıca TR62 Bölgesinde sektördeki firmaların ciro miktarları ile iç pazardaki durumları istatistiksel olarak analiz edilmiştir. Bu noktada bölgede pazar sıkıntısı yaşamayan işletmelerin ciro değerlerinin yüksek olması beklenmektedir. Nitekim yapılan çalışma sonucunda firmaların ciro değerleri ile iç pazardaki durumlarının ilişkili olduğu sonucu elde edilmiştir. Bir başka deyişle sektörün pazar sorunları çözümlenirse sektörün katma değerinin de artış göstereceği düşünülmektedir.

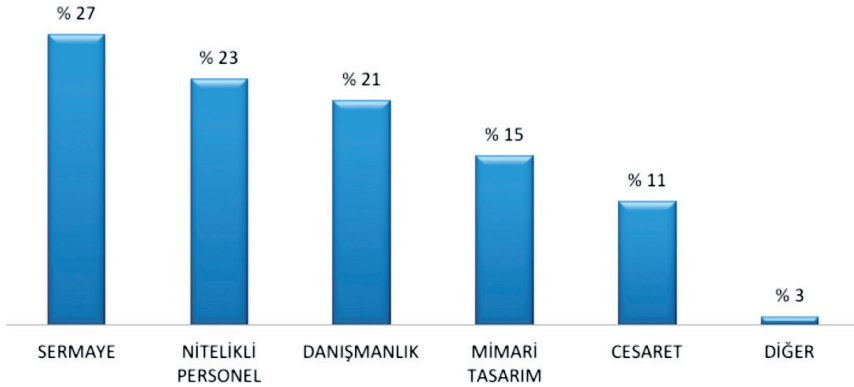
Yapılan anketlerde bölgedeki işyerlerinin %5'i yurtdışı satışlarının olduğunu beyan etmiştir. Bu firmalar satışlarını Libya, Irak, Rusya, BAE ve Almanya'ya gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Geriye kalan firmalar ise yurt dışı satışlarının bulunmadığını, sadece buldukları ilde veya yurt içinde diğer illere satış yaptıklarını ifade etmişlerdir. Yurtiçi satışta Adana ve Mersin illeri dışına satışlarda Ankara, Osmaniye, İstanbul, Hatay ve Güneydoğu Bölgesi öne çıkmaktadır.

Şekil 17 :İç Pazar Dağılımı



Kaynak: ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 18: Dış Pazara Açılmak İçin Gerekliklik



Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

Bölgedeki mobilya sektörünün dış pazara açılması için en çok ihtiyaç duyulan unsurlar sermaye, nitelikli personel ve danışmanlık olarak belirlenmiştir. İşyerlerinin birden çok tercihli cevapları ile oluşturulan frekansların dağılımına göre; işyerlerinin %27'si sermaye, %23'ü nitelikli personel, %21'i danışmanlık, %15'i mimari tasarım ve %11'i cesaret unsurunu dış pazara açılmak için gerekli görmektedir. Bölgedeki 18 mobilya firması yurt dışından ürün ya da ham madde bazında ithalat yaptıklarını belirtmişlerdir. Bunlardan sadece iki firma aynı ürünleri yurtdışından da temin edebileceğini, geriye kalan firmalar ise yurtdışında aynı ürünlere ulaşamayacaklarını belirtmişlerdir.

Adana'daki firmaların %95'inin, Mersin'de ise %99'unun Ar-Ge faaliyetleri bulunmamaktadır. Adana'da Ar-Ge faaliyeti olan 48 işyeri, Mersin'de ise 8 işyeri tespit edilmiştir.

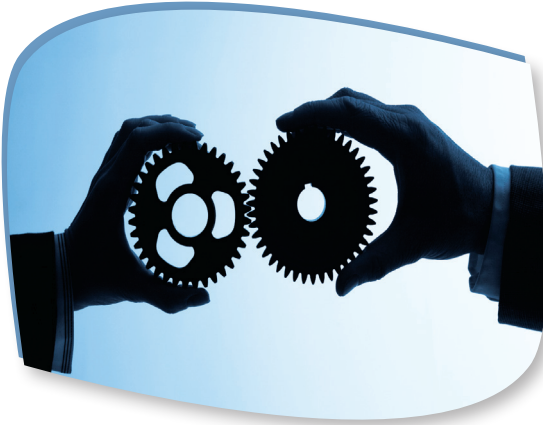
Adana'daki işyerlerinin % 77'si mobilya sektörü olarak kümelenmeyi isterken %23'ü istemediğini belirtmiştir. Sektörde kümelenme fikrine olumsuz bakan firmalar, işlerinin azalacağı, mobilya tasarımlarının izinsiz taklit edileceği ve rekabetin olumsuz yönde etkileneceğini kümelenmeye olumsuz bakmalarının nedenleri arasında göstermiştir. Bu durum bize bölgede kümelenme kavramının mobilya firmaları tarafından tam olarak anlaşılmadığını göstermektedir. Mersin'deki işyerlerinin % 82'si mobilya sektörü olarak kümelenmeyi isterken %18'i kümelenmeye karşı gelmişlerdir. Mersin'de kümelenmeye olumsuz bakan firmaların oranı, Adana'ya kıyasla daha düşüktür.

Şekil 19: Tasarımı Kim Yapıyor?



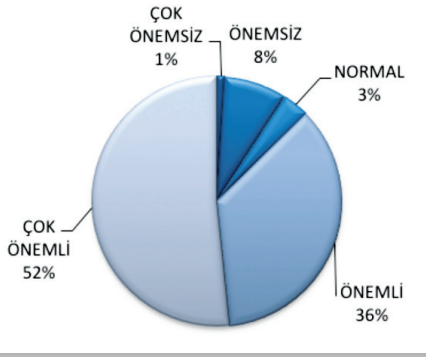
Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması





Mobilya imalatında profesyonel olarak tasarımın kullanılmadığı gerek Adana ilinde gerekse Mersin ilinde çıkan sonuçlardan anlaşılmaktadır. Adana'daki işyerlerinin yaklaşık % 95'i, Mersin'de ise % 97'si tasarımlarını birikimleri, tecrübeleri ve çeşitli fuarları ziyaretleri doğrultusunda kendileri yapmaktadırlar. Bu konuda herhangi bir profesyonel destek almamaktadırlar.

