



T.C.

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

İKTİSAT ANABİLİM DALI

**TÜRKİYE'DE MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ VE COVID-19
SONRASI DURUMU**

Yüksek Lisans Tezi

GÜL GÜLVEREN ÇAMUR

Danışman

Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK

Nevşehir

Nisan, 2022



T.C.

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

İKTİSAT ANABİLİM DALI

**TÜRKİYE'DE MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ VE COVID-19
SONRASI DURUMU**

Yüksek Lisans Tezi

GÜL GÜLVEREN ÇAMUR

Danışman

Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK

Nevşehir

Nisan, 2022

ÖNSÖZ

Tez çalışmamın planlanmasından sonuçlanmasına kadar geçen süreçte engin bilgi ve tecrübeleriyle bana ışık tutan, yol gösteren danışman hocam Sayın Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK' e, bu zorlu süreçte benden maddi manevi hiçbir desteğini esirgemeyen her koşulda yanımda olan saygıdeğer babam Niyazi GÜLVEREN'e, canım annem Hatice GÜLVEREN'e, kıymetli kardeşlerime ve sevgili eşim Hayrullah ÇAMUR'a tüm içtenliğimle teşekkür ederim.

Gül GÜLVEREN ÇAMUR



TÜRKİYE'DE MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ VE COVID-19 SONRASI DURUMU

Gül GÜLVEREN ÇAMUR
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü İktisat, Yüksek Lisans, Nisan 2022
Danışman: Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK

ÖZET

Dünyada yaşanan teknolojik gelişmeler sebebiyle yaşanan gelişmeler insanların tüketim davranışlarını da etkilemiştir. İnsanlar kendilerine en uygun, en konforlu ürünü tercih etmek istemektedir. Hayatının vazgeçilmez parçası olan mobilyalarda bu gelişmelerden etkilenmiş ve günün şartlarına uygun olacak şekilde tasarlanmaya, tüketicilere sunulmaya başlanmıştır. Tüm bu sebeplerden dolayı mobilya sektörünün dünya ekonomisindeki payı artmaya başlamıştır.

Mobilya sektörü Türkiye'nin önde gelen sektörlerinden birisidir. Türkiye'de mobilya sektörü ve Covid-19 sonrası sektörün durum analizi TÜİK Ve Trademap verilerinden yararlanılarak daha çok ithalat, ihracat, dış ticaret dengesi verileri ile ortaya konulmuştur.

Türkiye'de mobilyacılık sektörü ve Covid-19 sonrası durumu isimli yüksek lisans tez çalışmasında, mobilya sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki rolünün belirlenmesi ve Covid-19 sonrası sektörün durumunun incelenmesi amaçlanmıştır. İncelenen verilerle, mobilya sektörünün Türkiye ekonomisine salgın öncesi ve salgın sonrasında büyüme, istihdam ve ticaret hacmi bakımından önemli katkılar sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Mobilya Sektörü, Covid-19

THE FURNITURE SECTOR IN TURKEY AND THE STATUS AFTER COVID-19

Gül GÜLVEREN ÇAMUR

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of
Social Sciences Economy, M.A., April 2022
Supervisor: Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK**

ABSTRACT

The developments experienced due to technological developments in the world have also affected the consumption behaviors of people. People want to choose the most suitable and comfortable product for them. Furniture, which is an indispensable part of his life, was affected by these developments and started to be designed and presented to consumers in accordance with the conditions of the day. Due to all these reasons, the share of the furniture industry in the world economy has started to increase.

Furniture industry is one of the leading industries in Turkey. By using TUIK and Trademap data, mainly import, export and foreign trade balance data, the situation analysis of the furniture sector and the post-Covid-19 sector in Turkey was revealed.

In the master's thesis study named the furniture sector in Turkey and its situation after Covid-19, it is aimed to determine the role of the furniture sector on the Turkish economy and to examine the situation of the sector after Covid-19. With the analyzed data, it was concluded that the furniture industry made significant contributions to the Turkish economy in terms of growth, employment and trade volume before and after the epidemic.

Keywords: Foreign Trade, Furniture Industry, Covid-19

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	ii
TEZ YAZIM KLAVUZUNA UYGUNLUK	iii
KABUL VE ONAY SAYFASI	iv
ÖNSÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
GRAFİKLER LİSTESİ	xv
KISALTMALAR LİSTESİ	xvi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM **MOBİLYA SEKTÖRÜ**

1.1. Mobilyanın Tanımı	12
1.2. Mobilyanın Tarihsel Gelişimi	13
1.3. Mobilyaların Sınıflandırılması	15
1.4. Mobilyaların Kodlanması	16
1.5. Mobilya Sektörü.....	17

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE MOBİLYACILIK SEKTÖRÜNDE DİŞ TİCARET

2.1. Dünyada Mobilya Sektörü ve Sektörün Gelişimi	22
2.2. Dünya Mobilyacılık Sektörü İthalatı.....	25
2.2.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya İthalatı	28

2.2.2. GTİP No. 9402”Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya İthalatı	30
2.2.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya İthalatı.....	32
2.2.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Dünya İthalatı.....	34
2.3. Dünya Mobilyacılık Sektörü İhracatı.....	36
2.3.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya İhracatı	38
2.3.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya İhracatı.....	42
2.3.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Dünya İhracatı.....	44
2.4. Dünya Mobilyacılık Sektörü Dış Ticaret Dengesi.....	46
2.4.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya Dış Ticaret Dengesi.....	47
2.4.2. GTİP No. 9402”Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi	48
2.4.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi	49
2.4.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi	50
2.5. Türkiye Mobilyacılık Sektörü İthalatı.....	51
2.5.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İthalatı	54
2.5.2. GTİP No. 9402”Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İthalatı	56
2.5.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İthalatı.....	58
2.5.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Türkiye İthalatı.....	60

2.6. Türkiye Mobilyacılık Sektörü İhracatı.....	62
2.6.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İhracatı	65
2.6.2. GTİP No. 9402”Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İhracatı.....	67
2.6.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İhracatı.....	69
2.6.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Türkiye İhracatı.....	71
2.7. Türkiye’nin Mobilyacılık Sektörü Dış Ticaret Dengesi.....	73
2.7.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye Dış Ticaret Dengesi.....	74
2.7.2. GTİP No. 9402”Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi	75
2.7.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi	77
2.7.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi	78

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MOBİLYACILIK SEKTÖRÜNÜN COVID-19 SONRASI DURUMU

3.1. Covid-19 Salgını ve Tarihsel Açıdan Pandemi Süreçleri	80
3.2. Covid-19 Salgınının Sektörel Ekonomik Etkileri	85
3.3. Temel Göstergeler.....	88
3.4. Türkiye Mobilya Sektörünün Sorunları	97
3.4.1. Malzeme Sorunları	98
3.4.2. Satış ve Pazarlamaya İlişkin Sorunlar.....	99
3.4.3. Lojistik Sorunları	99
3.4.4. Kayıt Dışılık Sorunu	100

3.4.5. Sermaye Sorunları.....	100
3.5. Mobilya Sektörünün Türkiye İçin Önemi.....	101
3.6. Covid-19 Sonrası Türkiye Mobilya Sektörü Dış Ticareti.....	102
3.6.1. Covid-19 Sonrası Türkiye Mobilya Sektörü İhracatı.....	102
3.6.2. Covid-19 Sonrası Türkiye Mobilya Sektörü İthalatı.....	105
SONUÇ.....	109
KAYNAKÇA.....	113



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1.	Teknoloji Düzeyleri ve Sanayiler	20
Tablo 2.1.	Mobilyacılık Sektöründe Dünya İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	25
Tablo 2.2.	Dünya Mobilyacılık Sektörü İthalatının Genel Dünya İthalatı İçindeki Payı (1000 Dolar)	27
Tablo 2.3.	GTİP No. 9401. Dünya İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	28
Tablo 2.4.	GTİP No. 9402. Dünya İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	30
Tablo 2.5.	GTİP No. 9403. Dünya İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	32
Tablo 2.6.	GTİP No. 9404. Dünya İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	34
Tablo 2.7.	Mobilyacılık Sektöründe Dünya İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	36
Tablo 2.8.	Dünya Mobilyacılık Sektörü İhracatının Genel Dünya İhracatı İçindeki Payı (1000 Dolar)	37
Tablo 2.9.	GTİP No. 9401. Dünya İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	38
Tablo 2.10.	GTİP No. 9402. Dünya İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	40
Tablo 2.11.	GTİP No. 9403. Dünya İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	42
Tablo 2.12.	GTİP No. 9404. Dünya İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	44
Tablo 2.13.	Mobilyacılık Sektörü Dünya Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)	46
Tablo 2.14.	GTİP No. 9401. Dünya Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)	47
Tablo 2.15.	GTİP No. 9402. Dünya Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)	48

Tablo 2.16.	GTİP No. 9403. Dünya Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar).....	49
Tablo 2.17.	GTİP No. 9404. Dünya Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar).....	50
Tablo 2.18.	Mobilyacılık Sektöründe Türkiye İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	51
Tablo 2.19.	Türkiye Mobilyacılık Sektörü İthalatının Genel Türkiye İthalatı İçindeki Payı (1000 Dolar).....	53
Tablo 2.20.	GTİP No. 9401. Türkiye İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	54
Tablo 2.21.	GTİP No. 9402. Türkiye İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	56
Tablo 2.22.	GTİP No. 9403. Türkiye İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	58
Tablo 2.23.	GTİP No. 9404. Türkiye İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	60
Tablo 2.24.	Mobilyacılık Sektöründe Türkiye İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	62
Tablo 2.25.	Türkiye Mobilyacılık Sektörü ihracatının Dünya Mobilyacılık Sektörü İhracatı İçindeki Payı (1000 Dolar).....	63
Tablo 2.26.	Türkiye Mobilyacılık Sektörü ihracatının Genel Türkiye İhracatı İçindeki Payı (1000 Dolar).....	64
Tablo 2.27.	GTİP No. 9401. Türkiye İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	65
Tablo 2.28.	GTİP No. 9402. Türkiye İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	67
Tablo 2.29.	GTİP No. 9403. Türkiye İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	69
Tablo 2.30.	GTİP No. 9404. Türkiye İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)	71
Tablo 2.31.	Türkiye'nin Mobilyacılık Sektörü Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar).....	73

Tablo 2.32.	GTİP No. 9401. Türkiye Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar).....	74
Tablo 2.33.	GTİP No. 9402. Türkiye Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar).....	75
Tablo 2.34.	GTİP No. 9403. Türkiye Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar).....	77
Tablo 2.35.	GTİP No. 9404. Türkiye Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar).....	78
Tablo 3.1.	Türkiye Mobilya Sektörü Girişimci Ve Çalışan Sayısı (2020)	88
Tablo 3.2.	Mobilya Sektöründe Faaliyet Gösteren Firma Girişim Sayısı	88
Tablo 3.3.	Mobilya Sektöründe Çalışan Sayısı.....	89
Tablo 3.4.	Mobilya Sektörü ve İmalat Sanayinde Üretim Değeri -TL (2020)	89
Tablo 3.5.	Mobilya Sektöründe Üretim Değeri-TL (2010-2020).....	90
Tablo 3.6.	Mobilya Sektörü ve İmalat Sanayi Cirosu –TL (2020).....	91
Tablo 3.7.	Mobilya Sektöründe Ciro	91
Tablo 3.8.	Mobilya Sektörü ve İmalat Sanayi Katma Değeri- TL (2010-2019) 92	
Tablo 3.9.	Ar-Ge Harcamaları-TL (2018-2020).....	93
Tablo 3.10.	Mobilya Sektöründe Personel Maliyeti.....	93
Tablo 3.11.	Mobilya Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Mal ve Hizmet Stok Değişimleri-TL	94
Tablo 3.12.	Mobilya Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Mal ve Hizmetlerin Satın Alış Değerleri-TL (2010-2020).....	95
Tablo 3.13.	Mobilya Sektörü Aylık Sanayi Üretim Endeksi 2017-2021.....	96
Tablo 3.14.	Mobilya Üretiminde Ortalama Kapasite Kullanım Oranları	96
Tablo 3.15.	Mobilya Sektörü Sorunları	97
Tablo 3.16.	Mobilya Sektörüne Uygulanan Destek ve Teşvikler.....	101
Tablo 3.17.	Ülkeler Bazında Türkiye'nin Mobilya İhracatı (1000 Dolar)	102
Tablo 3.18.	Ürünler Bazında Türkiye'nin Mobilya İhracatı (1000 Dolar).....	104
Tablo 3.19.	Ülkeler Bazında Türkiye'nin Mobilya İthalatı (1000 Dolar).....	106
Tablo 3.20.	Ürünler Bazında Türkiye'nin Mobilya İthalatı (1000 Dolar).....	107

GRAFİKLER LİSTESİ

- Grafik 3.1. Mobilya Sektörü Katma Değeri (2010-2019)..... 92
- Grafik 3.2. Mobilya Sektörü Yıllık Ortalama Sanayi Üretim Endeksi..... 95



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	: Araştırma Geliştirme
D.İ.İ.P	: Dünya İthalatı İçindeki Payı
D.İ.İ.P	: Dünya İhracatı İçindeki Payı
DIN	: Alman Standartları
DSÖ	: Dünya Sağlık Örgütü
EVH	: Ebola
GTİP	: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla
HIV	: İnsan Bağışıklık Yetmezliği Virüsü
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
MERS	: Orta Doğu Solunum Sendromu
NACE	: Altılı Faaliyet
OECD	: İktisadi İş Birliği ve Kalkınma Teşkilatı
SARS	: Şiddetli Akut Solunum Sendromu
T.İ.İ.P	:Türkiye İhracatı İçindeki Payı
T.İ.İ.P	:Türkiye İthalat İçindeki Payı
TCMB	:Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TDK	: Türk Dil Kurumu
TOBB	:Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TRADEMAP : Trade Statistics For International Business Development

TS : Türk Standartları

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

Vb : Ve Benzeri

Vd : Ve Diğerleri



GİRİŞ

Mobilya insanların yatma, oturma, dinlenme, çalışma, depolama, yeme, sergileme gibi rutin hayatlarına yönelik kültürel ve sosyal ihtiyaçlarını konforlu ve güvenilir biçimde karşılayabilmek amacı ile çoğunlukla ağaç malzemedен yapılan estetik, işlevsel görünüme sahip olan kullanım eşyalarının tamamına verilen isimdir.

Mobilyalar, insanlık tarihi boyunca hayat şartlarının değişmesine paralel olarak değişip gelişerek insanların hayatlarının vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Kişilerin ihtiyaçlarını gidermeye ilişkin eşyalar olması nedeni ile mobilyalar fonksiyonel ürün olarak nitelendirilmektedir. Mobilyalar dış ve iç mekanlarda lif levha, MDF, sunta, yonga levha gibi birden çok yapım unsurunun birbirleri ile birlikte kullanılarak üretilmektedir.

İnsanlık için önemli bir kavram olması nedeni ile, mobilyalar ticaretin her zaman temel unsurlarından biri olmuştur. Dünyada yaşanan teknolojik, sosyal gelişmeler mobilya sektörünün de gelişmesine de neden olmuştur. Mobilya sektörü pek çok sektör ile yakın ilişki içinde olup sektörün oluşturmuş olduğu istihdam, dış ticaret, katma değer, ticari büyüme gibi unsurlar sektörün önemini arttırmaktadır.

Günümüzde dünya mobilya sektörünün yaklaşık üretimi 437 milyar dolar seviyesindedir. Tüm dünyada olduğu gibi mobilya sektörü Türkiye içinde önemlidir. Türkiye’de mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin büyük kısmı KOBİ ölçeğindedir. Farklı bir anlatım ile geleneksel metotlar ile üretim ağırlıktadır. Ülkenin en eski sektörlerinden biri olan mobilya sektörü için son zamanlarda önemli adımlar atılmış ve dış piyasalarda yer alabilme çabası içine girilmiştir. Dünya standartlarına uygun tesisler kurulmuş ve diğer ülkelere ürün gönderebilir hale gelmiştir. Türkiye’de endüstriyel üretim 1970’li yıllarda başlamış olsa da günümüzde 44 milyar TL’lik üretim değerine sahiptir.

Ülkeler geçmişten bugüne kadar önemli düzeyde sağlık, ekonomi ve politika alanlarında bir takım kırılmalardan geçmişlerdir. Çin'in Wuhan kentinde 2019'un son zamanlarında ortaya çıkan 'Covid-19 salgını 21. yüzyılın en önemli sıkıntılarında biri olarak tarihsel süreçte küresel bir kriz olarak yerini almıştır' (Duran, 2020: 29).