Şekil 20: İşyerlerinin Markalaşmaya Verdiği Önem



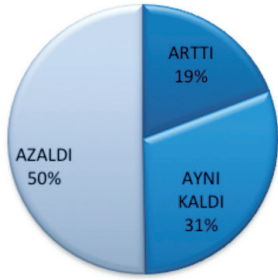
Bölgedeki işyerlerinin %52'si markalaşmanın çok önemli olduğunu düşünürken, %36'sı önemli, %3'ü normal, %8'i önemsiz ve %1'i çok önemsiz olduğu görülmüştür. Sektörde yer alan firmaların %88'inin markalaşmaya önem vermesine rağmen işletmelerin büyük çoğunluğu markalaşma konusunda nasıl bir yol izleyeceklerini bilememektedir.

Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

3.5 Geleceğe İlişkin Beklentiler

İşyerlerinin kapasite kullanımı ve eğilimleri başlığı altında, mobilya sektöründe bölgede faaliyet gösteren işletmelerin 2012 yılındaki cirolarının 2011 yılına göre değişimi ve 2013 yılındaki gelişme eğilimi, 2013 yılında tedarikçi siparişleri, ortalama çalışan sayısı ve satışlara ilişkin beklentiler, firmaların olası talep artışları karşısında faaliyetlerini arttırabilme durumları ve faaliyetlerini kısıtlayan nedenler incelenmiştir.

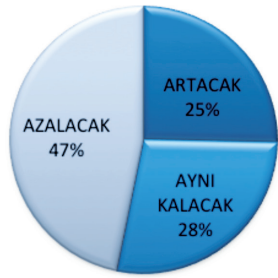
Şekil 21: 2012 Yılındaki Cironun 2011 Yılına Göre Değişimi



2012 yılındaki ciroların bir önceki yıla göre değişimi incelendiğinde TR62 Bölgesinde faaliyet gösteren işyerlerinin %50'si cirolarının azaldığını, %31'i aynı kaldığını, %19'u ise arttığını beyan etmiştir. Adana ve Mersin'deki eğilimler ayrı ayrı incelendiğinde TR62 Bölgesi geneli ile paralellik göstermektedirler.

Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

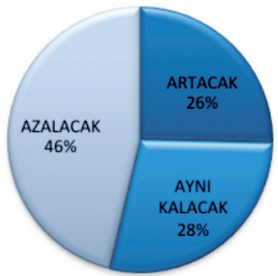
Şekil 22: 2013 Yılındaki Cironun 2012 Yılına Göre Değişimi



2013 yılı ciro beklentilerine bakıldığında ise bölgedeki işyerlerinin %47'si 2013 yılındaki cirolarının 2012 yılına göre azalacağını, %28'i aynı kalacağını, %25'i ise artacağını beyan etmiştir. 2013 yılında ciro artışı beklentisinin 2012 yılındaki ciro değişimlerine göre bir miktar daha olumlu olduğu görülmektedir.

Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

Şekil 23: 2013 Yılında Tedarikçi Siparişleri



Bölgedeki işyerlerinin %46'sı 2013 yılında tedarikçilere verecekleri siparişlerinin azalacağını beyan ederken, %28'i aynı kalacağını, %26'sının ise artacağını beyan etmiştir.

Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması



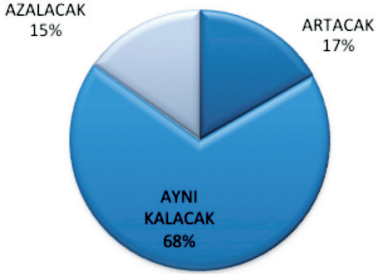
Şekil 24: 2013 Yılında Ortalama Çalışan Sayısı



İşyerlerinin %14'ü 2013 yılında ortalama çalışan sayısının artacağını beyan ederken, %71'i aynı kalacağını, %15'i ise azalacağını beyan etmiştir.

Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

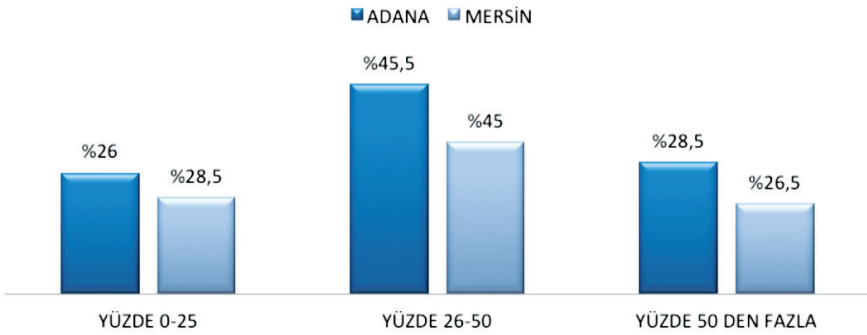
Şekil 25: 2013 Yılı Ortalama Satış Fiyatları



Bölgedeki işyerlerinin %17'si 2013 yılında ortalama satış fiyatlarının artacağını beyan ederken, %68'i aynı kalacağını, %15'i ise azalacağını beyan etmiştir.

Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

Şekil 26 :Talep Artışında Faaliyet Arttırabilme Durumu



Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

Adana ve Mersin'de mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmalara ürünlerine yönelik talep artışı olması durumunda mevcut kaynaklarında bir değişiklik yapmadan faaliyetlerini arttırmalarının mümkün olup olmadığı sorgulanmıştır. Piyasada talep artışının olması durumunda faaliyetlerini arttırabileceğini belirten işyerlerinden Adana'daki işletmelerin %26'sı ve Mersin'dekilerin %28,5'i faaliyetlerini % 0-25 aralığında arttırabileceklerini beyan etmişlerdir. Adana'daki işyerlerinin %45,5'i ve Mersin'dekilerin %45'i faaliyetlerini % 26-50 aralığında arttırabilecekken, Adana'daki işyerlerinin %28,5'i ve Mersin'dekilerin %26,5'i faaliyetlerini % 50'den fazla arttırabilecekleri beyan etmişlerdir.

Sektördeki firmaların piyasada talep artışı olması durumunda faaliyetlerini çeşitli oranlarda arttırabileceklerini söylemeleri, sektörde önemli oranda atıl kapasitenin bulunduğunu işaret etmektedir.

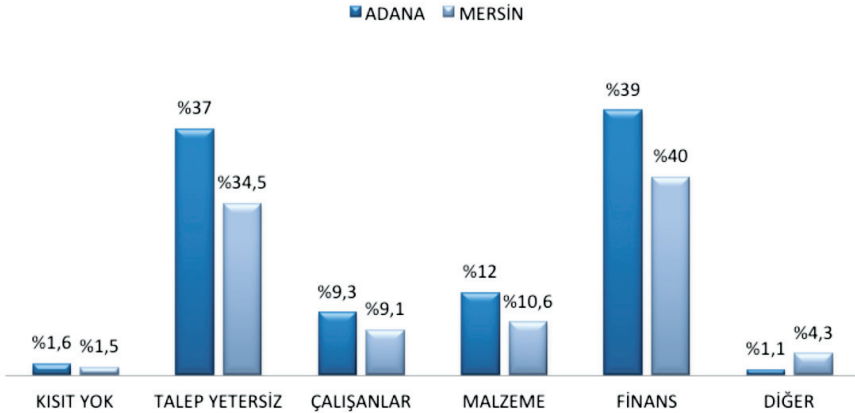
Şekil 27: İşyerlerinin Faaliyetlerini Kısıtlayan Nedenler



Bölge'deki işyerlerinin %40'ı finans sorununun faaliyetlerini kısıtlandığını beyan ederken, %36'sı talep yetersizliğinden, %11'i malzeme, %9'u çalışanlar, %2'si diğer nedenlerden dolayı faaliyetlerinin kısıtlandığını beyan etmişlerdir. Bölgedeki işyerlerinin %2'si faaliyetlerini kısıtlayan herhangi bir neden olmadığını söylemişlerdir.

Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması

Şekil 28: İşyerlerinin Faaliyetlerini Kısıtlayan Nedenler



Kaynak: ÇKA-TÜİK Mobilya Sektör Araştırması Anket Çalışması



3.6. TR62 Bölgesi Mobilya Sektörü Swot Analizi

2014-2023 Çukurova Bölge Planı kapsamında gerçekleştirilen mobilya sektörü çalıştay ve yapılan anket çalışması sonuçlarına göre mobilya sektörü için bir swot analizi çalışması yapılmıştır. Buna göre:

Güçlü Yönler

- Bölgenin jeostratejik konumu (Orta Doğu ülkelerine yakınlık)
- Yüksek işgücü potansiyeli
- Klasik mobilya iskeleti yapımında el işçiliğinin başarılı olması
- Yüksek üretim potansiyeli
- Ürün çeşitliliğinin fazla olması
- Hedef pazarlara yönelik ihracat çalışmalarının olması
- Sektörde ucuz işgücünün var olması
- Büyüme potansiyeline sahip dinamik iç pazar yapısı
- Modern ve teknolojik üretim yapan firma sayısının artması

Zayıf Yönler

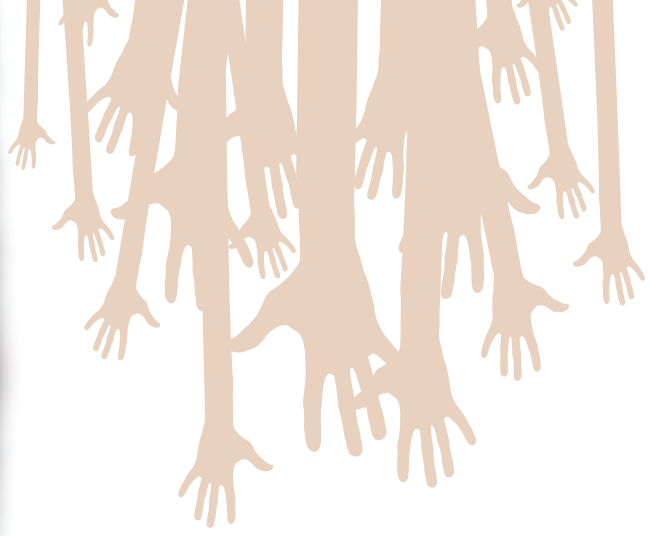
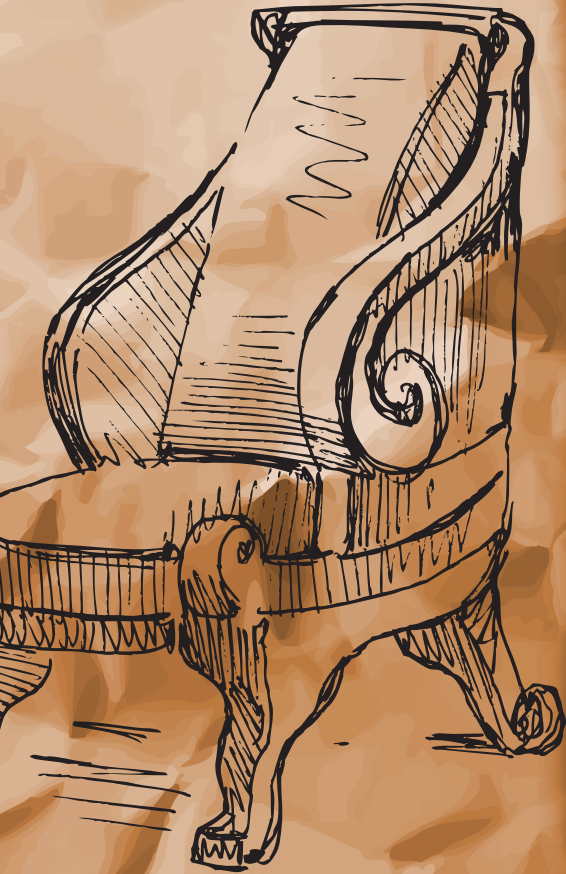
- Aile şirketlerinin fazlalığı
- Organizasyon eksikliği/Kurumsallaşma
- Yönlendirme/Devlet desteği yetersizliği
- Finansman yetersizliği
- Yeni yatırım yetersizliği
- Kalifiye eleman yetersizliği
- Mesleki eğitim yetersizliği
- Tasarım eksikliği / Markalaşma eksikliği
- Pazarlama yetersizliği
- Sektörün bir arada ortak hareket edememesi
- Yurtdışı tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği

Fırsatlar

- Ortadoğudaki yeni oluşum
- Yeni pazar arayışları/genişleme
- Fason üretim arayışları
- Artan tüketim
- Bilgi teknolojisi ve elektronik ağ yapılar (Etkili iletişim oluşumu)
- Tasarımın kullanımı ve artırılması
- Reklamcılığın gelişmesi
- Sektörün gelişime açık olması ve diğer sektörlerle yakın ilişkisi

Tehditler

- 3. dünya ülkelerinde yapılan çok düşük maliyetlerle üretim
- Çin
- Yavaş değişim ve yenilenme
- AB'ye ihracatta yüksek maliyet
- Tasarım eksikliği (kopyalama)
- Büyük ölçekli firmaların varlığı
- Enerji sorunu
- Yüksek ham madde maliyetleri
- Kalite sorunu



4. AJANS DESTEKLERİ



4. Ajans Destekleri

Çukurova Kalkınma Ajansı 2008 yılından bu yana mali destek programları yürütmektedir. Destek programları; sosyal projeler, altyapı projeleri ve özel sektöre yönelik projeler olmak üzere üç grup altında incelenebilir. 2008, 2009, 2010, 2011 ve 2012 mali destek programları kapsamında toplam 16 programa 151 milyon TL kaynak tahsis edilmiştir. Bu miktarın 92 milyon TL'si ise KOBİ'lere ayrılmıştır.



KOBİ'lere ayrılan miktar % 94 oranında sözleşmeye bağlanarak projeler hayata geçmiştir. Bu açıdan 86,1 milyon TL kaynak toplam 274 KOBİ'nin kullanımına sunulmuştur. Mobilya sektörü 2008, 2009 ve 2012 yıllarında destek öncelikleri arasında yer almıştır. Mobilya sektöründe yer alan toplam 20 firma için 6,2 milyon TL destek sözleşmeye bağlanmıştır. Firmaların projelere koydukları eş finansmanla birlikte bu miktar 14,1 milyon TL'ye ulaşmaktadır. Projeler ağırlıklı olarak CNC işlem merkezi, kenar bantlama ve freze makinesi gibi makine alımlarından oluşmaktadır.

Hali hazırda değerlendirme süreci devam eden 2014 yılı Mali Destek Programlarında ise 25 milyon TL kaynak KOBİ'lere ayrılmıştır. Mobilya sektörü; Ar-Ge, yenilikçilik, tasarım, markalaşma, uluslararasılaşma, ağ oluşturma ve ürün çeşitlendirme öncelik alanları kapsamında destek alabilecek sektörler arasında yer almıştır. Toplam 239 firmanın başvuru yaptığı programda mobilya sektöründe başvuru yapan firma sayısı 33'tür.



5. SONUÇ



5. Sonuç

Mobilya sektörü, küreselleşme, teknoloji ve bilgiye kolay ulaşım sonucu yeni bir dönemin içinde bulunmaktadır. Artan işçilik ve enerji maliyetleri, mobilya sektörünün yoğun emek isteyen bir sektör olması ve hammadde kaynaklarının azalması birçok gelişmiş ülkenin üretimden çekilmesine neden olmuştur. Bundan dolayı gelişmiş ülkeler üretimin bir bölümünü düşük maliyetli ülkelere kaydırmış veya yeni yatırımları bu bölgelerde yapmaya başlamıştır. Türkiye’de ise mobilya sektör temsilcileri; 2023 yılı hedeflerini belirlemiş ve 2023 yılında mobilya sektörünün hacmini iç pazarda 15 milyar dolar, ihracatta ise 3,5 milyar dolara ulaştırmayı planladıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca 2023 yılında Türkiye’nin 500 milyar dolar olarak ihracat hedefi içinde sektörün alacağı payın % 1,5’den % 2’ye çıkarılmasını beklediklerini açıklamışlardır.

Çukurova Bölgesi, özellikle Adana Türkiye mobilya sektöründe önemli bir yere sahiptir. Sektör bölge içerisinde işyeri sayısı açısından dikkat çekmektedir. Firma başına düşen 2,41 çalışan sayısı ve 42 milyon dolarlık ihracat rakamı, sektörün iç piyasaya yönelik geleneksel yöntemlerle çalışan küçük işletmelerden oluştuğunu göstermektedir. İhracatta Irak pazarının hâkimiyeti göze çarparken, ürün bazında yemek ve oturma odaları için ahşap mobilyalar ilk sırada yer almaktadır.