Dünyadaki gelişmiş ve gelişmekte olan bütün ülkeler, hızla katlanarak artan yayılımı kontrol altına almak amacıyla bir dizi koruyucu önlemler almak zorunda kalmışlardır. İşyerlerinin kapatılmasından, seyahatlerin yasaklanmasına, sosyal izolasyondan sokağa çıkma yasağına kadar uzanan bu sıkı tedbirler ekonominin çoğu sektörünü durma noktasına ulaştırmış, hatta bazılarında durmaya sebep olmuştur. Başlıca eğitim, yurtiçi ve yurtdışı uçuşları, demiryolu hizmetleri, taşımacılık hizmetleri, ticaret ve hizmet kuruluşları, spor olmak üzere bütün sektörler Covid-19 pandemisinden negatif bir biçimde etkilenmektedir. İktisadi açıdan güçlü ülkelerin büyük kısmının ekonomisi, Covid-19 hastalarının ve ailelerinin rehabilitasyonu ve tedavisinin yanı sıra, zor durumdaki işletmelere sağlanan destekler için yapılan aşırı harcamalar sebebiyle artan işsizlik ve yüksek enflasyon tehdidi ile burun buruna gelmektedir. Dünyayı etkisi altına alan bu virüs sanayi, tarım, ticaret, finans ve bankacılık, ulaşım, havayolları, enerji piyasaları ve sağlık gibi birbirine bağlı çoğu sektörü negatif bir biçimde etkileyerek bir durgunluğa sebep olmaktadır (Duran ve Acar, 2020: 57).

Bilimsel araştırmalar, dünyadaki tüm bilim dallarının ana unsurudur. Yapılan tüm çalışmalar için nedensel olan ana unsurların bilinmesi önemlidir. Nedensel unsurlar, betimleme ve ilişki ile ilgili kavramların soru grupları olduğuna inanır. Bilimsel bir çalışmada bu sebeple nedensel problemler birbiri ile etki içinde olabilir. Tüm toplumsal araştırmaların kökenine bakıldığı zaman, mevcut problemlerden oluştuğu görülür. Sadece problemlerle araştırmayı devam ettirmek detaylı çalışmalarda yeterli gelmemektedir. Bu nedenle araştırma ile ilgili problemler belirli noktalardan bir araya getirilmiş olur. Ortaya konan konuyla alakalı problemlerin belirli bir amaç çerçevesinde ele alınmasını konunun rasyonel bir çözüme ulaştırılabilmesi ve çalışmanın ilerlemesi için bir teori ile ifade edilmesi önemlidir. Bilimsel çalışmalar bu sebeple daha özel bir yapı haline getirilmelidir. Bu nedenle 'Türkiye'de Mobilyacılık Sektörü ve Covid-19 Sonrası Durumu' adlı çalışmada bir literatür taraması yapılarak

çalışmanın gidişatı daha sağlıklı bir çerçeveye oturtulmuştur. Çünkü ele alınan konunun geçmişine hakim olmak kadar konunun teorik alt yapısı da geleceğine şekil vermek bakımından oldukça önemlidir. Bu nedenle çalışmanın konuyla alakalı detaylı bir literatür taraması ve teoriye öncelikle yer verilmiştir. Böylelikle konuyla alakalı farklı noktaların daha net anlaşılması, bilineni en iyi şekilde değerlendirme olanağı sunması ve daha mantıklı açıklamalarda bulunulması bakımından önemli olacaktır (Nakiboğlu, Öztürk ve Işık, 2021).

Literatürde Türkiye mobilyacılık sektörü ile ilgili yapılan çalışmaları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

Altay ve Gürpınar (2008), yapmış oldukları çalışmalarında Türk mobilya sektörünün 2001 ve 2006 yılları arasındaki ihracat ve ithalat değerleri kullanılarak; Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA), Görelî İthalat Avantaj Endeksi (RMA), Görelî ihracat Avantaj Endeksi (RXA), Görelî Ticaret Avantaj Endeksi vb. endeksler hesaplanmıştır. Çalışmada söz konusu endeksler yardımı ile Türk mobilya sektörünün uluslar arası rekabet gücü değerlendirilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak RCA değerlerinin 1'in üstüne çıktığı yani Türkiye'nin mobilya sektöründe uluslar arası alanda rekabette avantajlı olduğunu gösterirken, RXA değerlerinin sürekli artış trendinin de olması da RCA 'da olduğu gibi bir gelişme göstermiş ve zamanla dezavantaj ülke lehine işleyerek son iki yılda avantaj haline dönüştüğünü göstermektedir. Endeks değerlerindeki bu artışın anlamı Türk mobilya ihracatında göreceli olarak bir artışın yaşanmış olmasıdır.

Gürpınar ve Barca (2007), Türkiye'nin mobilya sektörünün uluslar arası piyasalarda rekabet gücü analiz edilmiştir. Sektör iki aşamalı olarak araştırılmıştır. İlk aşamada ulusal ve uluslar arası ithalat ve ihracat verilerinden yararlanılarak çeşitli endekslerle sektörün uluslar arası rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. İkinci aşamada ise belirlenen rekabet dayanakları Porter'in geliştirdiği elmas modeli ile analiz edilmiştir. Bu analizlerden yola çıkarak Türkiye'nin mobilya sektöründe hesaplanan endeks değerleri, 2001-2004 döneminde 1'in altında olduğu, 2005-2006 dönemi için ise 1'in üstünde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hesaplanan bu endeks değerleri Türkiye'de mobilya sektörünün uluslar arası pazarlarda rekabetçi üstünlüğe sahip bir konum kazandığını ifade etmektedir. Bu başarının arkasında yatan sebeplere Porter'in elmas modeli çerçevesinde bakılmış ve ulusal pazarda artan talebin giderek

daha karmaşık olması, nitelikli işgücü ve firmaların dışa açılma stratejileri olduğu kanısına varılmıştır.

İmren (2020), Türkiye mobilya sektörü dış ticaretinin farklı ekonometrik yöntemler ile modellenmesi ve projeksiyonu amaç edilmiştir. Mobilya dış ticaretinin ekonomi parametreleri ile arasındaki bağlantı incelenerek, Yapay Sinir Ağları (YSA) ve ekonometrik analiz yöntemleri ile tahminlerde bulunulmuştur. Araştırma sonunda ARIMA, regresyon ve YSA yöntemleriyle elde edilen mobilya dış ticaret tahmin değerleri için, en uygun tahmin performansının YSA yöntemiyle belirlendiği görülmüştür.

Dürül (2021), çalışmasında ahşap mobilya sektörünün en fazla ihracatı yapılan altı alt iş kolunun pazarlama stratejileri ve pazarlamaya yönelik karar alanları araştırılmış, bahsi geçen alt iş kollarının ihracat verilerine ulaşılarak Türkiye'nin dünya ahşap pazarlama sektörü ve ticaretindeki ahvalinin ortaya konması amaç edilmiştir. Bu doğrultuda, Türkiye'nin ahşap mobilya ihracatının 2015-2019 yılları arasındaki durumunu ortaya koymak ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın verileri, dünya çapında ithalatçı ülkelerin verilerini ve Türkiye'nin ihracat verilerini içermektedir. Bu veriler kolerasyon analizi ile analiz edilerek Türkiye'nin bu alt iş kollarında ki ihracat potansiyeli ortaya çıkarılmıştır. Analizler sonucunda mevcut ihracatın arttırılabileceği kanısına varılmıştır.

Çalışkan (2008), uluslar arası ticaret verileri kullanılarak Türkiye ve dünya mobilya ticaretindeki 2001-2010-2016 yılları arasındaki değişim incelenmiştir. Çalışmada International Trade Center, Trademap web sitesindeki verilerden yararlanılmıştır. Sonuç olarak rekabetin yoğun yaşandığı mobilya sektörünün Türkiye ekonomisine ticaret hacmi ve istihdam açısından önemli katkılar verdiği işlenen verilerle görülmüştür.

Okan (2007), 1980-2005 dönemleri arasında Hazine Müsteşarlığı Teşvik Uygulama Genel Müdürlüğü tarafından 'Orman Ürünleri' konusunda düzenlenen yatırım teşvik belgeleri kapsamında 'Mobilya ve Lambri', 'Mobilya Üretimi' ve 'Büro Mobilyası İmalatı' alt sektörleri incelenmiştir. Bu alt sektörler için düzenlenen yatırım teşvikleri istihdam, sabit yatırım, döviz kullanımı ve bölgeler itibariyle dağılımı bakımından incelenmeye alınmıştır. Orman Ürünleri Endüstrisinde yatırım teşviklerinden en çok

Karadeniz Bölgesi faydalanmaktayken, İç Anadolu Bölgesi Mobilya Endüstrisinde ilk sırada yerini alırken ülke ekonomisinde yaşanan ekonomik krizlerin yatırım teşviklerinin kullanımını olumsuz etkilediği sonucuna varılmıştır.

Karadağ (2020), mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin döviz kuru risklerinden korunma yöntemleri ve döviz kuru riski yönetimi konusu üzerinde çalışılmıştır. Türkiye’de mobilya sektöründe dış ticaretle uğraşan 83 işletmenin anket formundan ulaşılan bilgilerle araştırmanın hipotezleri ispatlanmaya çalışılmıştır. SPSS programı ile çalışmanın verileri analiz edilmiş ve sonuç olarak mobilya sektöründe faaliyet gösteren ve dış ticaret gerçekleştiren işletmelerin döviz kuru riskinden korunma ve yönetmek için yeterince donanımlı olmadıkları saptanmıştır.

Damlayıcı (2020), Türkiye ekonomisinde ofis mobilyalarının yeri ve önemi 2014-2017 yılları arasında analiz edilmiştir. Sektörün analizi dış ticaret hacmi, dış ticaret rasyosu ve dış ticaret dengesi ortaya konulmaya çalışılmış ve çalışmada stratejik analiz yöntemlerinden SWOT ve PESTEL analizleri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda ofis mobilya sektörünün düzenli bir şekilde dış ticaret fazlası verdiği ortaya konmuştur.

Bashimov (2017), çalışmasında Türk mobilya endüstrisinin karşılaştırmalı üstünlüğünü belirlemeye çalışmıştır. 2000-2014 dönemi için Birleşmiş Milletler COMTRADE istatistiki verilerinden yararlanılmıştır. Çalışmada Ticaret Dengesi Endeksi ve Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi kullanılmıştır. Türkiye’nin mobilya sektöründe karşılaştırmalı avantaja sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

İmren ve Kaygın (2021), yapmış oldukları çalışmalarında 2028 yılına kadar Türk mobilya sektörü dış ticaretinin tahmini amaçlanmıştır. Bunun için zaman serileri yöntemi olan ARIMA yöntemi kullanılmıştır. Zaman serileri analizinde üç farklı ARIMA modeli uygun görülmüş ve karşılaştırmalara bağlı olarak sonuçlar elde edilmiştir. Bu tahminler incelendiğinde ithalat değerlerinde artış olduğu ihracat değerlerinin azalış eğiliminde olduğu sonucuna varılmıştır.

Türker vd. (2017), çalışmalarında Türk ekonomisini oluşturan 59 sektör arasında yer alan mobilya imalatı sektörünün; ithalat, ihracat, üretim, katma değer ve diğer sektörlerle olan ilişkilerini açığa çıkarmak, sektörün ülke ekonomisinde oluşturacağı

istihdam, gelir ve üretim etkilerini ortaya koymak ve böylelikle mobilya imalatı sanayinin ülke ekonomisindeki önemini belirlemek amaçlanmıştır. Amaca ulaşmak için girdi-çıkıtı çözümlenmesi yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma sonunda mobilya imalatı sektörünün, 59 sektörlü ülke ekonomisi üretimi içinde 23. sırada yer aldığı, ülke ekonomisini oluşturan sektörlerin ileri ve geri bağlantı oranı ortalamasına göre geri bağlantı oranlarının yüksek ileri bağlantı oranlarının ise düşük olduğu ve ihracat ve ithalatın ülke ekonomisi ihracat ve ithalat rakamları ortalamasının önemli ölçüde üzerinde olduğu gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Yazıcı ve Karayılmazlar (2001), çalışmalarında Türkiye mobilya endüstrisinin yapısını, ithalat, ihracat ve üretim kriterleri bakımından incelemişlerdir. Sektörün birçok sorunlarına rağmen son yıllarda önemli gelişme içerisinde olduğu ithalat-ihracat dengesinin pozitif yönde geliştiği sonucuna varılmıştır.

Güleç (2016), Türkiye mobilya sektörünün uluslar arası gücünü incelemiştir. Ölçüm yöntemi olarak Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yöntemi kullanılmış ve Türkiye'nin mobilya sektöründe sahip olduğu rekabet gücü 2005-2015 yılları için hesaplanma yapılmış ve değerlendirilmiştir. Araştırma sonunda Türkiye'nin mobilya sektöründe genel olarak rekabet gücünün yüksek olduğu kanısına varılmıştır.

Beller Dikmen (2021), Türkiye'de mobilya imalatı sektörünün performansının analiz edilerek değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın verileri 2009-2019 yıllarına ait Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Sektör Bilançolarından sağlanmıştır. Bu verilerin analizleri, oran analizi ve Topsis yöntemi aracılığı ile gerçekleştirilmiş ve sonuç olarak mobilya imalatı sektörünün varlıklarını finanse ederken yararlandığı kısa vadeli yükümlülüklerini yerine getirmek için yeterli hazır değerlere sahip olduğu, sektörün çalışmaya konu olan tüm yıllarda düşük de olsa kar elde ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Sektör performansının en düşük seviyede olduğu yıl 2016 yılı olurken en iyi olduğu yıl 2019 yılı olmuştur.

Sığırcı (2019), ihracat teşviklerinin Türk mobilya sektörü ihracatı içindeki etkilerini incelemiştir. Dört firma ile mülakat yapılarak teşviklerin etkileri hakkında bilgiler bir araya getirilmiştir. Mülakat sonucunda, teşvik kullanım ortalamasının yaklaşık %20 seviyelerinde kaldığı kanısına varılmıştır. Verilen cevaplardan yola çıkarak sektörde en fazla başvurulan teşvik modelinin fuar ve seyahat desteği olduğu görülmüştür.

Ayrıca destek prosedürlerinin uzun ve ayrıntılı olduğu, dolayısıyla uygulama sürecinde sorun yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır. İhracat teşviklerinin toplam ihracat içindeki payından hareketle teşviklerin düşük kaldığı görülmüştür.

Şahin (2016), çalışmasında 2000-2015 dönemleri esas alınarak Türkiye'nin mobilya sektörü dış ticaret yapısı analiz edilmiştir. İlk olarak mobilya sektörünün endüstri-içi ticaret yapısı analiz edildikten sonra daha sonra mobilya sektörünün rekabet gücü ikinci yöntem olarak kullanılmıştır. Bu çalışmada Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Grubel-Lloyd Endeksi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda mobilya sektörünün rekabet gücünün yıllar itibariyle artış gösterdiği görülürken mobilya sektöründe ticaretin endüstri-içi ticaret şeklinde gerçekleştiği görülmüştür. Ayrıca endüstri-içi ticaret düşük kaliteli dikey endüstri-içi ticaret şeklinde gerçekleşmiştir.

Demirci (2005), Türkiye mobilya sektörünün sorunları ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerilerini incelemiştir. Bu amaç doğrultusunda 45 soruyu kapsayan bir anket düzenleyerek Türkiye genelinde 536 küçük, 39 orta ve 33 büyük olmak üzere toplam 608 işletmede birebir görüşme gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak mobilya sektöründe en önemli sorunun kalifiyeli eleman yetersizliği olduğu saptanmıştır. Bunu sırasıyla teknoloji yetersizliği, enerji yetersizliği, hammadde yetersizliği ve özgün tasarım eksikliği takip etmiştir. Küçük ve orta boy işletmelere sağlanan desteklerin basitleştirilerek yaygınlaştırılmasının gerekliliği ve kalifiyeli eleman yetersizliği sorununun üniversiteler ve meslek odaları işbirliği ile çözülebileceğine vurgu yapılmıştır.

Çolak vd. (2018), çalışmalarında Türkiye mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin 2017'de gerçekleşen katma değer vergisi (KDV) indiriminden sonra mobilya sektörüne ekonomik anlamda ne gibi değişiklikler getirdiğini araştırmışlardır. Çalışma kapsamına 200 adet işletme baz alınarak mobilya işletmelerinde KDV indiriminin piyasayı nasıl etkilediğini işletme yöneticileriyle yüz yüze anket uygulamasıyla verilere ulaşılmışlardır. Elde edilen verileri istatistik paket programına aktardıktan sonra gerekli olan analizleri yapmışlar ve daha önceki çalışmalara da atıfta bulunarak yorumlamışlardır. Çalışma sonucunda, mobilya sektörüne yönelik yapılan vergi indiriminin yerinde olduğu ve devamlı olması gerektiği, ayrıca mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletme sayılarının her geçen

gün artması işletmeler arası rekabetinde buna bağlı bir şekilde artmış olduğunu bulmuşlardır.

Kurt (2019), Türkiye mobilya endüstrisinde E-ticaret'te oluşan gelişmeler ve sektörde bulunan işletmelere ilişkin değişimleri incelemiş, mobilya sektöründe E-ticaret ile ilgili doğrudan veya dolaylı olarak ilgili olan verileri değerlendirmiştir. Bu anlamda GFTZ analizi yaparak E-ticaret'e girmek isteyen işletmelere bazı önerilerde bulunmuştur. Araştırma sonunda E-ticaret'in sektörde olumlu bir etki yaptığı ve mobilya sektörünün içinde bulunduğu ev ve dekorasyon kategorisi pazar hacminde her yıl büyüme sağladığını bulmuştur.

Çelik (2012), mobilya sektöründe kronik sorunların kümelendiği merkezi değerleri bularak, bu değerler üzerinden çözüm stratejileri geliştirmiştir. Bilişsel Haritalama Yöntemi ile yapılan analiz sonucunda, Türkiye'de Mobilya Sektörü Gelişim Planını ana hatları ile önermiştir. Sonuç olarak, Türkiye mobilya sektörünün sorunlarının AR-GE, tasarım çalışmalarının azlığı, kalitesizlik sorunu, inovasyon faaliyetlerinin yetersizliği, kalifiyeli işgücü yetersizliği, uzmanlaşma sorununun varlığı olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Chen ve Yang (2021), çalışmalarında insanların ahşap mobilya tercihlerini analiz etmeyi ve politika önerisinde bulunmayı amaçlamışlardır. Bu amaçla pandeminin tüketicilerin ahşap mobilya tercihleri üzerindeki etkisini muhasebe perspektifinden incelemişlerdir. Araştırmalarını mobilya işletmelerinin muhasebe verilerini ele alarak ve ekonomide gelir ve tüketim ilişkisini kullanarak yapmışlardır. COVID-19 pandemisinin tüketicilerin ahşap mobilya tercihlerini azalttığını fakat düşüşün azaldığını tespit etmişlerdir.

Kurt, İmren ve Karayılmazlar (2021), Türkiye kağıt ürünleri, orman ürünleri ve mobilya sektöründe bulunan on beş işletmenin finansal performansını belirlemek amacıyla Entropi temelli PROMETHEE yöntemiyle bir değerlendirme sistemi oluşturulmuş, bu değerlendirmelere göre işletmelerin Borsa İstanbul (BIST) hisselerinin pandemi öncesi ve pandemi dönemi mevcut gelişmelere verdikleri tepki gösterilmek amaçlanmıştır. 2018-2019 yılları pandemi öncesi ve 2020 yılı pandemi dönemi finansal performans oranlarını kapsayan on bir kriter esas alınarak incelenmiştir. Hisselerin tercih sıralaması Ağırlıklandırılmış kriterlere göre

oluşturulmuştur. Bu sıralamada SUMAS (OM4) ve ALKA (K1) hissesinin pandemi öncesi ve pandemi döneminde en iyi performansı sergiledikleri gözlemlenmiştir. Araştırma sonunda orman endüstri sektöründe faaliyet gösteren firmaların pandemiden minimum etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Karataş (2021), araştırmasında Türkiye'nin 2019 ve 2020 yılı ilk üç çeyrek verilerinin Net Pay Kayması Analizi ile Türkiye ithalat ve ihracatlarının hangi ürün gruplarında ortalamaların üzerinde artış ve azalış gösterdiğini saptamak için incelemiştir. Analiz sonuçlarında enerji ve demir/çelikte ithalat ve ihracatta eş zamanlı düşüşler, gıda ve eczacılık ürünlerinde Türkiye'nin ihracatçı olarak ön plana çıktığı, plastik grubunda ithalatın azaldığı ihracatın ise arttığı, ambalaj sektöründe artış yaşandığı, otomotivde daralmanın yaşandığı, hazır giyim ve ayakkabı ürünleri ile ara girdilerinde yine daralmanın yaşandığı gözlemlenirken daralması beklenen mobilya ürün grubunda ihracatın arttığı görülmüştür ve bu durum tüketicilerin evde daha fazla vakit geçirmesi ile açıklanmıştır. Son olarak külçe altın ithalatında artış gösterdiği sonuçlarına ulaşmıştır.

Bekar (2020), çalışmasında covid-19 pandemisinin mobilya sektöründeki etkilerini incelemiştir. Pandemi sürecinin, ekonomide yer almaya çalışan mobilya sektörüne de negatif etkileri olduğunu düşünen araştırmacı, ürün konumlandırma, pazarlama stratejilerinin işletmelerin ihracat performansları ve gelirleri üzerindeki etkisini vurgulayarak; doğru uygulanan stratejilerin mobilya sektörüne ekonomik anlamda hayatta kalma bakımından olumlu etki sağlayacağı sonucuna ulaşmıştır.

Barcic vd. (2021), çalışmalarında Covid-19 pandemi öncesi ve sırasında ahşap mobilyalar için tüketici satın alma davranışlarını incelemiştir. Bu amaçla Hırvatistan'da, tüketici satın alma davranışlarının önümüzdeki yıl Covid-19 pandemisi sırasında değişeceği olasılığı ile ilki 2020 Nisan ve Mayıs ayında ikincisi 2021 Mart ayında olmak üzere iki anket düzenlemiştir. Araştırma sonunda pandemi öncesi ve sırasında demografik ve ekonomik faktörlerle ilgili olarak katılımcılar arasında tüketici satın alma davranışları ve ahşap mobilya tüketicilerine ilişkin farklılıklar bulmuşlardır.

Ratnasingam vd. (2021), araştırmalarını Malezya'daki mobilya üreticilerinin dijital pazarlama araçlarını ne ölçüde benimsediğini değerlendirmek amacıyla yapmışlardır.

Dijital pazarlama araçlarının etkinliği, çeşitli mobilya tedarikçilerine dağıtılan bir anket aracılığıyla alternatif bir mobilya pazarlama ortamı olarak değerlendirilmişlerdir. Anket sonuçlarından, COVID-19 pandemisinin başlamasının her büyüklükteki mobilya üreticisi arasında dijital pazarlamanın benimsenmesini hızlandırdığına ulaşılmıştır.

Genc ve Merdan (2021), Covid-19 pandemisinin park ve bahçe mobilyası tercihlerini nasıl etkilediği üzerinde araştırma yapmışlardır. Bu amaçla 30 sorudan oluşan bir anket oluşturularak farklı sosyo-ekonomik (Alt/Orta/Üst) alt yapılardan gelen 472 kişinin Covid-19 pandemisi döneminde iç ve dış mekan bahçe mobilyaları ve kullanım alışkanlıklarına ilişkin sosyo-demografik verileri Google anketleri kullanarak incelemişlerdir. Araştırma sonunda insanların kapalı ortamda uzun süre kalmaları nedeniyle doğaya ilgilerinin arttığına ve buna bağlı olarakta park ve bahçe mobilyalarını yenileme isteklerinin arttığını tespit etmişlerdir.

Çalışmanın konusu, insan yaşamında vazgeçilmez bir unsur haline gelen mobilyaların Türkiye ekonomisindeki yerinin ne olduğunu belirlemek ve sektörün son yıllarda ortaya çıkan Covid-19 salgını ile nasıl etkilendiğini incelemek için tercih edilmiştir. Mobilya sektörünün imalat sanayi içerisinde oldukça önemli bir konumda olması ve sektörde son zamanlarda yaşanan olumlu gelişmeler ve yeniliklerle mobilya ticaretinin dünya ve Türkiye’de giderek daha da güzel noktalara gelmesinden dolayı dış ticaret verilerine daha fazla ağırlık verilmiştir.

İnsanlık için önemli bir kavram olması nedeni ile mobilyalar ticaretin her zaman temel unsurlarından biri olmuştur. Pek çok sektör ile de yakın ilişki içinde olan sektörün oluşturmuş olduğu istihdam, dış ticaret, ticari büyüme gibi unsurlar sektörün önemini arttırmaktadır. Ayrıca literatürde elde edilen bilgiler ışığında Türkiye’de mobilya sektörünün Covid-19 ve sonrası durumunu inceleyen çok fazla akademik çalışma yapılmamış olmaması araştırmanın önemini göstermektedir.

Bu çalışmada hem insanların rutin hayatlarına yönelik kültürel ve sosyal ihtiyaçlarını konforlu ve güvenilir biçimde karşılayabilmek için gerekli olan eşyaları üretmesinde, hem de ülke ekonomisine sağlamış olduğu katkılardan dolayı önemli bir sektör olan mobilya sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki rolünün belirlenmesi ve Covid-19 sonrası sektörün durumunun incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu tez çalışmasında Türkiye’de mobilya sektörü ve Covid-19 sonrası sektörün durum analizi TUIK Ve Trademap verilerinden yararlanılarak daha çok ithalat, ihracat, dış ticaret dengesi verileri ile ortaya konulmuştur. Türkiye ve dünya mobilya ticaretine ilişkin ithalat, ihracat, dış ticaret dengesi rakamlarının elde edilmesinde GTİP (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu) numaraları kullanılmıştır. 94 GTİP numarası mobilyaya verilmiştir. 9401, 9402, 9403 ve 9404 GTİP numaraları esas alınmış olup 9405 ve 9406 GTİP numaraları çalışmaya dahil edilmemiştir. 9401 GTİP numarası oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçalarını, 9402 GTİP numarası tıp, cerrahi, diş hekimliği ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, aksam ve parçalarını, 9403 GTİP numarası diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçalarını ve son olarak 9404 GTİP numarası somyalar, yatak takımı eşyası ve benzeri eşyaları ifade etmektedir.

Bilimsel yayınlarda literatür araştırmasının öneminden yola çıkıldığında , ‘Türkiye’de Mobilyacılık Sektörü ve Covid-19 Sonrası Durumu’ isimli çalışma ile alakalı mümkün olduğu kadar literatür taraması yapılmaya çalışılmıştır. Konuyla alakalı literatür çalışması sonucunda, Türkiye’de mobilya sektörünün Covid-19 ve sonrası durumunu inceleyen çok fazla çalışma yapılmadığı görülmektedir. Hazırlamış olduğumuz bu çalışma literatüre katkı bakımından önem arz etmektedir

Çalışma üç ana başlıktan oluşmaktadır. İlk bölümde mobilya ve mobilya sektörü kavramları üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde, dünya ve Türkiye ekonomisinde sektöre ilişkin dış ticaret verileri ele alınacaktır. Son bölümde ise Covid-19 salgını ve tarihsel açıdan pandemi süreçleri ile pandeminin sektörel ekonomik etkileri ile ilgili açıklamalara, Covid-19 sonrası mobilya sektörüne ilişkin istihdam, GSYİH, girişim, üretim katkıları ve dış ticaret verilerine yer verilecektir.

BİRİNCİ BÖLÜM

MOBİLYA SEKTÖRÜ

1.1. Mobilyanın Tanımı

Mobilya günlük hayatın her alanında kullanılan bir ürün olup, zaman içinde kişilerin refah düzeyleri hakkında fikir veren bir gösterge olarak kabul edilmiştir. Bu anlamda, hayat şartları ve gelir düzeyinde yaşanan iyileşmeler, mobilya sektörünün gelişiminin en belirgin unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Mobilya, en temel anlatımı ile kişilerin uyuma, çalışma, oturma, yemek yeme gibi rutin faaliyetlerini desteklemek için tasarlanmış olan eşyaların genel adıdır (TDK, 2021). Farklı bir anlatım ile mobilya, insanların rutin hayatlarına yönelik temel gereksinimlerini konforlu ve güvenli bir biçimde karşılamak için çoğunlukla ana maddesi ağaç olan eşyalardır. Mobilyalar günümüzde, ev, sanayi, bahçe, taşıt, ofis gibi kişilerin hayatları ile ilgili olan pek çok alanda nihai ürün sağlayabilmenin yanında, pek çok sektöre ara mal temin eden bir sanayi dalı olarak ülke ekonomilerinde önemli bir güç ve role sahiptir (Şekercioğlu, 2012: 12). Bir diğer tanıma göre ise mobilya, kişilerin depolama, oturma, çalışma, yatma gibi temel ihtiyaçlarını kültürel ve sosyal boyutları ile değerlendirerek konforlu ve güvenli olacak biçimde gidermelerini hedefleyen sistemler ya da elemanlar olarak tanımlanabilmektedir (Ataş, 2015: 13).

Mobilya üretimine basit formlarda üretim ile başlanmıştır. Günümüz şartları doğrultusunda mobilya sektörü de gelişim göstermiştir (Terece vd., 2020: 161). Yani, sanayi sektöründe ve teknolojik anlamda yaşanan gelişmeler doğrudan mobilya sektörünün gelişmesini sağlamıştır. Günümüzün teknolojik şartlarında farklı tasarımlarda ve farklı işlevlere sahip binlerce çeşit mobilya görmek mümkündür.

Kısaca örnekleme gerekir ise, masalar günümüzde yemek masası, çalışma masası, kütüphane masası, ofis masası, kart masası gibi kendi içinde onlarca farklı kategoride tüketiciye sunulur hale gelmiştir. Temel ürünler lüks fikirler ile detaylandırılarak ürün çeşitlendirilmesi yapılmıştır.

Mobilyalar temelinde, bir nesneyi koyabilecek ya da nesnelere tutabilecek eşyalardır (Morley, 1999: 7). Mobilya kavramının tarihsel gelişimini incelememiz mümkündür (Sönmez, 2011: 2). Günün şartları ile harmanlanarak tarihsel süreçte farklı anlamlarda kullanılmış bu kavrama ilişkin çalışmalar, 19. yüzyılda başlamış ve bu nesnelerin teknoloji, işlevi, tasarım ve sosyal statü ile ilişkileri saptanmaya çalışılmıştır (Yılmaz, 2005: 11).

1.2. Mobilyanın Tarihsel Gelişimi

Tarihsel süreç incelendiğinde, ilk mobilya örneklerinin ne zaman ve nerede yapıldığına ilişkin kesin bir bilgi bulunmamaktadır. Buna karşın, insanlığın mağaralarda yaşamış olduğu paleolitik dönemde kemik, taş ya da ağaçların yontularak kendi hayatlarını idame ettirmek için mobilya üretiminin yapılmış olabileceği düşünülmektedir (Şekercioğlu, 2017: 14).

Günümüze ulaşmış olan en eski ahşap mobilya kalıntıları milattan önce 2700 yıllarına aittir. Geçmişten günümüze mobilya örneklerinin gelmemesinin temelinde, ana madde ağaçtır. Ana maddenin kısa ömürlü olması, geçmiş dönemde yapılmış olan mobilyaların günümüze ulaşmasına engel olmuştur. Buna karşın, Antik Mısır'da mumyalar ile birlikte piramitlere bir takım ahşap eşyalar konmuştur. Piramitler, ahşaba uygun bir ortam olduğu için bu mobilyalar günümüze kadar ulaşabilmiştir (Kayacıklı, 2003: 10).

İngiliz Arkeolog Mellaart tarafından yapılmış olan Çatalhöyük'te 1961 yılındaki araştırmada, topraktan yapılmış ve üzeri sıvanmış olan evlerde bir takım gündelik mobilyalar bulunmuştur. Çatalhöyük'te bulunmuş olan mobilyalar günümüzde topraktan yapılmış olan en eski mobilya örnekleri olarak literatürde yerini almıştır. Bu kazıda dikkat çeken bir diğer bulgu ise, tanrıça heykellerinin koltuk üzerine konmuş olmasıdır. Bu bulgu, geçmişte insanların tanrılar ile mobilyalar arasında bir bağlantı kurduklarını göstermiştir (Ataş, 2015: 17).

Mobilya kavramının gelişimi ilk çağdan günümüze kadar dönemsel olarak incelenebilir. Antik dönemde Mısır uygarlığında kullanılan mobilyalar günümüze kadar ulaşmıştır. Bir bozulma olmadan günümüze kadar gelmesinin temelinde Mısır'ın ikliminin yanı sıra piramitlerin içinde bulunması bulunmaktadır. Mısır'da bulunmuş olan mobilyalarda hiyeroglifler süsleme aracı olarak kullanılmıştır. Bu mobilyaların yapımlarında sedir, akasya, selvi, ardıç ve akağaç kullanılmıştır (Uzuner, 2020: 4).

İlgili dönemden günümüze kadar gelen mobilya örneklerinden bir diğeri ise Frigya Krallığına aittir. Gordion Kral mezarlığında pek çok sayıda ağaçtan yapılmış mobilyalar ile süs eşyası bulunmuştur. Bu mobilyalarda ceviz yoğunlukla kullanılmıştır (Sungurlu vd., 2021: 58).