Mobilya firmaları Adana’da coğrafi olarak Mobilyacılar Sitesi ve etrafında yoğunlaşmakta, Mersin’de ise yaygın bir dağılım görülmektedir. Kayıt dışılığın fazla olduğu sektörde firmaların geneli kurumsal yapıda olmayan ferdi mülkiyetlerden oluşmaktadır. Altyapı, iş güvenliği ve işçi sağlığı alanlarındaki eksiklikler firmalar ve çalışanlar açısından büyük sorun oluşturmaktadır. Bölgede babadan oğula geçen mobilyacılık 30 yılı aşkın süredir çalışan firmaları ile köklü bir sektör olduğunu göstermektedir. Üretim alanında Adana ev mobilyasında öne çıkmakta, Mersin göreceli olarak mutfak mobilyasında dikkat çekmektedir. Üretim faaliyeti açısından ise Adana iskelet üretimine yoğunlaşmaktadır. İşletmeler Ar-Ge, tasarım konularında zayıflar, markalaşma ve kümelenme kavramlarını önemsemekte ancak nasıl bir yol izleyeceklerini bilememektedirler. Genellikle sipariş usulü çalışmaktadırlar. Pek çok işletmenin satışları artırmada etkili olan teşhir yerleri bulunmamaktadır. Üretime odaklanan firmalar satış ve pazarlama alanındaki yetersizlikler nedeniyle ürünlerin katma değerini arttıramamaktadır. Sektörde istihdamın temel şartı olarak tecrübe aranmakta fakat tecrübeli eleman sıkıntısı çekilmektedir. Meslek liseleri ve üniversiteler ile firmalar arasındaki bağlantılar zayıf durumdadır. Şirketlerin geçen yıla göre ciro ve sipariş miktarları düşmektedir. Bununla birlikte firmaların geleceğe ilişkin de karamsar olduğu belirlenmiştir.





2014-2023 Çukurova Bölge Planı çalışmaları kapsamında kamu, akademi, sivil toplum ve özel sektör temsilcilerinden oluşan 15 kişilik odak grubun fikirleri doğrultusunda ve mobilya sektör araştırması sonuçlarına göre mobilya sektörü için belirlenen temel stratejiler aşağıda özetlenmektedir:

Mobilya sektöründe gelişmiş ülkeler üretim alanından uzaklaşırken, rekabet avantajlarının bulunduğu tasarım ve markalaşma gibi katma değeri fazla olan alanlara odaklanmaktadır. Özellikle modern mobilyada otomasyona dayalı zincir mağazaların hakimiyeti göze çarpmaktadır. El emeğine dayalı küçük firmaların benzer ürün segmentlerinde mücadele etmesi mümkün görünmemektedir. Bu yüzden firmaların farklı segmentlere hitap eden ürünlerde uzmanlaşmaları gerekmektedir. Farklı bir strateji olarak küçük firmaların butik, kişiye özel işlere yönelmeleri önerilmektedir.

Bölgenin rekabet gücünün yüksek olduğu alanlarda katma değeri yüksek faaliyetlere odaklanması gerekmektedir. Klasik mobilya iskeleti ve oymacılık faaliyetlerine yoğunlaşan firmaların yeterli katma değeri oluşturamadığı görülmektedir. Klasik mobilya iskelet üretiminin tasarımla ve döşeme-boyama sanatı ile birleştirilerek katma değerinin artırılması gerekmektedir. El işçiliğine dayanan oymacılık faaliyetlerinin mobilya iskeleti dışında katma değeri yüksek aksesuar ve iç mimari gibi alternatif alanlara yönlendirilmesi gerekmektedir. Lüks otel, restoran iç dekorasyonu gibi butik pazarların araştırılması önerilmektedir.

Bölgede mobilya sektöründe rekabet gücünün artırılabilmesi için makineleşmeye ihtiyaç duyulmaktadır. CNC sistemleri sayesinde işletmeler oyma, kesme, delme gibi işlemleri daha kısa sürede ve hatasız olarak yapabilmektedirler.

Bölgenin ihracatında Irak'ın aldığı yüksek pay büyük risk arz etmekte olup pazar çeşitlendirmesi gerekmektedir. Pazar araştırmaları yapılarak hedef pazarlara yönelik eylem planları ivedilikle gerçekleştirilmelidir. Küçük ölçekli mobilya firmalarının yurtdışına açılmak için birleşip güçlenmesi ve kurumsallaş-



ması önem taşımaktadır. Ayrıca üretim yerlerinin modernize edilmesi, üretim ve satış yerlerini kapsayan modern bir bölge oluşturulması gelecek adına önemli bir adım olacaktır.

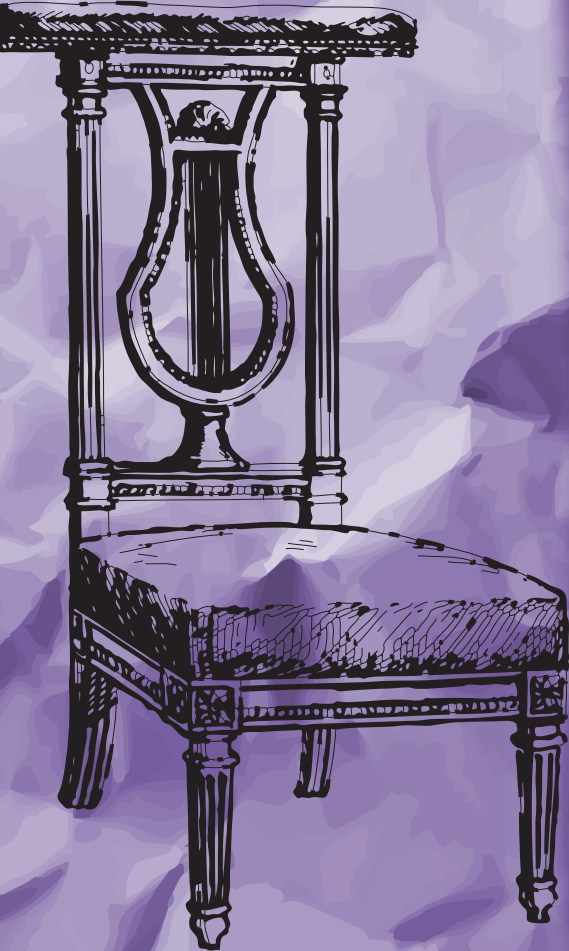
Markalaşma ve kümelenme konusunda istekleri bulunan firmaların kümelenme girişimlerinin desteklenmesi, sektör paydaşlarının bilinçlendirilerek fırsatlardan haberdar edilmesi gerekmektedir. Pazarlama ve tanıtıma yönelik devlet desteklerinden yararlanma oranının artırılması, firmaların satış ve pazarlama ağının geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir. Bölgedeki firmaların dünya mobilya sektörü ile entegrasyonu için dünyadaki tasarım trendlerini takip edebilecek ve bölgede sektöre yön verecek bir merkezin kurulması önemlidir.