Orta Çağ döneminde Rönesans'ın da etkisi ile mobilya kavramı bir evrim geçirmiştir. Dönemin başlarında sadelik, basitlik ön planda olmuştur. Süreç içinde Rönesans'ın da etkisi ile mobilyalarda farklı stiller denenmiş ve geliştirilmiştir. İlgili dönemde İtalya mobilya anlamında oldukça ilerlemiştir. Mobilyalarda Rönesans etkisini yitirdikten sonra yerini Barok sanatına bırakmıştır. Barok sanatı saray sanatı olarak anılmaktadır. Barok sanatının temelinde insanları etkilemek, göz kamaştırmak bulunmaktadır. Bu dönemde ihtişamı arttırması için pek çok motif ve işleme kullanılmıştır (Lucie ve Smith, 1993: 55).

Yeni Çağ'da ise, Orta Çağ'da hakim olan Rokoko ve Barok anlayışı terk edilmiştir. Temelinde Barok ve Rokoko sanatının maliyetli ve yalnızca saray çevresine uygun olması bulunmaktadır. Bu dönemde XV. Louis stili hakim olmuştur. Bu stil düz ve sade bir anlayışa sahiptir (Lucie ve Smith, 1993: 55).

Yakın Çağ'da ise, mobilya sektörü oldukça gelişmiş ve konstrüksiyon teknikleri yoğunlukla kullanılmıştır. İlgili dönemde üretimde ağaç işleme makineleri sıklıkla kullanılmıştır. Yaşanan teknolojik, ekonomik ve sosyal gelişmeler neticesinde mobilya kullanımı yaygınlaşmış ve sadece saray çevrelerinde değil halk tarafından da kullanılır hale gelmiştir. Bu dönemde de sadelik ve basitlik hakim olmuştur. Oymalar ve kabartmalar kullanılmamış, sade süslemeler kullanılmıştır (Uzuner, 2020: 14).

1900'lü yılların başında buhar makinesinin icadı sonrasında mobilya üretiminde metaller kullanılmaya başlanmıştır. Makinelerin mobilya üretiminin her aşamasında kullanılmaya başlaması ile mobilya sektöründe büyük gelişmeler yaşanmıştır. Bunun yanında yaşanan ekonomik ve sosyal gelişmeler tüketicilerin tüketim kararlarını etkilemiş ve kişilerin mobilyaya yönelik talepleri artmıştır.

Verilmiş bu açıklamalardan görüleceği üzere, her dönem insan hayatında olan mobilyalar üretildikleri dönemin etkilerini taşımıştır. Kimi dönemlerde gösteriş ve ihtişam ön planda iken kimi dönemlerde sadelik ön planda olmuştur. Zaman içinde mobilyaya olan talep sürekli olarak artmıştır. Geçmişte çoğunlukla belli bir kesimin kullandığı mobilyalar günümüzde her kesimden insanın kolaylıkla erişebileceği ürünler haline gelmiştir.

1.3. Mobilyaların Sınıflandırılması

İnsanlığın yerleşik hayata geçmesinden bu yana mobilyalar zamanla insanlar için temel bir gereksinim haline gelmiştir. Bunun yanında sosyalleşmenin beraberinde getirdiği bir olgu olarak kültürel yapının göstergelerinden biri haline gelen, yaşamın her alanında yoğun ve geniş kullanımı olan dayanıklı bir tüketim malı niteliğine kavuşmuştur. Bu değişim süreci sonunda mobilyalar bir takım kıstaslara uygun olarak sınıflandırılmıştır (Kılıç, 2021: 6). Türk Standartları (TS 4521)'nin yapmış olduğu mobilya sınıflandırması bunlardan biridir.

TS 4521 ağaç kökenli mobilyaları kendi içinde 7 temel gruba ayırmıştır. İlk grup görevlerine göre mobilyalardır. Bu grupta muhafaza (kutu) mobilyaları, aksesuar mobilyaları, yatma ve oturma mobilyaları yer almaktadır. İkinci grup ise, kullanım durumlarına göre mobilyalardır. Kullanım durumlarına göre mobilyalar ise kendi içinde münferit (tek) mobilyalar, sabit mobilyalar, portatif mobilyalar ve sistem mobilyalar olmak üzere dörde ayrılmıştır. Bir diğer grup ise, yapılarına göre mobilyalardır. Yapılarına göre mobilyalar kendi içinde tuvalet masası, çamaşır dolabı, elbise dolabı, çalışma dolabı, vitrin, büfe, müzik dolabı, sandık, portmanto, raf, masa, komodin ve iskelet mobilya olarak on üçe ayrılmaktadır. Kullanım amacına göre; çalışma odası takımı, yatak odası takımı, yemek odası takımı, oturma odası takımı, çocuk odası takımı, antre takımı ve mutfak mobilyası olarak yediye ayrılmaktadır.

Bir diğer grup ise stillerine göre mobilyalardır. Stillerine göre mobilyalar modern, taklit, antika ve stil olmak üzere dörde ayrılmaktadır. Bir diğer grup ise malzemelerine göre mobilyalardır. Malzemelerine göre mobilyalar kendi içinde kaplamalı ve masif olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Ve son grup üst yüzey işlemlerine göre mobilyalardır. üst düzey işlemlerine göre mobilyalar, tabii görünümde olan, tabii rengi değişen, matlaştırılmış yüzeyli, parlak yüzeyli, taklit yüzeyli mobilya, lake yüzeyli ve polyester yüzeyli mobilyalar olarak yediye ayrılmaktadır (Kurtoglu ve Dilik, 2020: 22)

DIN (Alman Standartları) 68880'e göre mobilyalar kendi içinde 4 ana gruba ayrılmaktadır. Bu gruplar kısaca aşağıda maddeler halinde sunulmuştur.

1. Mobilyaların Yapıldıkları Ham Maddeye Göre; Ağaç Malzeme Mobilya, Hasır Mobilya, Plastik Mobilya, Metal Mobilya ve Minderli(Döşemeli) Mobilya olarak 5'e ayrılmaktadır.
2. Mobilyaların Fonksiyonlarına Göre; Muhafaza (Kutu) Mobilyası, Kucuk Tamamlayıcı Mobilya, Yatma Mobilyası ve Oturma Mobilyası olarak 4'e ayrılmaktadır.
3. Mobilyaların Kullanım Alanındaki Durumlarına Göre; Münferit (Tek) Mobilyalar ve Sistem(Modüler) Mobilya olarak 2'ye ayrılmaktadır.
4. Mobilyaların Konstrüksiyon Tiplerine Göre; Muhafaza Mobilyası ve Masa olarak ayrılmaktadır. (Kurtoglu ve Dilik, 2020: 22)

1.4. Mobilyaların Kodlanması

Bütün dünyada, ülkelerin tarife cetvellerinin esasını Armonize Sistem oluşturmaktadır. Resmi adı Armonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemi (Harmonized Commodity Description and Coding System)'dir. Bu sistem, bütün mallar için kullanılan uluslar arası bir ticari sınıflandırma sistemi olup bütün ürünler belli sistematik ve mantık çerçevesinde tasnif edilmiştir (TC. Ticaret Bakanlığı, www.ticaret.gov.tr).

Armonize sisteme ilişkin düzenlemeler dünya gümrük örgütü tarafından yapılmaktadır. Türkiye'de ise bu tarife cetveli ile ilgili sorumlu kılınmış kurum Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'dır. Gümrüklerde, ürünler bu cetvellerde yer alan kodlar üzerinden işlem görmektedir. Her ürün ya da ürün grubu için bir GTİP kodu

bulunmaktadır. Armonize Sistem toplamda 21 bölüm ve 96 fasıldan oluşmaktadır. Fasıllar ikili kodlara, her fasıl dördü kod olan pozisyonlara ve her pozisyon ise altılı kod olan alt pozisyonlara ayrılmıştır. Ülkelerin kullanmış olduğu bu kodlar bütün dünyada aynı olup, bütün dünyada aynı ürünü simgelemektedir (Durul, 2021: 42).

Armonize Sistemde altılı koddan sonraki bölümleri, ülkeler kendi gereksinimlerine göre detaylandırmaktadır. Türkiye’de en detaylı kodlama on ikili kodlamadır. Bunun yanında Gümrük Birliği içinde olması nedeni ile sekizli kodları Avrupa Birliği ülkeleri ile aynıdır.

Türk Gümrük Tarife cetvelinde 10'lu baz olan "Milli alt açılım kodu" farklı vergi uygulamalarımız için açılan pozisyonlardır, fakat pratikte kullanılmamaktadır. Bu nedenle, ülkemizde gümrük vergileri 12'li bazda belirlenmektedir. Tarife cetvelinde, 12'li kod olan GTİP, ülkemizde ürünlerin en detaylı bazda sınıflandırıldığı, ürünlerin gümrük vergilerinin uygulandığı ve istatistiksel amaçlarla kullanılan koddur. (www.mevzuat.net);

Bu yapılmış açıklamalar aşağıda maddeler halinde özetlenmiştir.

- İlk 6 Rakam Dünya Gümrük Örgütü'ne üye tüm ülkelere kullanılan Armonize Sistem Nomanklatür kodunu,
- 7-8 inci rakamlar Avrupa Birliği ülkeleri tarafından kullanılan Kombine Nomanklatür kodunu,
- 9-10 uncu rakamlar farklı vergi uygulamaları nedeniyle açılan pozisyonları gösteren kodları,
- 11-12 inci rakamlar ise Gümrük Tarife İstatistik (GTİP) kodlarını oluşturmaktadır (Durul, 2021: 43).

1.5. Mobilya Sektörü

Mobilya, mekanların kullanılabilirliğini işlevsel değer sayesinde etkileyen, estetik değeri sayesinde kullanıldığı mekanın çirkin ya da güzel görünmesini sağlayan, teknik ve sanatın birleştiği bir üründür (Şahin vd., 2013: 29). İnsanların günlük hayata yönelik kültürel ve sosyal temel ihtiyaçlarını konforlu ve güvenli biçimde karşılamak için çoğunlukla ağaç malzemelerinden oluşan estetik, işlevsel görünümü olan eşyaların tamamı mobilya olarak adlandırılmaktadır (Kumsal, 2015: 35).

Mobilyalar zaman içerisinde tasarım, fonksiyon, malzeme ve üretim gibi teknik konularda değişimler yaşamıştır. İnsan hayatında önemli bir yere sahip olan mobilyalar, insanlığı etkileyen olaylardan dolayı ve doğrudan etkilenmiştir. Çok uzun süre boyunca geleneksel yöntemler ile üretilen mobilyalar Endüstri Devrimi sonrasında farklı yöntemler ile üretilir hale gelmiş bir sektör halini almıştır. Mobilya sektörü, Endüstri Devrimi sonrasında mobilya ürünlerinin piyasa fiyatı azalmış ve piyasada bulunan ürün sayısı artmıştır.

20. yy'in sonlarına doğru yaşanan teknolojik gelişmeler sektörleri doğrudan etkilemiştir. İnternet kullanımının artması ticari anlamda coğrafik sınırları kaldırmış ve iyice küçülen dünyada rekabetçi piyasa şartları geçerli olmuştur. Bu süreç mobilya sektörünü doğrudan etkilemiştir. Sektörel bazda sahip olduğu düşük teknoloji ve ürünlere olan fazla talep mobilya sektörünü özellikle düşük teknolojiye sahip ülkelerin uluslar arası ticarete pay sahibi olabilmeleri için bir hareket noktası haline getirmiştir (Aykurt, 2014: 6).

Endüstri Devrimi insanlık için bir dönüm noktası olup, insanların alım, satım, tüketim gibi pek çok ekonomik faaliyetlerini etkilemiş ve bir takım değişikliklere uğramasına neden olmuştur. Endüstri devrimi 18. yy. ortalarında başlayıp 19. yy. sonlarına kadar uzanan bir dönemi kapsamakta olup üretim ve tüketim alışkanlıkları, sanatı, tarım, madencilik, teknolojik gibi alanların yanında ekonomik ve sosyal alanlarda da bir takım değişikliklerin yaşandığı zaman dilimine verilen addır (Aykurt, 2014: 6).

Mobilya sektöründe, Endüstri Devrimi sonrasında tasarım ve üretim anlayışları değişmiştir. Devrim öncesinde geleneksel ve ilkel metotlar ile üretilen mobilyalar devrim sonrasında seri olarak üretilmiş ve ucuzlamıştır. Makineleşmenin de etkisi ile mobilya tasarımı gelişmiştir ve orta kesim statü göstergesi olarak mobilyayı kullanmak istemiştir. Tüm bu nedenler ile gösterişli mobilyaların taklitleri yapılmaya başlanmış ve mobilya tasarımında yeni bir dönem başlamıştır. Bu gelişmeler sonrasında ürünler kimliksizleşmiştir. Bu durum, tepki çekmiş ve Arts and Crafts hareketi doğmuştur.

Yaşanan teknolojik gelişmeler sonrasında mobilya sektörünün gelişmesi sonrasında devletlerin ekonomilerine katkı sağlar boyuta gelmiştir. Farklı bir anlatım ile bu

süreç sonrasında mobilyalar ekonomik bir nesne konumuna gelmiştir (Walton, 1986: 542).

Endüstri Devrimi'ni izleyen yıllarda müteşebbislerde farklı ve yeni pazarlara girme fikri oluşmuştur. Üreticiler ürettikleri fazla ürünleri yani arz fazlasını bu sayede uygun talep ile buluşturabilecektir. Bu düşünce, çağımızın ana ticari fikri haline gelmiştir. Son zamanlarda dünya ekonomisinde ticarete konu olan malların arasında ithal ürünlerin sayısı hızlı şekilde artmıştır (Storper, 1992: 62).

İnternetin keşfi ve insanlar tarafından kullanımının artması ile coğrafik sınırlar önemini kaybetmiş ve dış pazarların imkanlarından faydalanmak oldukça kolay bir hale gelmiştir. Bu süreç coğrafik şartların imalat ve pazarlama üzerindeki etkisini oldukça düşürmüştür (Porter, 1998: 73).

Yaşanan gelişmeler sonrasında dünyada kimi ülkeler sanayi de ön plana çıkmış ve sanayi devi olarak isimlendirilmiştir. Sanayi devlerinin ihraç ettikleri bazı ürünlerin ihracata yönelik özelleştğini söylemek mümkündür. Bu özelleşmenin sebebi ise yalnızca nisbi bir sanayi avantajı ile açıklanamamaktadır. Teknolojik ya da mutlak üstünlük bu sebeplerin içinde anılmak zorundadır. Üstünlük odaklı bilgi ile sürekli olarak mevcut olanı koruyup geliştirmekte ve ihracata yönelik ürün özelleşmesine hız vermektedir (Storper, 1992: 63).

Bilgi ile desteklenmiş olan bu özelleşme genellikle yüksek teknoloji olan sektörlerin ön plana çıkmasına sebep olmaktadır. Yüksek teknoloji endüstriler 1990'lı yıllarda ivmelenmiş ve uluslar arası ihracatta payı artmıştır. 1970'lerde uluslar arası ticarete yüksek teknoloji ürünlerin ihracatı %12 iken bu oran 1996'da %25'e yükselmiştir. Bu dönemde Japonya'nın ihraç etmiş olduğu ürünlerin yaklaşık %34'lük kısmı yüksek teknoloji ürünler iken, Amerika'nın toplam ihracatının %40'ından fazlası bu ürünlerden oluşmuştur (Maskell, 1996: 6).

Tablo 1.1. Teknoloji Düzeyleri ve Sanayiler

Teknoloji Düzeyleri	Sanayiler
Yüksek Teknolojili	Uzay Havacılık Büro ve Bilgisayar Makineleri Haberleşme ve Elektronik İlaç
Orta Düzey Teknoloji	Motorlu Araç Bilimsel Araç Kimyasal Elektrikli Olmayan Makineler Elektrikli Makineler
Orta Düşük Teknoloji	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Gemi yapım Ürünleri Demir Dışı Metaller Metalik Olmayan Mineral Ürünler Petrol Ürünleri Demir Çelik Ürünleri Metal Ürünleri
Düşük Teknoloji	Mobilya Ahşap Ürünleri Giyim Tekstil Kağıt Ürünleri Türün Gıda ve İçecek

Kaynak: OECD,1986

Tablo 1.1’de sanayiler ve OECD (İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı)’nin belirlediği teknoloji düzeylerine yer verilmiştir. Tablodan görüleceği üzere mobilya düşük teknolojili ürün grupları arasında değerlendirilmektedir.

Maskell (1996: 6)’de yüksek teknolojili ürünlerin teknoloji devi ülkelerce dış pazarlarda kullanıldığını belirtmiş ve teknoloji düzeyi düşük olan diğer ülkelerin de küresel pazarlarda kendilerini göstermek zorunda olduğunun altını çizmiştir. Teknoloji düzeyleri düşük olan ülkeler, küresel piyasalarda etkili şekilde faaliyet gösterebilmek için rekabetçi olan fiyatlar ile mücadele edebilmelidir. Bu zorlu şartlarda teknoloji imkanı olmayan ülkeler teknolojik yatırımlar yapamamaktadır. Bunun temel sebebi Maskell’e göre teknolojinin maliyetleri ve yüksek risk içermesidir.

Mobilya sanayisi emek yoğun bir sektördür. OECD teknoloji düzeyleri gruplamasından da görüleceği üzere düşük düzeyli teknoloji grubunda yer almaktadır. Buna karşın her ne kadar düşük teknolojik, emek yoğun bir yapısı olsa da mobilya sektörü küresel piyasalarda ciddi bir ağırlığa sahiptir. Teknoloji düzeyi düşük olan ülkeler için mobilya sektörü bir avantajdır. Mobilya sektörünün küresel

piyasalardaki olanaklarından faydalanabilmek için küçük ülkeler bu sektöre yatırım yaparak dış ticaret paylarını yükseltebilirler (Maskell, 1996: 8; Aykurt, 2014: 9; Kumsal, 2015: 38).



İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE MOBİLYACILIK SEKTÖRÜNDE DİŞ TİCARET

Mobilya sektörünün imalat sanayi içerisinde oldukça önemli bir konumda olması ve sektörde son zamanlarda yaşanan olumlu gelişmeler ve yeniliklerle mobilya ticaretinin dünya ve Türkiye'de giderek daha da güzel noktalara gelmesinden dolayı bu bölümde dış ticaret verilerine daha fazla ağırlık verilecektir.

2.1. Dünyada Mobilya Sektörü ve Sektörün Gelişimi

Mobilya, dünya ekonomisinde belli başlı sektörlerden biridir ve sektör istihdam anlamında kayda değer bir yapıya sahiptir. Dış ticarete 2001 yılından bu yana devamlı olarak artış vermeye başlayan mobilya ticareti dış pazar deneyimleri ile mobilya sanayi daha fazla daha büyük artışlara ve potansiyele sahip olacağı umulmaktadır (Güleç, 2016: 16).

Dünyada yatırım ve ticaret engellerinin küresel olarak azaltılmasıyla ve teknolojik yeniliklerle mobilya sektöründe son zamanlarda hızlı bir küreselleşme gerçekleşmiştir. Özellikle bu, son derece rekabetçi bir ortamda maliyetleri düşürmek isteyen büyük perakendeciler ve üreticiler tarafından kurulan küresel üretim ağlarının sonucudur. Sektörün büyük bir payı düşük ücretli, emek yoğun ve düşük teknoloji; 'alıcı güdümlü' olarak adlandırılabilir. Mobilya sektörünün kaynak ve emek yoğun olması, sektörde gelişmekte olan ülkelere ve firmalarına küresel ekonomiye katılımlarını sağlamak için büyük fırsatlar sunmaktadır (İstanbul Ticaret Odası, 2016: 23).

Giderek kuvvetlenen küreselleşme süreci ve ulusal pazarların dışa açılmasıyla sınır aşırı mobilya ticareti devamlı olarak yükselme göstermektedir. Buna bağlı olarak

mobilya pazarı günden güne daha fazla uluslar arası bir nitelik kazanmaktadır. 'Emerging markets' olarak isimlendirilen gelişmekte olan pazarların gösterdiği dinamizmin mobilya sektörünün büyüme oranları için ek bir itici güç oluşturacağı varsayılmaktadır (Gürpınar, 2007).

Dünya mobilya sektörü ülkemize ekonomik katkı ve istihdam açısından önemli bir güce sahiptir. Özellikle 2001 yılından günümüze net ihracatı konumunda olan mobilya sektörü yıllar itibariyle ihracatını arttırmış ve dış ticarete devamlı olarak artı vermeye başlayarak önemli bir sektör haline ulaşmıştır. İhracatta yakalanan bu sürecin devam ederek dış pazardaki tecrübelerle beraber mobilya sanayisi önümüzdeki yıllarda daha hızlı gelişmesi ön görülmektedir (Güleç, 2016: 15).

Dünya mobilya sektörünün %35'i ev içi mobilya ve döşeme, ofis ve dış mekanlar için mobilya üreten üretici firmalardan meydana gelmektedir. Bu alanda faaliyet gösteren dernek ve birlikler, ofisler, sergiler ve fuarlar %30'luk bir dilimi oluşturmaktadır. Aydınlatma ve aydınlatma malzemesi üreticileriyle beraber ev eşyası üreticileri sektörde %27 oranında paya sahipken; yarı mamul, yardımcı malzeme ve aksesuar üreticileri sektörde %6 oranında bir paya sahiptir (Sakarya ve Doğan, 2016: 7).

Dünya genelinde Avrupa mobilya üretiminde üretimin merkezi iken, son 18-20 yılda mobilya üretimin ağırlığının Çin merkezli olarak doğuya kaydığı görülmüştür. Fakat, İtalya, Polonya ve Almanya gibi ülkeler mobilya sektörü bakımından hala etkisini sürdüren ülkeler arasındadır. Çin, mobilya üretiminde büyük farkla önde olup, İtalya, Almanya ve ABD dünya mobilya üretiminin yarısından fazlasını gerçekleştirmektedir. Fransa, Japonya, İspanya, Kanada ve Polonya'nın diğer üreticiler olarak dünya mobilya üretiminde etkili rol oynadığı fark edilmektedir (Sakarya ve Doğan, 2016: 7).

Gelir artışı ve düşük iş gücü maliyetleriyle beraber artan iç talep, Çin'i mobilya üretim merkezi konumuna getirmiştir. Almanya ve ABD teknoloji kullanımının sağladığı avantajlardan ve hammadde üreticisi konumlarından faydalanırken, İtalya tasarımıyla ön plana çıkmaktadır (İstanbul Ticaret Odası, 2016: 24).

AB'nin en büyük mobilya tüketicileri Fransa, Almanya, İspanya ve Hollanda'dır. Bu ülkeler nüfus yapısı itibariyle dışa açık, çok fazla seyahat eden, çok kültürlü insanları

ile de mobilya tüketiminde farklı kültürlerin özelliklerinden etkilenmektedir. Kaplanmış/döşenmiş oturma grupları (berjerler ve kanepeler) ve mutfak mobilyası AB mobilya piyasasında en çok talep gören ürünlerdir. Önümüzdeki yıllarda AB mobilya pazarındaki büyümenin yavaşlaması ön görülmektedir. Bununla beraber geleneksel mobilyadan modern mobilyaya doğru olan eğilimin sürmesi ve mobilya tasarım ve tarzındaki çeşitliliğinde artması beklenmektedir. Ayrıca AB tüketim kalıbında ön plana çıkan bir diğer mühim mesele de var olan mobilya gruplarına uyum sağlayabilen bağımsız mobilya parçalarının set/takım olarak mobilya alımlarına göre pazar paylarını arttırıyor olmasıdır (TC Ticaret Bakanlığı, 2021).

Finansal krizler esnasında dünyada en fazla mobilya ithal eden ülkeler ithalatlarını düşürmüşlerdir. 2013 yılında, Avrupa’da yavaş bir gelişme yaşanırken, Kanada ve ABD ekonomik kriz öncesindeki düzeyine ulaşmış hatta geçmiştir. Dünya mobilya sektörü istihdam manasında da kayda değer bir sayıdadır. Tüm dünyada üretilen mobilyayla beraber 260.000 kişilik istihdamla sektör her geçen gün alanını büyütmektedir. Mobilya sektörünü daha gelişmiş hale getirmek için farklı ülkelerde çok sayıda fuarlar düzenlenmektedir. Düzenlenen bu fuarlarla birlikte hem sektörün durumuna ilişkin birinci elden, üreticilerden doğrudan haberdar olunmakta hem de üretilen mobilyalar tasarım, çeşitlilik vs. bağlamında değerlendirilmektedir. Dünya genelinde her yıl düzenlenen ortalama 60 uluslararası fuarın başını her yıl 10 fuarla İtalya çekmektedir. Her yıl 9 fuar düzenleyen Çin Halk Cumhuriyeti İtalya’nın ardından gelirken, 6 fuar düzenleyen Almanya’da Çin Halk Cumhuriyeti’nden sonra gelmektedir. Türkiye’de her yıl düzenlediği 2 fuarla bu sektördeki faaliyetlerini aktif hale getirmeye uğraşmaktadır. AB ülkeleri bağlamında mobilya ticareti ve üretimi konusu dünyanın birçok bölgesine mukayese son derece gelişmiş bir husustur. AB’nin bu sektördeki uzmanlığı dünyanın diğer ülkelerinden çok daha fazla olmakla beraber özellikle döşenmiş mobilya ve mutfak mobilyaları konusunda birinciliği ellerinde tutmaktadırlar. Özellikle İtalya ve Almanya, hem ithalat, hem üretim ve hem de tüketim konusunda diğer Avrupa ülkelerine mukayese daha ön planda tutmaktadır (Sakarya ve Doğan, 2016: 8).

2.2. Dünya Mobilyacılık Sektörü İthalatı

Tablo 2.1. Mobilyacılık Sektöründe Dünya İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	D.İ.İ.P 2001%	D.İ.İ.P 2011%	D.İ.İ.P 2018%
DÜNYA	63.155.058	148.471.363	192.280.168	135,09%	29,51%	204,46%			
1. ABD	18.769.484	35.982.294	59.132.590	91,71%	64,34%	215,05%	29,72%	24,24%	30,75%
2. ALMANYA	6.692.672	14.808.259	16.127.875	121,26%	8,91%	140,98%	10,60%	9,97%	8,39%
3. FRANSA	3.740.548	9.250.781	9.619.714	147,31%	3,99%	157,17%	5,92%	6,23%	5,00%
4. İNGİLTERE	3.865.369	8.051.567	9.513.218	108,30%	18,15%	146,11%	6,12%	5,42%	4,95%
5. KANADA	2.997.633	6.349.792	7.339.251	111,83%	15,58%	144,83%	4,75%	4,28%	3,82%
6. JAPONYA	3.835.138	6.338.859	7.048.313	65,28%	11,19%	83,78%	6,07%	4,27%	3,67%
7. HOLLANDA	1.852.269	3.969.231	5.537.823	114,29%	39,52%	198,98%	2,93%	2,67%	2,88%
8. AVUSTRALYA	656.666	2.926.317	3.741.089	345,63%	27,84%	469,71%	1,04%	1,97%	1,95%
9. İSPANYA	1.044.703	3.211.077	3.699.571	207,37%	15,21%	254,13%	1,65%	2,16%	1,92%
10. İSVİÇRE	1.568.863	3.562.060	3.546.107	127,05%	-0,45%	126,03%	2,48%	2,40%	1,84%
11. ÇİN	255.607	2.251.832	3.399.770	780,97%	50,98%	1230,08%	0,40%	1,52%	1,77%
12. ÇEK CUMHURİYETİ	356.910	1.470.728	3.224.851	312,07%	119,27%	803,55%	0,57%	0,99%	1,68%
13. MEKSİKA	1.208.629	2.039.233	3.034.367	68,72%	48,80%	151,06%	1,91%	1,37%	1,58%
14. BELÇİKA	1.971.911	3.524.987	2.979.933	78,76%	-15,46%	51,12%	3,12%	2,37%	1,55%
15. İTALYA	1.014.841	2.824.798	2.939.403	178,35%	4,06%	189,64%	1,61%	1,90%	1,53%
16. POLONYA	409.713	1.521.368	2.855.622	271,33%	87,70%	596,98%	0,65%	1,02%	1,49%
17. AVUSTURYA	1.529.416	2.792.175	2.789.292	82,56%	-0,10%	82,38%	2,42%	1,88%	1,45%
18. KORE CUMHURİYETİ	265.910	1.608.965	2.624.209	505,08%	63,10%	886,88%	0,42%	1,08%	1,36%
19. İSVEÇ	945.649	2.316.938	2.564.899	145,01%	10,70%	171,23%	1,50%	1,56%	1,33%
20. SLOVAKYA	177.319	883.511	2.110.419	398,26%	138,87%	1090,18%	0,28%	0,60%	1,10%
21. RUSYA	281.407	2.767.034	1.985.386	883,29%	-28,25%	605,52%	0,45%	1,86%	1,03%
22. NORVEÇ	733.463	2.046.305	1.980.590	178,99%	-3,21%	170,03%	1,16%	1,38%	1,03%
23. DANİMARKA	716.122	1.618.870	1.908.896	126,06%	17,92%	166,56%	1,13%	1,09%	0,99%
24. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	0	0	1.509.523						0,79%
43. TÜRKİYE	122.791	941.391	592.840	666,66%	-37,03%	382,80%	0,19%	0,63%	0,31%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

¹Tablo 2.1’de bulunan verilere bakıldığında zaman GTİP 94. (94.05-94.06 hariç) F yirmi dört ülke içinde en fazla ithalat yapan ilk üç ülke sırasıyla; ABD, Alı

¹ Çalışmamızda dünyada ve en fazla ithalat ve ihracata sahip olan ilk yirmi dört ülke ele alınarak incelenmiştir. Tablolarda yer alan renklendirmelerin karşılıkları; Mor: ithalatını/ihracatını oransal olarak en çok yükseltenler, Turuncu: ithalatında/ihracatında azalış yaşayanlar, Mavi: ithalat/ihracat payını 2001, 2011 ve 2018 yıllarında devamlı olarak yükseltenler, Pembe: ithalat/ihracat payını 2001,2011 ve 2018 yıllarında devamlı olarak düşürenler.

Fransa olurken son üç ülke sırasıyla; Norveç, Danimarka ve Birleşik Arap Emirlikleri olarak gerçekleşmiştir.

Toplam dış ticaret 2001 yılında 63,1 milyar \$, 2011 yılında 148,4 milyar \$ ve 2018 yılında 192,2 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %135,09, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %29,51 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %204,46 şeklinde gerçekleşmiştir.

2018 yılı itibariyle, ilk yirmi dört ithalatçı ülke içinde en yüksek payı olan ülke %30,75 ile ABD, payı en düşük olan ülke %0,79 ile Birleşik Arap Emirlikleri'dir.

İthalatını 2001 yılından 2011 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Rusya (%883,29), Çin (%780,97), Kore Cumhuriyeti (%505,08) ve Slovakya (%398,26) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

İthalatını 2011 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Slovakya (%138,87), Çek Cumhuriyeti (%119,27), Polonya (%87,70) ve ABD (%64,34) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler Rusya (%-28,25), Belçika (%-15,46), Norveç (%-3,21), İsviçre (%-0,45) ve Avusturya (%-0,10) olmuştur.

İthalatını 2001 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%1230,08), Slovakya (%1090,18), Kore Cumhuriyeti (%886,88) ve Çek Cumhuriyeti (%803,55) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 94 (94.05-94.96 hariç) Fasıl dünya ithalatının %83,85'ini meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 94. (94.05-94.06 hariç) Fasıl dünya ithalatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Çin, Çek Cumhuriyeti, Polonya, Kore Cumhuriyeti ve Slovakya olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Almanya, İngiltere, Kanada, Japonya, İsviçre, Belçika, Avusturya ve Danimarka olmuştur.

Tablo 2.2. Dünya Mobilyacılık Sektörü İthalatının Genel Dünya İthalatı İçindeki Payı (1000 Dolar)

YIL	GENEL DÜNYA İTHALATI	DÜNYA MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ İTHALATI	DÜNYA MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ İTHALATININ GENEL DÜNYA İTHALATI İÇİNDEKİ PAYI
2001	6.296.038.499	63.155.058	1,00%
2011	18.333.200.296	148.471.363	0,81%
2018	19.665.278.451	192.280.168	0,98%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.2’de bulunan genel dünya ithalat rakamları ve dünya mobilyacılık sektörü ithalat rakamları ele alınarak incelendiğinde 2001 yılında genel dünya ithalatı 6,2 trilyon \$, 2011 yılında 18,3 trilyon \$ ve 2018 yılında 19,6 trilyon \$ olduğu, dünya mobilyacılık sektörü ithalat rakamlarının ise 2001 yılında 63,1 milyar \$, 2011 yılında 148,4 milyar \$ ve 2018 yılında 192,2 milyar \$ şeklinde olduğu görülmektedir. Bu rakamlardan yola çıkılarak dünya mobilyacılık sektörü ithalatının genel dünya ithalatı içindeki payının 2001 yılında (%1,00), 2011 yılında (%0,81) ve 2018 yılında (%0,98) olduğu tespit edilmiştir.