Mobilya sektöründe zanaatın öğrenilip kabullenileceği yaşlar zorunlu eğitimin sürdürüldüğü yıllar olduğu için günümüzde yetişmiş eleman bulunamamaktadır. Sektöre kalifiye iş gücü sağlayan ve mobilya eğitimi veren mevcut okullar sektörün beklentileri doğrultusunda nitelik ve nicelik yönünden yeterli olmamaktadırlar. İvedilikle yapılması gereken mobilya eğitimi veren okulların teknolojilerinin yenilenmesi, aktif üniversite-sanayi işbirliğinin sağlanması, öğretim kadrolarının ve öğrenci kalitesinin artırılması, programların uygulamaya ve güncel teknolojiye uygun olarak güncellenmesi gerekmektedir. Bunun yanında firmaların çalışma şartlarını ve çalışanlara yönelik özlük haklarını geliştirmesi aksi takdirde nitelikli personel yetişse bile halihazırdaki şartlar altında mobilya sektörünü tercih etmeyeceğini göz önünde bulundurması gerekmektedir.

Bölgedeki firmalar tasarım faaliyetlerini kendileri yürütmektedir. Ülkemizde fikri mülkiyet hakları alanındaki eksikler göz önünde bulundurulduğunda profesyonel tasarımın firmalar için birinci planda ihtiyaç olmadığı düşünülmektedir. Bununla birlikte geleceğe yönelik adımların acilen atılması önerilmektedir. Mobilya tasarımı ile ilgili eğitim bölümlerinin

açılması ve teknolojik imkanlarla desteklenmesi gerekmektedir.





6. KAYNAKÇA



6. Kaynakça

- Akdeniz Gerçek . (tarih yok). 2014 tarihinde http://www.akdenizgercek.com/haber_detay.asp?haberID=4719 adresinden alındı
- AKİB verileri. (2014).
- CSIL. (2011). World Furniture Outlook 2011/2012. CSIL.
- İstanbul İhracatçı Birlikleri verileri. (2014).
- Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri. (2011). Mobilya Sektör Raporu.
- T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (tarih yok). Mobilya Sektörü Raporu (2013/1).
- T.C. Ekonomi Bakanlığı. (2012). Mobilya Sektörü.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü. (tarih yok).
- TOBB. (2012). Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu.
- TOBB. (2012). Türkiye Orman Ürünleri Sektör Meclis Raporu.
- Torbalı Ticaret Odası. (tarih yok). Mobilya Sektör Analizi.
- TÜİK verileri. (2014).
- UNIDO. (2013). World Manufacturing Production, Statistics for Quarter IV, 2013.
- UNIDO. (tarih yok). International Yearbook of Industrial Statistics, 2013.



7. EKLER



7. Ekler

Anket Formu ve SPSS Analiz Tabloları

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ile Çukurova Kalkınma Ajansının (ÇKA) işbirliğinde gerçekleştirilmiş olan Mobilya Sektörü Araştırması Anket çalışmasında, bölgesel kalkınma planının hazırlanmasına, sektörel stratejilerin belirlenmesine, mali destek programları ile yıllık çalışma programlarına yön verilmesine kaynak teşkil etmesi amacıyla beş bölümden oluşan bir soru formu kullanılmıştır. İşletme ya da yerel birimin temel niteliklerine dair bilgilerin alındığı birinci bölüm, mevcut istihdam ile ilgili sorulardan oluşan ikinci bölüm, ticaret ile ilgili sorulardan oluşan üçüncü bölüm, Ar-Ge, markalaşma ve kümelenme ile ilgili sorulardan oluşan dördüncü bölüm ve 2012 yılındaki mevcut durum ile gelecekte beklenenleri sorgulayan beşinci bölüm ile toplam 39 sorudan oluşmaktadır.





2012 MOBİLYA SEKTÖRÜ ARAŞTIRMASI

BU ANKET, ÜST DÜZEY YÖNETİCİLER TARAFINDAN GİRİŞİMİN
İLGİLİ İŞYERİNDEKİ FAALİYETLERİ ESAS ALINARAK
CEVAPLANDIRILACAKTIR.



T.C.
TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU
BAŞKANLIĞI

ÇUKUROVA KALKINMA AJANSI

Sayın Yetkili,

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ile Çukurova Kalkınma Ajansının (ÇKA) işbirliğinde gerçekleştirilecek olan Mobilya Sektörü Araştırması Anket çalışmasıyla elde edilecek olan istatistikler, bölgesel kalkınma planının hazırlanmasına, sektörel stratejilerin belirlenmesine, mali destek programları ile yıllık çalışma programlarına yön verilmesine kaynak teşkil etmesi amacıyla kullanılacaktır.

Gizlilik

Girişimlere bağlı işyerlerinden alınan bu bilgiler, yalnızca istatistiksel çalışmalarda kullanılmak amacıyla toplanmakta olup, İstatistik biriminin kendisine ait gizli verilerin açıklanmasına yazılı onay vermediği durumda, gizliliği 5429 sayılı Türkiye İstatistik Kanunu ile teminat altına alınmıştır. Kanun uyarınca sizden alınan bu bilgilerden gizli olanları idari, adli ve askeri hiçbir organ, makam, merci veya kişiye verilmaz, istatistik amacı dışında kullanılamaz.