2.2.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya İthalatı

Tablo 2.3. GTİP No. 9401. Dünya İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001-2018%	D.i.i.P 2001%	D.i.i.P 2011%	D.i.i.P 2018%
DÜNYA	25.538.469	62.532.930	84.457.915	144,86%	35,06%	230,71%			
1. ABD	7.872.638	16.219.867	26.197.367	106,03%	61,51%	232,76%	30,83%	25,94%	31,02%
2. ALMANYA	3.251.728	7.840.860	8.537.746	141,13%	8,89%	162,56%	12,73%	12,54%	10,11%
3. FRANSA	1.407.282	3.804.070	4.084.510	170,31%	7,37%	190,24%	5,51%	6,08%	4,84%
4. İNGİLTERE	1.375.809	3.218.549	3.671.925	133,94%	14,09%	166,89%	5,39%	5,15%	4,35%
5. KANADA	1.668.663	3.050.553	3.601.276	82,81%	18,05%	115,82%	6,53%	4,88%	4,26%
6. JAPONYA	1.238.786	2.187.549	2.926.228	76,59%	33,77%	136,22%	4,85%	3,50%	3,46%
7. ÇEK CUMHURİYETİ	196.822	897.517	2.387.376	356,00%	166,00%	1112,96%	0,77%	1,44%	2,83%
8. MEKSİKA	825.205	12.911.923	2.131.255	1464,69%	-83,49%	158,27%	3,23%	20,65%	2,52%
9. HOLLANDA	692.846	1.414.556	2.069.498	104,17%	46,30%	198,70%	2,71%	2,26%	2,45%
10. İSPANYA	400.767	1.466.262	1.951.510	265,86%	33,09%	386,94%	1,57%	2,34%	2,31%
11. SLOVAKYA	103.932	574.046	1.697.620	452,33%	195,73%	1533,39%	0,41%	0,92%	2,01%
12. ÇİN	162.902	1.481.724	1.691.656	809,58%	14,17%	938,45%	0,64%	2,37%	2,00%
13. POLONYA	177.845	722.110	1.641.658	306,03%	127,34%	823,08%	0,70%	1,15%	1,94%
14. AVUSTRALYA	292.855	1.149.622	1.368.165	292,56%	19,01%	367,18%	1,15%	1,84%	1,62%
15. KORE CUMHURİYETİ	134.729	815.054	1.264.493	504,96%	55,14%	838,55%	0,53%	1,30%	1,50%
16. BELÇİKA	898.125	1.490.262	1.195.132	65,93%	-19,80%	33,07%	3,52%	2,38%	1,42%
17. İTALYA	409.879	1.052.233	1.155.671	156,72%	9,83%	181,95%	1,60%	1,68%	1,37%
18. İSVİÇRE	470.483	1.030.750	1.010.401	119,08%	-1,97%	114,76%	1,84%	1,65%	1,20%
19. AVUSTURYA	693.311	901.960	985.877	30,09%	9,30%	42,20%	2,71%	1,44%	1,17%
20. RUSYA	76.397	1.172.609	982.735	1434,89%	-16,19%	1186,35%	0,30%	1,88%	1,16%
21. İSVEÇ	443.025	770.688	889.277	73,96%	15,39%	100,73%	1,73%	1,23%	1,05%
22. DANİMARKA	229.937	584.670	703.251	154,27%	20,28%	205,85%	0,90%	0,93%	0,83%
23. PORTEKİZ	116.377	476.894	667.758	309,78%	40,02%	473,79%	0,46%	0,76%	0,79%
24. NORVEÇ	190.438	604.142	611.855	217,24%	1,28%	221,29%	0,75%	0,97%	0,72%
32. TÜRKİYE	49.818	465.425	338.118	834,25%	-27,35%	578,71%	0,20%	0,74%	0,40%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.3’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9401. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde en fazla ithalat yapan ilk üç ülke sırasıyla; ABD, Almanya ve Fransa olurken son üç ülke sırasıyla; Danimarka, Portekiz ve Norveç olarak gerçekleşmiştir.

Toplam dış ticaret 2001 yılında 25,5 milyar \$, 2011 yılında 62,5 milyar \$ ve 2018 yılında 84,4 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %144,86, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %35,06 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %230,71 şeklinde gerçekleşmiştir.

2018 yılı itibariyle, ilk yirmi dört ithalatçı ülke içinde en yüksek payı olan ülke %31,02 ile ABD, payı en düşük olan ülke %0,72 ile Norveç'tir.

İthalatını 2001 yılından 2011 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Meksika (%1464,69), Rusya (%1434,89), Çin (%809,58) ve Kore Cumhuriyeti (%504,96) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

İthalatını 2011 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Slovakya (%195,73), Çek Cumhuriyeti (%166,00), Polonya (%127,34) ve ABD (%61,51) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler Meksika (%-83,49), Belçika (%-19,80), Rusya (%-16,19) ve İsviçre (%-1,97) olmuştur.

İthalatını 2001 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Slovakya (%1533,39), Rusya (%1186,35), Çek Cumhuriyeti (%1112,96) ve Çin (%938,45) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9401. Fasıll dünya ithalatının %86,93'ünü meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9401. Fasıll dünya ithalatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Polonya, Kore Cumhuriyeti ve Portekiz olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Almanya, İngiltere, Kanada, Japonya, Belçika, İsviçre, Avusturya ve İsveç olmuştur.

2.2.2. GTİP No. 9402”Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya İthalatı

Tablo 2.4. GTİP No. 9402. Dünya İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001-2018%	D.i.i.P 2001%	D.i.i.P 2011%	D.i.i.P 2018%
DÜNYA	1.016.942	3.669.129	4.205.875	260,80%	14,63%	313,58%			
1. ABD	159.177	769.704	1.001.944	383,55%	30,17%	529,45%	15,65%	20,98%	23,82%
2. ALMANYA	63.505	203.087	243.927	219,80%	20,11%	284,11%	6,24%	5,54%	5,80%
3. KANADA	67.303	194.552	212.592	189,07%	9,27%	215,87%	6,62%	5,30%	5,05%
4. İNGİLTERE	78.712	131.782	208.947	67,42%	58,56%	165,46%	7,74%	3,59%	4,97%
5. HOLLANDA	23.916	141.386	154.334	491,18%	9,16%	545,32%	2,35%	3,85%	3,67%
6. FRANSA	66.031	174.843	151.487	164,79%	-13,36%	129,42%	6,49%	4,77%	3,60%
7. ÇİN	18.408	101.141	138.673	449,44%	37,11%	653,33%	1,81%	2,76%	3,30%
8. AVUSTRALYA	10.487	58.719	106.674	459,92%	81,67%	917,20%	1,03%	1,60%	2,54%
9. İTALYA	28.302	76.460	91.608	170,16%	19,81%	223,68%	2,78%	2,08%	2,18%
10. AVUSTURYA	24.092	57.520	86.394	138,75%	50,20%	258,60%	2,37%	1,57%	2,05%
11. ARABİSTAN	13.704	85.142	80.343	521,29%	-5,64%	486,27%	1,35%	2,32%	1,91%
12. JAPONYA	42.473	85.337	79.054	100,92%	-7,36%	86,13%	4,18%	2,33%	1,88%
13. İSVİÇRE	22.035	66.707	73.282	202,73%	9,86%	232,57%	2,17%	1,82%	1,74%
14. RUSYA	20.710	85.723	71.049	313,92%	-17,12%	243,07%	2,04%	2,34%	1,69%
15. SİNGAPUR	6.592	40.255	70.481	510,66%	75,09%	969,19%	0,65%	1,10%	1,68%
16. POLONYA	7.574	66.818	69.693	782,20%	4,30%	820,16%	0,74%	1,82%	1,66%
17. İSPANYA	19.298	52.912	65.839	174,18%	24,43%	241,17%	1,90%	1,44%	1,57%
18. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	0	0	64.046						1,52%
19. MEKSİKA	15.940	51.797	61.973	224,95%	19,65%	288,79%	1,57%	1,41%	1,47%
20. BELÇİKA	21.262	62.739	53.335	195,08%	-14,99%	150,85%	2,09%	1,71%	1,27%
21. HİNDİSTAN	4.930	28.039	48.580	468,74%	73,26%	885,40%	0,48%	0,76%	1,16%
22. BREZİLYA	9.382	31.970	43.146	240,76%	34,96%	359,88%	0,92%	0,87%	1,03%
23. ENDONEZYA	2.599	23.827	42.780	816,78%	79,54%	1546,02%	0,26%	0,65%	1,02%
24. NORVEÇ	22.941	50.462	42.669	119,96%	-15,44%	85,99%	2,26%	1,38%	1,01%
37. TÜRKİYE	7.410	32.296	22.252	119,96%	-31,10%	200,30%	0,73%	0,88%	0,53%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.4’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9402. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde en fazla ithalat yapan ilk üç ülke sırasıyla; ABD, Almanya ve Kanada olurken son üç ülke sırasıyla; Brezilya, Endonezya ve Norveç olarak gerçekleşmiştir.

Toplam dış ticaret 2001 yılında 1 milyar \$, 2011 yılında 3,6 milyar \$ ve 2018 yılında 4,2 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %260,80, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %14,63 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %313,58 şeklinde gerçekleşmiştir.

2018 yılı itibariyle, ilk yirmi dört ithalatçı ülke içinde en yüksek payı olan ülke %23,82 ile ABD, payı en düşük olan ülke %1,01 ile Norveç'tir.

İthalatını 2001 yılından 2011 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Endonezya (%816,78), Polonya (%782,20), Arabistan (%521,29) ve Singapur (%510,66) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

İthalatını 2011 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Avustralya (%81,67), Endonezya (%79,54), Singapur (%75,09) ve Hindistan (%73,26) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler Rusya (%-17,12), Norveç (%-15,44), Belçika (%-14,99), Fransa (%-13,36), Japonya (%-7,36) ve Arabistan (%-5,64) olmuştur.

İthalatını 2001 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Endonezya (%1546,02), Singapur (%969,19), Avustralya (%917,20) ve Hindistan (%885,40) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9402. Fasil dünya ithalatının %77,59'unu meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9402. Fasil dünya ithalatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler ABD, Çin, Avustralya, Singapur, Hindistan ve Endonezya olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Kanada, Fransa, Japonya, İsviçre, Belçika ve Norveç olmuştur.

2.2.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya İthalatı

Tablo 2.5. GTİP No. 9403. Dünya İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001-2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	D.i.i.P 2001%	D.i.i.P 2011%	D.i.i.P 2018%
DÜNYA	32.791.981	69.519.023	86.786.149	112,00%	24,84%	164,66%			
1. ABD	9.990.659	16.385.068	27.547.149	64,00%	68,12%	175,73%	30,47%	23,57%	31,74%
2. ALMANYA	2.985.397	5.691.353	6.137.611	90,64%	7,84%	105,59%	9,10%	8,19%	7,07%
3. İNGİLTERE	2.266.163	4.151.311	4.978.109	83,19%	19,92%	119,67%	6,91%	5,97%	5,74%
4. FRANSA	2.054.518	4.596.594	4.629.154	123,73%	0,71%	125,32%	6,27%	6,61%	5,33%
5. KANADA	1.149.298	2.651.740	2.940.220	130,73%	10,88%	155,83%	3,50%	3,81%	3,39%
6. HOLLANDA	984.090	1.926.929	2.786.458	95,81%	44,61%	183,15%	3,00%	2,77%	3,21%
7. JAPONYA	1.865.228	2.741.451	2.664.667	46,98%	-2,80%	42,86%	5,69%	3,94%	3,07%
8. İSVİÇRE	975.544	2.186.120	2.156.254	124,09%	-1,37%	121,03%	2,97%	3,14%	2,48%
9. AVUSTRALYA	314.858	1.435.100	1.807.643	355,79%	25,96%	474,11%	0,96%	2,06%	2,08%
10. AVUSTURYA	723.669	1.604.595	1.457.353	121,73%	-9,18%	101,38%	2,21%	2,31%	1,68%
11. BELÇİKA	937.610	1.678.807	1.414.743	79,05%	-15,73%	50,89%	2,86%	2,41%	1,63%
12. İTALYA	510.685	1.405.202	1.370.059	175,16%	-2,50%	168,28%	1,56%	2,02%	1,58%
13. İSPANYA	528.545	1.362.644	1.343.077	157,81%	-1,44%	154,11%	1,61%	1,96%	1,55%
14. ÇİN	66.345	605.519	1.334.158	812,68%	120,33%	1910,94%	0,20%	0,87%	1,54%
15. İSVEÇ	400.485	1.211.901	1.283.549	202,61%	5,91%	220,50%	1,22%	1,74%	1,48%
16. NORVEÇ	470.956	1.204.771	1.139.036	155,81%	-5,46%	141,86%	1,44%	1,73%	1,31%
17. DANİMARKA	407.402	818.411	960.242	100,89%	17,33%	135,70%	1,24%	1,18%	1,11%
18. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	0	0	963.602						1,11%
19. POLONYA	208.879	611.939	916.781	192,96%	49,82%	338,91%	0,64%	0,88%	1,06%
20. KORE CUMHURİYETİ	101.986	570.066	908.976	458,96%	59,45%	791,28%	0,31%	0,82%	1,05%
21. ARABİSTAN	210.815	755.402	877.103	258,32%	16,11%	316,05%	0,64%	1,09%	1,01%
22. RUSYA	173.176	1.417.158	865.505	718,33%	-38,93%	399,78%	0,53%	2,04%	1,00%
23. MEKSİKA	327.724	545.455	701.992	66,44%	28,70%	114,20%	1,00%	0,78%	0,81%
24. ÇEK CUMHURİYETİ	140.134	466.204	683.644	232,68%	46,64%	387,85%	0,43%	0,67%	0,79%
53. TÜRKİYE	62.129	348.733	185.214	461,30%	-46,89%	198,11%	0,19%	0,50%	0,21%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.5’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9403. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde en fazla ithalat yapan ilk üç ülke sırasıyla; ABD, Almanya ve İngiltere olurken son üç ülke sırasıyla; Rusya, Meksika ve Çek Cumhuriyeti olarak gerçekleşmiştir.

Toplam dış ticaret 2001 yılında 32,7 milyar \$, 2011 yılında 69,5 milyar \$ ve 2018 yılında 86,7 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %112,00, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %24,84 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %164,66 şeklinde gerçekleşmiştir.

2018 yılı itibariyle, ilk yirmi dört ithalatçı ülke içinde en yüksek payı olan ülke %31,74 ile ABD, payı en düşük olan ülke %0,79 ile Çek Cumhuriyeti'dir.

İthalatını 2001 yılından 2011 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%812,68), Rusya (%718,33), Kore Cumhuriyeti (%458,96) ve Avustralya (%355,79) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

İthalatını 2011 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%120,33), ABD (%68,12), Kore Cumhuriyeti (%59,45) ve Polonya (%49,82) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler Rusya (%-38,93), Belçika (%-15,73), Avustralya (%-9,18), Norveç (%-5,46), Japonya (%-2,80), İtalya (%-2,50), İspanya (%-1,44) ve İsviçre (%-1,37) olmuştur.

İthalatını 2001 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%1910,94), Kore Cumhuriyeti (%791,28), Avustralya (%474,11) ve Rusya (%399,78) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9403. Fasıll dünya ithalatının %82,82'sini meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9403. Fasıll dünya ithalatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Avustralya, Çin, Polonya, Kore Cumhuriyeti, Arabistan ve Çek Cumhuriyeti olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Almanya, İngiltere, Japonya, Belçika ve Danimarka olmuştur.

2.2.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Dünya İthalatı

Tablo 2.6. GTİP No. 9404. Dünya İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001-2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	D.i.i.P 2001%	D.i.i.P 2011%	D.i.i.P 2018%
DÜNYA	3.807.666	12.750.281	16.832.229	234,86%	32,01%	342,06%			
1. ABD	747.010	2.607.655	4.386.130	249,08%	68,20%	487,16%	19,62%	20,45%	26,06%
2. JAPONYA	688.651	1.324.522	1.378.364	92,34%	4,07%	100,15%	18,09%	10,39%	8,19%
3. ALMANYA	392.042	1.072.959	1.208.591	173,68%	12,64%	208,28%	10,30%	8,42%	7,18%
4. FRANSA	212.717	675.274	754.563	217,45%	11,74%	254,73%	5,59%	5,30%	4,48%
5. KANADA	112.369	452.947	585.163	303,09%	29,19%	420,75%	2,95%	3,55%	3,48%
6. HOLLANDA	151.417	486.360	527.533	221,21%	8,47%	248,40%	3,98%	3,81%	3,13%
7. İNGİLTERE	144.685	549.925	654.237	280,08%	18,97%	352,18%	3,80%	4,31%	2,89%
8. AVUSTRALYA	38.466	282.876	458.607	635,39%	62,12%	1092,24%	1,01%	2,22%	2,72%
9. KORE CUMHURİYETİ	24.071	209.238	428.095	769,25%	104,60%	1678,47%	0,63%	1,64%	2,54%
10. İSVEÇ	87.391	301.082	358.114	244,52%	18,94%	309,78%	2,30%	2,36%	2,13%
11. İSPANYA	96.093	329.259	339.145	242,65%	3,00%	252,93%	2,52%	2,58%	2,01%
12. İTALYA	65.975	290.903	322.065	340,93%	10,71%	388,16%	1,73%	2,28%	1,91%
13. BELÇİKA	114.914	293.179	316.723	155,13%	8,03%	175,62%	3,02%	2,30%	1,88%
14. İSVİÇRE	100.801	278.483	306.170	176,27%	9,94%	203,74%	2,65%	2,18%	1,81%
15. AVUSTURYA	88.344	228.100	259.668	158,20%	13,84%	193,93%	2,32%	1,79%	1,54%
16. ÇİN	7.952	63.448	235.283	697,89%	270,83%	2858,79%	0,21%	0,50%	1,40%
17. POLONYA	15.415	120.501	227.490	681,71%	88,79%	1375,77%	0,40%	0,95%	1,35%
18. DANİMARKA	66.550	195.220	221.451	193,34%	13,44%	232,76%	1,75%	1,53%	1,32%
19. NORVEÇ	49.128	186.930	187.030	280,50%	0,05%	280,70%	1,29%	1,47%	1,11%
20. HONG KONG, ÇİN	103.131	121.557	159.254	17,87%	31,01%	54,42%	2,71%	0,95%	0,95%
21. ARABİSTAN	12.941	100.633	157.756	677,63%	56,76%	1119,04%	0,34%	0,79%	0,94%
22. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	0	0	147.000						0,87%
23. MEKSİKA	39.760	150.058	139.147	277,41%	-7,27%	249,97%	1,04%	1,18%	0,83%
24. IRAK	0	0	129.058						0,77%
44. TÜRKİYE	3.434	94.937	47.256	2664,62%	-50,22%	1276,12%	0,09%	0,74%	0,28%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 2.6’da bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9404. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde en fazla ithalat yapan ilk üç ülke sırasıyla; ABD, Japonya ve Almanya olurken son üç ülke sırasıyla; Birleşik Arap Emirlikleri, Meksika ve Irak olarak gerçekleşmiştir.

Toplam dış ticaret 2001 yılında 3,8 milyar \$, 2011 yılında 12,7 milyar \$ ve 2018 yılında 16,8 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %234,86, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %32,01 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %342,06 şeklinde gerçekleşmiştir.

2018 yılı itibariyle, ilk yirmi dört ithalatçı ülke içinde en yüksek payı olan ülke %26,06 ile ABD, payı en düşük olan ülke %0,77 ile Irak'tır.

İthalatını 2001 yılından 2011 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Kore Cumhuriyeti (%769,25), Çin (%697,89), Polonya (%681,71) ve Arabistan (%677,63) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

İthalatını 2011 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%270,83), Kore Cumhuriyeti (%104,60), Polonya (%88,79) ve ABD (%68,20) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke Meksika (%-7,27) olmuştur.

İthalatını 2001 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%2858,79), Kore Cumhuriyeti (%1678,47), Polonya (%1375,77) ve Arabistan (%1119,04) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9404. Fasıll dünya ithalatının %81,49'unu meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9404. Fasıll dünya ithalatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler ABD, Avustralya, Kore Cumhuriyeti, Çin, Polonya ve Arabistan olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Japonya, Almanya, Fransa, Belçika, İsviçre, Avustralya, Danimarka ve Hong Kong Çin olmuştur.

2.3. Dünya Mobilyacılık Sektörü İhracatı

Tablo 2.7. Mobilyacılık Sektöründe Dünya İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001-2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	D.i.i.P 2001%	D.i.i.P 2011%	D.i.i.P 2018%
DÜNYA	62.054.622	149.456.168	192.866.046	140,85%	29,05%	210,80%			
1. ÇİN	5.071.005	45.188.795	64.286.687	791,12%	42,26%	1167,73%	8,17%	30,24%	33,33%
2. ALMANYA	5.279.526	13.868.948	14.022.223	162,69%	1,11%	165,60%	8,51%	9,28%	7,27%
3. POLONYA	2.503.765	9.394.827	13.386.689	275,23%	42,49%	434,66%	4,03%	6,29%	6,94%
4. İTALYA	8.571.213	11.640.276	12.092.750	35,81%	3,89%	41,09%	13,81%	7,79%	6,27%
5. ABD	5.097.253	7.007.492	8.355.029	37,48%	19,23%	63,91%	8,21%	4,69%	4,33%
6. MEKSİKA	3.293.117	4.909.468	8.193.411	49,08%	66,89%	148,80%	5,31%	3,28%	4,25%
7. VIETNAM	274.421	3.163.294	6.989.187	1052,72%	120,95%	2446,88%	0,44%	2,12%	3,62%
8. ÇEK CUMHURİYETİ	929.113	2.808.887	4.791.775	202,32%	70,59%	415,74%	1,50%	1,88%	2,48%
9. KANADA	4.734.745	3.888.262	4.733.110	-17,88%	21,73%	-0,03%	7,63%	2,60%	2,45%
10. İNGİLTERE	1.484.707	2.253.664	3.129.230	51,79%	38,85%	110,76%	2,39%	1,51%	1,62%
11. HOLLANDA	778.276	2.229.128	3.088.947	186,42%	38,57%	296,90%	1,25%	1,49%	1,60%
12. FRANSA	2.300.378	3.042.656	3.036.024	32,27%	-0,22%	31,98%	3,71%	2,04%	1,57%
13. ROMANYA	500.350	1.841.659	2.746.948	268,07%	49,16%	449,01%	0,81%	1,23%	1,42%
14. TÜRKİYE	198.408	1.658.380	2.686.740	735,84%	62,01%	1254,15%	0,32%	1,11%	1,39%
15. DANİMARKA	1.933.010	2.305.892	2.571.591	19,29%	11,52%	33,04%	3,12%	1,54%	1,33%
16. MALEZYA	1.384.618	2.589.446	2.530.645	87,02%	-2,27%	82,77%	2,23%	1,73%	1,31%
17. İSPANYA	1.441.093	1.788.117	2.364.802	24,08%	32,25%	64,10%	2,32%	1,20%	1,23%
18. PORTEKİZ	413.328	1.517.949	2.281.126	267,25%	50,28%	451,89%	0,67%	1,02%	1,18%
19. İSVEÇ	1.195.459	2.597.678	2.143.151	117,30%	-17,50%	79,27%	1,93%	1,74%	1,11%
20. LİTVANYA	159.935	1.231.120	2.115.066	669,76%	71,80%	1222,45%	0,26%	0,82%	1,10%
21. BELÇİKA	1.753.040	2.116.576	1.862.581	20,74%	-12,00%	6,25%	2,82%	1,42%	0,97%
22. TAYVAN	1.313.260	1.461.935	1.735.977	11,32%	18,75%	32,19%	2,12%	0,98%	0,90%
23. AVUSTURYA	1.265.484	1.939.766	1.557.726	53,28%	-19,70%	23,09%	2,04%	1,30%	0,81%
24. MACARİSTAN	620.599	1.232.649	1.326.548	98,62%	7,62%	113,75%	1,00%	0,82%	0,69%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.7’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 94. (94.05-94.06 hariç) Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde en fazla ihracat yapan ilk üç ülke sırasıyla; Çin, Almanya ve Polonya olurken son üç ülke sırasıyla; Tayvan, Avusturya ve Macaristan olarak gerçekleşmiştir.

Toplam dış ticaret 2001 yılında 62 milyar \$, 2011 yılında 149,4 milyar \$ ve 2018 yılında 192,8 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık

süredeki artış %140,85, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %29,05 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %210,80 şeklinde gerçekleşmiştir.

2018 yılı itibariyle, ilk yirmi dört ihracatçı ülke içinde en yüksek payı olan ülke %33,33 ile Çin, payı en düşük olan ülke %0,69 ile Macaristan'dır.

İhracatını 2001 yılından 2011 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Vietnam (%1052,72), Çin (%791,12), Türkiye (%735,84) ve Litvanya (%669,76) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke Kanada (%-17,88) olmuştur.

İhracatını 2011 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Vietnam (%120,95), Çek Cumhuriyeti (%70,59), Meksika (%66,89) ve Türkiye (%62,01) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülkeler Avusturya (%-19,70), İsveç (%-17,50), Belçika (%-12,00) ve Malezya (%-2,27) olmuştur.

İhracatını 2001 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Vietnam (%2446,88), Türkiye (%1254,15), Litvanya (%1222,45) ve Çin (%1167,73) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 94. (94.05-94.96 hariç) Fasıl dünya ihracatının %89,17'sini meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 94. (94.05-94.06 hariç) Fasıl dünya ihracatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Çin, Polonya, Vietnam, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Romanya, Türkiye, Portekiz ve Litvanya olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler İtalya, ABD, Kanada, Fransa, Danimarka, Malezya, İsveç, Belçika, Tayvan, Avusturya ve Macaristan olmuştur.

Tablo 2.8. Dünya Mobilyacılık Sektörü İhracatının Genel Dünya İhracatı İçindeki Payı (1000 Dolar)

YIL	GENEL DÜNYA İHRACATI	DÜNYA MOBİLYA İHRACATI	DÜNYA MOBİLYA İHRACATININ GENEL DÜNYA İHRACATI İÇİNDEKİ PAYI
2001	6.127.467.761	62.054.622	1,01%
2011	18.103.987.370	149.456.168	0,83%
2018	19.284.580.098	192.866.046	1,00%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.8'de bulunan genel dünya ihracat rakamları ve dünya mobilyacılık sektörü ihracat rakamları ele alınarak incelendiğinde 2001 yılında genel dünya ihracatı 6,1

trilyon \$, 2011 yılında 18,1 trilyon \$ ve 2018 yılında 19,2 trilyon \$ olduğu, dünya mobilyacılık sektörü ihracat rakamlarının ise 2001 yılında 62 milyar \$, 2011 yılında 149,4 milyar \$ ve 2018 yılında 192,8 milyar \$ şeklinde olduğu görülmektedir. Bu rakamlardan yola çıkılarak dünya mobilyacılık sektörü ihracatının genel dünya ihracatı içindeki payının 2001 yılında (%1,01) iken 2011 yılında (%0,83)'e gerilediği ve 2018 yılına gelindiğinde tekrar bir artış göstererek (%1,00) seviyesine yükseldiği tespit edilmiştir.

2.3.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya İhracatı

Tablo 2.9. GTİP No. 9401. Dünya İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011-2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	D.İ.İ.P 2001%	D.İ.İ.P 2011%	D.İ.İ.P 2018%
DÜNYA	24.581.866	59.237.740	81.354.066	140,98%	37,33%	230,95%			
1. ÇİN	1.537.101	17.017.294	25.947.703	1007,10%	52,48%	1588,09%	6,25%	28,73%	31,89%
2. POLONYA	1.264.923	4.867.907	6.485.503	284,84%	33,23%	412,72%	5,15%	8,22%	7,97%
3. MEKSİKA	2.483.048	3.777.861	6.457.074	52,15%	70,92%	160,05%	10,10%	6,38%	7,94%
4. ALMANYA	1.978.322	4.613.321	4.772.187	133,19%	3,44%	141,22%	8,05%	7,79%	5,87%
5. ABD	2.717.879	3.194.167	4.249.155	17,52%	33,03%	56,34%	11,06%	5,39%	5,22%
6. İTALYA	3513260	3.414.858	3.803.317	-2,80%	11,38%	8,26%	14,29%	5,76%	4,68%
7. ÇEK CUMHURİYETİ	599.630	1.969.944	3.512.672	228,53%	78,31%	485,81%	2,44%	3,33%	4,32%
8. VIETNAM	65.257	785.674	2.086.306	1103,97%	165,54%	3097,06%	27,00%	1,33%	2,56%
9. ROMANYA	88.962	1.030.433	1.816.677	1058,28%	76,30%	1942,08%	0,36%	1,74%	2,23%
10. İNGİLTERE	417.322	1.088.434	1.795.488	160,81%	64,96%	330,24%	1,70%	1,84%	2,21%
11. KANADA	1.437.945	1.559.760	1.739.938	8,47%	11,55%	21,00%	5,85%	2,63%	2,14%
12. FRANSA	867.800	1.319.896	1.416.563	52,10%	7,32%	63,24%	3,53%	2,23%	1,74%
13. HOLLANDA	271.333	891.988	1.219.926	228,74%	36,76%	349,60%	1,10%	1,51%	1,50%
14. PORTEKİZ	231.410	739.183	1.102.719	219,43%	49,18%	376,52%	0,94%	1,25%	1,36%
15. SLOVAKYA	184.297	630.235	1.021.135	241,97%	62,02%	454,07%	0,75%	1,06%	1,26%
16. TÜRKİYE	114.373	632.131	956.004	452,69%	51,24%	735,87%	0,47%	1,07%	1,18%
17. KORE CUMHURİYETİ	65.161	736.693	956.094	1030,57%	29,78%	1367,28%	0,27%	1,24%	1,18%
18. MACARİSTAN	496.058	893.815	857.007	80,18%	-4,12%	72,76%	2,02%	1,51%	1,05%
19. JAPONYA	355.685	1.250.880	856.314	251,68%	-31,54%	140,75%	1,45%	2,11%	1,05%
20. İSPANYA	441.142	537.975	731.026	21,95%	35,88%	65,71%	1,79%	0,91%	0,90%
21. DANİMARKA	304.465	449.879	690.404	47,76%	53,46%	126,76%	1,24%	0,76%	0,85%
22. TAYLAND	314.010	514.539	633.523	63,86%	23,12%	101,75%	1,28%	0,87%	0,78%
23. BELÇİKA	598.880	630.393	570.154	5,26%	-9,56%	-4,80%	2,44%	1,06%	0,70%
24. İSVEÇ	274.456	553.103	547.491	101,76%	-1,01%	99,48%	1,12%	0,93%	0,67%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.9’da bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9401. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde en fazla ihracat yapan ilk üç ülke sırasıyla; Çin, Polonya ve Meksika olurken son üç ülke sırasıyla; Tayland, Belçika ve İsveç olarak gerçekleşmiştir.

Toplam dış ticaret 2001 yılında 24,5 milyar \$, 2011 yılında 59,2 milyar \$ ve 2018 yılında 81,3 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %140,98, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %37,33 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %230,95 şeklinde gerçekleşmiştir.

2018 yılı itibariyle, ilk yirmi dört ihracatçı ülke içinde en yüksek payı olan ülke %31,89 ile Çin, payı en düşük olan ülke %0,67 ile İsveç’tir.

İhracatını 2001 yılından 2011 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Vietnam (%1103,97), Romanya (1058,28), Kore Cumhuriyeti (1030,57) ve Çin (1007,10) olurken ihracatında düşüş gösteren ülke İtalya (-2,80) olmuştur.

İhracatını 2011 yılından 2018 yılına olarak en çok yükselten ilk dört ülke Vietnam (%165,54), Çek Cumhuriyeti (%78,31), Romanya (%76,30) ve Meksika (%70,92) olurken ihracatında düşüş gösteren ülkeler Japonya (%-31,54), Belçika (%-9,56), Macaristan (%-4,12) ve İsveç (%-1,01) olmuştur.

İhracatını 2001 yılından 2018 yılına olarak en çok yükselten ilk dört ülke Vietnam (%3097,06), Romanya (%1942,08), Çin (%1588,08) ve Kore Cumhuriyeti (%1367,28) olurken ihracatında düşüş gösteren ülke Belçika (%-4,80) olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9401. Fasılda dünya ihracatının %91,25’ini meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9401. Fasılda dünya ihracatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Çin, Çek Cumhuriyeti, Romanya, İngiltere, Portekiz, Slovakya ve Türkiye olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Almanya, ABD, İtalya, Kanada, Fransa, Macaristan, İspanya, Tayland, Belçika ve İsveç olmuştur.