Kapsam

Bu anket Adana ve Mersin illerinde mobilya imalatı faaliyetinde bulunan işyerlerini kapsamaktadır.

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda ankete katılarak verdiğiniz bilgiler ve çalışmaya yapmış olduğunuz katkılardan dolayı teşekkür eder, başarılar dileriz.

BÖLÜM I : İŞYERİNİN TANITIM BİLGİLERİ

1. Yasal Unvan												
2. Tabela Unvan												
3. İşyerinin Adresi ve Telefon Numaraları	il	Mahalle	Telefon							
	ilçe	Cadde/Sokak	- 0 (.....)							
	Bucak	Dağkapı No	Fax							
	Köy	İçkapı No:	- 0 (.....)							
	Semt	Posta Kodu	Cep Telefonu							
	E-posta Adresi				- 0 (.....)						
4. İşyerinin 2012 yılındaki ana faaliyeti* nedir? (Ahşap iskelet imalatı, mobilya döşemeciliği, yatak odası imalatı, vb. şekilde açıklarak yazınız.)					NACE REV.2(4'lü)							
					Bu kısım TÜİK tarafından doldurulacaktır.							
5. Üretim faaliyetinizde hangi aşamalar sizin tarafınızdan gerçekleştirilmektedir? (Birden fazla işaretlenebilir.)	1	Iskelet imalatı	2	Döşeme	3	Boya	4	Oyma	5	Aksesuar		
	6	Dekorasyon	7	Diğer (belirtiniz)								
6. İşyerinin bağlı bulunduğu girişimin 2012 Yılı Sonu itibarıyla Hukuki Durumu Nedir?	1	Ferdi Mülkiyet	2	Adi Ortaklık	3	Kollektif Şirket	4	Komandit Şirket	5	Limited Şirket		
	6	Anonim Şirket	7	Kooperatif	8	Diğer (belirtiniz)						
7. İşyerinin Kuruluş Yılı					8. İşyeri Kaç Yıldır Bu Adreste Bulunuyor?					9. Satış Ofisiniz Var mı?	1	Evet
											2	Hayır

ANKETÖRÜN

Adı ve Soyadı :
Tarih : / /
İmza :

KONTROLÖRÜN

Adı ve Soyadı :
Tarih : / /
İmza :

BİLGİ İÇİN BAŞVURULABİLECEK BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ TELEFON VE FAKS NUMARALARI

BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ	ADRES	TELEFON	FAKS
TÜİK ADANA BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ	REŞATBEY MAH. 62017 SOK. NO:4 SEYHAN / ADANA	0322 457 65 56	0322 459 85 76

(* Ana faaliyet: Girişimin faaliyet konusu birden fazla ise ana faaliyet gayrisıfı hasılatın en çok yarattığı faaliyettir. Gayrisıfı satış hasılatı esasına göre ayır yapılmıyorsa, sırasıyla istihdam, ücretler ve sermaye dolaşımı gibi diğer kriterlerle faaliyet belirlenebilir. Girişimin faaliyet konusu tek ise "ana faaliyet" yürütülen faaliyettir.

KAYIT NO



BÖLÜM II : İSTİHDAM

	Ücretli Çalışanlar (Kişi)	İş Sahibi ve Ortaklar (Kişi)	Toplam
10- Çalışan Yılı(2012 yılı) Ortalama Kadın ve Erkek Sayıları	1 Erkek		
	2 Kadın		
11- Eleman Ararken Aradığınız Özellikler Nelerdir	1 Yaş	Hangi Yaş Grupları → 15-24 25-34 35+	
	2 Eğitim	Belirtiniz → İlköğretim Meslek Lisesi Yüksekokul Üniversite	
	3 Tecrübe		
12- Mevcut çalışanlarınız aradığınız özellikleri hangi ölçüde karşılamaktadır?	1 Çok Düşük	4 Yüksek	
	2 Düşük	5 Çok Yüksek	
	3 Orta		
13- Sektörde Yetişmiş Eleman Sıkıntısı Var mı?	1 Evet	Hangi Alanlarda Eleman İhtiyacınız Var? Önem Sırasına Göre Belirtiniz... 1- 2- 3- 4- Diğer-	
	2 Hayır	Bölüm III' e geçiniz	
14- Sizce Neden Sıkıntı Yaşanıyor ve Çözüm Önerilerinizi Belirtir misiniz			

BÖLÜM III : TİCARET

15- Ürün Teşhir Yeriniz Var mı	1 Evet	Hangi İfade Belirtiniz			
	2 Hayır				
16- Ham Maddeyi Temin Ettiğiniz Yerin Oransal Dağılımı Nedir?	1 Yurtiçi %	Çoğunlukla Hangi İlden Belirtiniz			
	2 Yurtdışı %	Çoğunlukla Hangi Ülkeden Belirtiniz			
17- Satışlarda İç Pazar Sıkıntısı Yaşıyor musunuz?	1 Evet	Sizce Bu Durum Nasıl Çözülür			
	2 Hayır				
18- Yurtiçi Satışlarınız var mı?	1 Evet	Hangi İllere	Toplam Satışınız İçindeki Oranları %		
	2 Hayır	1- 2- 3-			
19- İhracatınız var mı?	1 Evet	Hangi Ülkelere	Toplam Satışınız İçindeki Oranları %		
	2 Hayır	1- 2- 3-			
20- İthalatınız var mı?	1 Evet	Hangi Ülkelerden	İthal Ettiğiniz Ürünü ya da hammaddeyi Ülke İçinde Temin Etme İmkânı Var mıydı ?		
	2 Hayır	1- 2- 3-	1 Evet 2 Hayır		
21- Dış Pazarda Yer Almak veya Dış Pazarda Payınızı Artırmanız İçin Size Gerekli Olan Nedir?	1 Sermaye	2 Danışmanlık	3 Mimari Tasarım	4 Nitelikli Personel	5 Cesaret
	6 Diğer-Açıklayınız				
22- *2012 Yılındaki Toplam Cironuz Nedir? (₺)	₺				

* Bilançosu çıkmamış ise yaklaşık değer alınabilir. Ciro referans döneminde girişim tarafından fatura edilmiş toplamları kapsar.

BÖLÜM IV : ARGE-MARKA-KÜME

23- Tasarımlarınızı Nasıl Yapıyorsunuz ?	1 Kendimiz Yapıyoruz	2 Başkasına Yapıyorsunuz	3 Tasarım Yapılmıyor		
24- İşyerinin 2012 Yılında Araştırma-Geliştirme İle İlgili Gideri Oldu mu?	1 Evet	2 Hayır	Ar-Ge Harcamanızın Toplam Cironuz İçindeki Oranı (%) Ar-Ge İçin Mevcut Personel Sayısı		
25- Mobilyacılık Sektöründe Markalaşmanın Önemini Derecelendirir misiniz?	1 Çok Önemli	2 Önemli	3 Normal	4 Önemli	5 Çok Önemli
26- Sektörünüzün Bu İfade "Kümelenmesini İster misiniz?"	1 Evet	2 Hayır	Neden İstemiyorsunuz?		
* Kümelenme : İşyerlerinin belirli bir bölgede toplanması anlamındadır.					
27- İşyerinizin tesislerinin, mobilyacılık sektöründe faaliyet gösteren diğer tesisler ile bir arada bulunmasını istermisiniz?	1 Evet	2 Hayır			
28- İşyerinizin tesislerinin içerisinde bulunduğu sitenin imkanlarını yeterli buluyor musunuz?	1 Evet	2 Hayır	Yetersiz bulduğunuz konular nelerdir?		

BÖLÜM V : EĞİLİM

29 - 2012 yılındaki cironuz (satışlarınız) bir önceki yıla göre	1 Arttı	2 Aynı kaldı	3 Azaldı																		
30 - 2013 yılındaki cironuz (satışlarınız) 2012 yılına göre	1 Artacak	2 Aynı kalacak	3 Azalacak																		
31 - 2013 yılında tedarikçilere vereceğiniz sipariş miktarı	1 Artacak	2 Aynı kalacak	3 Azalacak																		
32 - 2013 yılında ortalama çalışan sayınız	1 Artacak	2 Aynı kalacak	3 Azalacak																		
33 - 2013 yılında ortalama satış fiyatlarınız	1 Artacak	2 Aynı kalacak	3 Azalacak																		
34 Hizmetlerinize olan talep artmış(artacak) olsa, şu andaki mevcut kaynaklarınızda bir değişiklik yapmadan faaliyetlerinizi artırmamız mümkün olur mu ?	1 Evet	2 Hayır																			
Cevap evet ise, faaliyetlerinizi hangi oranda % artırmanız mümkün olur ?																					
35- Şu anda faaliyetlerinizi kısıtlayan faktörler (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)	1 Kısıtlayan faktör yoktur 2 Talep yetersizliği 3 Çalışanlarla ilgili sorunlar 4 Malzeme ve ekipman eksikliği 5 Finansman sorunları 6 Diğer faktörler Belirtiniz.....																				
36- Önceki dönemlerle karşılaştığınızda son 12 aydaki sabit sermaye yatırımınız ne yönde gerçekleşti?	1 Arttı	2 Aynı Kaldı	3 Azaldı																		
37- Gelecek yılda yatırımlarınız nasıl değişecek	1 Artacak	2 Aynı kalacak	3 Azalacak																		
38- Yeterli imkanlara sahip olduğunuzdu düşündüğünüzde yapmayı düşüneceğiniz makine sermaye yatırımları nelerdir?	<table border="1"><thead><tr><th>Makinenin Adı</th><th>Makinenin İşlevi</th><th>Makinenin Yatırım Değeri</th></tr></thead><tbody><tr><td>1-</td><td></td><td></td></tr><tr><td>2-</td><td></td><td></td></tr><tr><td>3-</td><td></td><td></td></tr><tr><td>4-</td><td></td><td></td></tr><tr><td>5-</td><td></td><td></td></tr></tbody></table>			Makinenin Adı	Makinenin İşlevi	Makinenin Yatırım Değeri	1-			2-			3-			4-			5-		
Makinenin Adı	Makinenin İşlevi	Makinenin Yatırım Değeri																			
1-																					
2-																					
3-																					
4-																					
5-																					

Soru 39- 5429 sayılı Türkiye İstatistik Kanunu'nun 13. Maddesinde "Resmî İstatistiklerin üretilmesi için toplanan, işlenen ve saklanan verilerden gizli olanları, idari, adli ve askeri hiçbir organ makam, merci veya kişiye verilemez." ve "İstatistikî birimin, kendisine ait gizli verilerin açıklanmasına yazılı onay vermesi halinde, veri gizliliği ortadan kalkar." hükümleri bulunmaktadır

Bu hususta, anket içerisinde yer alan verilerin Çukurova Kalkınma Ajansı (ÇKA) ile paylaşılmasını;

1 Kabul Ediyorum 2 Kabul Etmiyorum

SORU KAĞIDINI DOLDURAN KİŞİNİN

Adı ve Soyadı :
Telefon No : /
Faks No : /

Görevi :
e-posta adresi :
İmza :





Çukurova Kalkınma Ajansı

Adana Ofisi

Çınarlı Mah. Atatürk Caddesi No:1 Sabancı İş Merkezi Kat: 6-7 Seyhan / ADANA
E-Posta: info@cka.org.tr Telefon: +90 (322) 363 00 39 - 40 Faks: +90 (322) 363 00 41

Mersin Yatırım Destek Ofisi

Üç Ocak Mah. Turgut Özal Bulvarı Mersin Ticaret Borsası Kompleksi
(Liman D Kapısı Yanı) Kat:2 3/21 Akdeniz / MERSİN
E-Posta: info@cka.org.tr Telefon: +90 (324) 237 80 86 Faks: +90 (324) 237 86 26