2.3.2. GTİP No. 9402”Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya İhracatı

Tablo 2.10. GTİP No. 9402. Dünya İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001-2011%	DEĞİŞİM 2011-2018%	DEĞİŞİM 2001-2018%	D.İ.İ.P 2001%	D.İ.İ.P 2011%	D.İ.İ.P 2018%
DÜNYA	1.175.621	3.307.617	3.972.215	181,35%	20,09%	237,88%			
1. ÇİN	9.096	419.069	747.043	4507,18%	78,26%	8112,87%	0,77%	12,67%	18,81%
2. ABD	377.643	591.628	613.961	56,66%	3,77%	62,58%	32,12%	17,89%	15,46%
3. ALMANYA	177.062	628.174	610.096	254,78%	-2,88%	244,57%	15,06%	18,99%	15,36%
4. POLONYA	11.628	130.432	240.845	1021,71%	84,65%	1971,25%	0,99%	3,94%	6,06%
5. MEKSİKA	4.087	81.439	199.773	1892,64%	145,30%	4788,01%	0,35%	2,46%	5,03%
6. ÇEK CUMHURİYETİ	20.646	115.525	174.291	459,55%	50,87%	744,19%	1,76%	3,49%	4,39%
7. İTALYA	75.329	135.940	147.904	80,46%	8,80%	96,34%	6,41%	4,11%	3,72%
8. TAYLAN	30.852	111.475	126.021	261,32%	13,05%	308,47%	2,62%	3,37%	3,17%
9. HOLLANDA	28.325	101.893	114.710	259,73%	12,58%	304,98%	2,41%	3,08%	2,89%
10. KANADA	34.230	163.671	114.343	378,15%	-30,14%	234,04%	2,91%	4,95%	2,88%
11. FRANSA	89.472	80.216	103.138	-10,35%	28,58%	15,27%	7,61%	2,43%	2,60%
12. İNGİLTERE	61.376	115.281	96.409	87,83%	-16,37%	57,08%	5,22%	3,49%	2,43%
13. İSPANYA	17.031	34.451	59.943	102,28%	73,99%	251,96%	1,45%	1,04%	1,51%
14. JAPONYA	41.133	65.099	59.309	58,26%	-8,89%	44,19%	3,50%	1,97%	1,49%
15. VIETNAM	2.580	23.003	51.022	791,59%	121,81%	1877,60%	0,22%	0,70%	1,28%
16. TÜRKİYE	1.586	26.610	43.989	1577,81%	65,31%	2673,58%	0,13%	0,80%	1,11%
17. İSVEÇ	19.699	37.137	42.873	88,52%	15,45%	117,64%	1,68%	1,12%	1,08%
18. İSVİÇRE	18.699	37.499	34.585	100,54%	-7,77%	84,96%	1,59%	1,13%	0,87%
19. FİNLANDIYA	19.220	49.213	32.256	156,05%	-34,46%	67,83%	1,63%	1,49%	0,81%
20. BELÇİKA	6.998	40.417	28.477	477,55%	-29,54%	306,93%	0,60%	1,22%	0,72%
21. DANİMARKA	42.704	43.769	28.122	2,49%	-35,75%	-34,15%	3,63%	1,32%	0,71%
22. AVUSTURYA	20.562	26.824	24.166	30,45%	-9,91%	17,53%	1,75%	0,81%	0,61%
23. PORTEKİZ	1.626	10.763	22.990	561,93%	113,60%	1313,90%	0,14%	0,33%	0,58%
24. SİNGAPUR	2.094	29.829	19.984	1324,50%	-33,00%	854,35%	0,18%	0,90%	0,50%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.10’da bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9402. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde en fazla ihracat yapan ilk üç ülke sırasıyla; Çin, ABD ve Almanya olurken son üç ülke sırasıyla; Avusturya, Portekiz ve Singapur olarak gerçekleşmiştir.

Toplam dış ticaret 2001 yılında 1,1 milyar \$, 2011 yılında 3,3 milyar \$ ve 2018 yılında 3,9 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık

süredeki artış %181,35, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %20,09 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %237,88 şeklinde gerçekleşmiştir.

2018 yılı itibariyle, ilk yirmi dört ihracatçı ülke içinde en yüksek payı olan ülke %18,81 ile Çin, payı en düşük olan ülke %0,50 ile Singapur'dur.

İhracatını 2001 yılından 2011 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%4507,18), Meksika (%1892,64), Türkiye (%1577,81) ve Singapur (%1324,50) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke Fransa (%-10,35) olmuştur.

İhracatını 2011 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Meksika (%145,30), Vietnam (%121,81), Portekiz (%113,60) ve Polonya (%84,65) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülkeler Danimarka (%-35,75), Finlandiya (%-34,46), Singapur (%-33,00), Kanada (%-30,14), Belçika (%-29,54), İngiltere (%-16,37), Avusturya (%-9,91), Japonya (%8,89), İsviçre (%-7,77) ve Almanya (%-2,88) olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9402. Fasıll dünya ihracatının %94,07'sini meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9402. Fasıll dünya ihracatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Çin, Polonya, Meksika, Çek Cumhuriyeti, Vietnam, Türkiye ve Portekiz olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler ABD, İtalya, İngiltere, Japonya, İsveç, İsviçre, Finlandiya, Danimarka ve Avusturya olmuştur.

2.3.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya İhracatı

Tablo 2.11. GTİP No. 9403. Dünya İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	D.i.i.P 2001%	D.i.i.P 2011%	D.i.i.P 2018%
DÜNYA	32.683.761	73.139.647	89.121.807	123,78%	21,85%	172,68%			
1. ÇİN	2.421.384	20.915.233	28.090.223	763,77%	34,31%	1060,09%	7,41%	28,60%	31,52%
2. ALMANYA	2.874.194	7.945.830	7.992.922	176,45%	0,59%	178,09%	8,79%	10,86%	8,97%
3. İTALYA	4.836.065	7.739.386	7.805.089	60,03%	0,85%	61,39%	14,80%	10,58%	8,76%
4. POLONYA	1.123.101	3.459.390	5.311.464	208,02%	53,54%	372,93%	3,44%	4,73%	5,96%
5. VIETNAM	199.172	2.258.114	4.599.005	1033,75%	103,67%	2209,06%	0,61%	3,09%	5,16%
6. ABD	1.818.950	2.877.703	3.011.166	58,21%	4,64%	65,54%	5,57%	3,93%	3,38%
7. KANADA	3.184.536	2.090.434	2.803.134	-34,36%	34,09%	-11,98%	9,74%	2,86%	3,15%
8. MALEZYA	1.037.224	1.916.423	1.921.180	84,76%	0,25%	85,22%	3,17%	2,62%	2,16%
9. İSPANYA	982.920	1.215.691	1.573.833	23,68%	29,46%	60,12%	3,01%	1,66%	1,77%
10. DANİMARKA	1.415.982	1.454.104	1.491.468	2,69%	2,57%	5,33%	4,33%	1,99%	1,67%
11. TÜRKİYE	66.309	894.530	1.488.049	1249,03%	66,35%	2144,11%	0,20%	1,22%	1,67%
12. LİTVANYA	108.340	844.558	1.416.116	679,54%	67,68%	1207,10%	0,33%	1,15%	1,59%
13. HOLLANDA	412.744	962.655	1.396.603	133,23%	45,08%	238,37%	1,26%	1,32%	1,57%
14. İSVEÇ	819.800	1.831.505	1.377.111	123,41%	-24,81%	67,98%	2,51%	2,50%	1,55%
15. FRANSA	1.233.144	1.482.905	1.362.571	20,25%	-8,11%	10,50%	3,77%	2,03%	1,53%
16. MEKSİKA	683.907	784.561	1.260.368	14,72%	60,65%	84,29%	2,09%	1,07%	1,41%
17. ENDONEZYA	880.149	1.165.114	1.134.374	32,38%	-2,64%	28,88%	2,69%	1,59%	1,27%
18. TAYVAN	938.938	915.555	1.066.795	-2,49%	16,52%	13,62%	2,87%	1,25%	1,20%
19. İNGİLTERE	927.391	928.681	1.049.732	0,14%	13,03%	13,19%	2,84%	1,27%	1,18%
20. ÇEK CUMHURİYETİ	285.583	677.239	1.015.945	137,14%	50,01%	255,74%	0,87%	0,93%	1,14%
21. AVUSTURYA	594.795	1.231.256	1.014.241	107,01%	-17,63%	70,52%	1,82%	1,68%	1,14%
22. PORTEKİZ	264.272	663.243	974.865	150,97%	46,98%	268,89%	0,81%	0,91%	1,09%
23. BELÇİKA	859.634	1.013.845	839.320	17,94%	-17,21%	-2,36%	2,63%	1,39%	0,94%
24. HİNDİSTAN	41.447	419.286	770.712	911,62%	83,82%	1759,51%	0,13%	0,57%	0,86%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.11’de bulunan verilere bakıldığında zaman GTİP 9403. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde en fazla ihracat yapan ilk üç ülke sırasıyla; Çin, Almanya ve İtalya olurken son üç ülke sırasıyla; Portekiz, Belçika ve Hindistan olarak gerçekleşmiştir.

Toplam dış ticaret 2001 yılında 32,6 milyar \$, 2011 yılında 73,1 milyar \$ ve 2018 yılında 89,1 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık

süredeki artış %123,78, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %21,85 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %172,68 şeklinde gerçekleşmiştir.

2018 yılı itibariyle, ilk yirmi dört ihracatçı ülke içinde en yüksek payı olan ülke %31,52 ile Çin, payı en düşük olan ülke %0,86 ile Hindistan'dır.

İhracatını 2001 yılından 2011 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Türkiye (%1249,03), Vietnam (%1033,75), Hindistan (%911,62) ve Çin (%763,77) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülkeler Kanada (%-34,36) ve Tayvan (%-2,49) olmuştur.

İhracatını 2011 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Vietnam (%103,67), Hindistan (%83,82), Litvanya (%67,68) ve Türkiye (%66,35) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülkeler İsveç (%-24,81), Avusturya (%-17,63), Belçika (%-17,21), Fransa (%-8,11) ve Endonezya (%-2,64) olmuştur.

İhracatını 2001 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Vietnam (%2209,06), Türkiye (%2144,11), Hindistan (%1759,51) ve Litvanya (%1207,10) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülkeler Kanada (%-11,98) ve Belçika (%-2,36) olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9403. Fasil dünya ihracatının %90,64'ünü meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9403. Fasil dünya ihracatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Çin, Polonya, Vietnam, Türkiye, Litvanya, Hollanda, Çek Cumhuriyeti, Portekiz ve Hindistan olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler İtalya, ABD, Malezya, Danimarka, İsveç, Fransa, Endonezya, Tayvan, İngiltere, Avusturya ve Belçika olmuştur.

2.3.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Dünya İhracatı

Tablo 2.12. GTİP No. 9404. Dünya İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	D.i.i.P 2001%	D.i.i.P 2011%	D.i.i.P 2018%
DÜNYA	3.613.374	13.771.164	18.417.958	281,12%	33,74%	409,72%			
1. ÇİN	1.103.424	6.837.199	9.501.718	519,63%	38,97%	761,11%	30,54%	49,65%	51,59%
2. POLONYA	104.113	937.098	1.348.877	800,08%	43,94%	1195,59%	2,88%	6,80%	7,32%
3. ALMANYA	246.948	681.623	647.018	176,02%	-5,08%	162,01%	6,83%	4,95%	3,51%
4. ABD	182.781	343.994	480.747	88,20%	39,75%	163,02%	5,06%	2,50%	2,61%
5. HİNDİSTAN	4.544	265.225	471.173	5736,82%	77,65%	10269,12%	0,13%	1,93%	2,56%
6. BELÇİKA	287.528	431.921	424.630	50,22%	-1,69%	47,68%	7,96%	3,14%	2,31%
7. DANİMARKA	169.859	358.140	361.597	110,85%	0,97%	112,88%	4,70%	2,60%	1,96%
8. HOLLANDA	65.874	272.592	357.708	313,81%	31,22%	443,02%	1,82%	1,98%	1,94%
9. İTALYA	146.559	350.092	336.440	138,87%	-3,90%	129,56%	4,06%	2,54%	1,83%
10. İSPANYA	64.467	115.123	311.544	78,58%	170,62%	383,26%	1,78%	0,84%	1,69%
11. MEKSİKA	122.075	265.607	276.196	117,58%	3,99%	126,25%	3,38%	1,93%	1,50%
12. VIETNAM	7.412	96.503	252.854	1201,98%	162,02%	3311,41%	0,21%	0,70%	1,37%
13. ESTONYA	43.883	212.020	209.022	383,15%	-1,41%	376,32%	1,21%	1,54%	1,13%
14. TÜRKİYE	16.140	105.109	198.698	551,23%	89,04%	1131,09%	0,45%	0,76%	1,08%
15. İNGİLTERE	78.618	121.268	187.601	54,25%	54,70%	138,62%	2,18%	0,80%	1,02%
16. PORTEKİZ	16.020	104.760	180.552	553,93%	72,35%	1027,04%	0,44%	0,76%	0,98%
17. İSVEÇ	81.504	175.933	175.676	115,86%	-0,15%	115,54%	2,26%	1,28%	0,95%
18. AVUSTURYA	85.073	194.003	159.775	128,04%	-17,64%	87,81%	2,35%	1,41%	0,87%
19. LİTVANYA	21.757	88.710	155.230	307,73%	74,99%	613,47%	0,60%	0,64%	0,84%
20. ROMANYA	2.778	32.665	154.911	1075,85%	374,24%	5476,35%	0,08%	0,24%	0,84%
21. FRANSA	109.962	159.639	153.752	45,18%	-3,69%	39,82%	3,04%	1,16%	0,83%
22. BULGARİSTAN	1.744	57.610	148.442	3203,33%	157,67%	8411,58%	5,50%	0,42%	0,81%
23. TAYLAND	34.064	66.041	130.093	93,87%	96,99%	281,91%	0,94%	0,48%	0,71%
24. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	0	0	116.898						0,63%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.12’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9404. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde en fazla ihracat yapan ilk üç ülke sırasıyla; Çin, Polonya ve ABD olurken son üç ülke sırasıyla; Bulgaristan, Tayland ve Birleşik Arap Emirlikleri olarak gerçekleşmiştir.

Toplam dış ticaret 2001 yılında 3,6 milyar \$, 2011 yılında 13,7 milyar \$ ve 2018 yılında 18,4 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %281,12, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %33,74 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %409,72 şeklinde gerçekleşmiştir.

2018 yılı itibariyle, ilk yirmi dört ihracatçı ülke içinde en yüksek payı olan ülke %51,59 ile Çin, payı en düşük olan ülke %0,63 ile Birleşik Arap Emirlikleri'dir.

İhracatını 2001 yılından 2011 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Hindistan (%5736,82), Bulgaristan (%3203,33), Vietnam (%1201,98) ve Romanya (%1075,85) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

İhracatını 2011 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Romanya (%374,24), İspanya (%170,62), Vietnam (%162,02) ve Bulgaristan (%157,67) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülkeler Avusturya (%-17,64), Almanya (%-5,08), İtalya (%3,90), Fransa (%-3,69), Belçika (%-1,69), Estonya (%-1,41) ve İsveç (%-0,15) olmuştur.

İhracatını 2001 yılından 2018 yılına oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Hindistan (%10269,12), Bulgaristan (%8411,58), Romanya (%5476,35) ve Vietnam (%3311,41) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9404. Fasil dünya ihracatının %90,88'ini meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9404. Fasil dünya ihracatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Çin, Polonya, Hindistan, Vietnam, Türkiye, Portekiz, Litvanya ve Romanya olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Almanya, Belçika, Danimarka, İtalya, Meksika, İsveç, Avusturya ve Fransa olmuştur.

2.4. Dünya Mobilyacılık Sektörü Dış Ticaret Dengesi

Tablo 2.13. Mobilyacılık Sektörü Dünya Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)

GTİP 94. FASIL (94.05-94.06 HARIÇ) DIŞ TİCARET FAZLASINDA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000 \$)				GTİP 94. FASIL (94.05-94.06 HARIÇ) DIŞ TİCARET AÇIĞINDA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000 \$)			
ÜLKELER	2001	2011	2018	ÜLKELER	2001	2011	2018
DÜNYA	-1.100.436	984.805	585.878	DÜNYA	-1.100.436	984.805	585.878
1. ÇİN	4.815.398	42.936.963	60.886.917	1. FRANSA	-1.440.170	-6.000.253	-6.583.690
2. POLONYA	2.094.052	7.873.459	10.531.067	2. İNGİLTERE	-2.380.662	-5.797.903	-6.383.988
3. İTALYA	7.556.372	8.815.478	9.153.347	3. JAPONYA	-3.370.645	-4.925.698	-6.012.649
4. VIETNAM	265.812	3.025.467	6.608.247	4. AVUSTRALYA	-574.887	-2.813.425	-3.614.244
5. MEKSİKA	2.084.488	2.870.235	5.159.044	5. İSVİÇRE	-1.036.963	-2.733.973	-2.938.174
6. TÜRKİYE	75.617	716.989	2.093.900	6. KANADA	1.737.112	-2.461.530	-2.606.141
7. ÇEK CUMHURİYETİ	572.203	1.338.159	1.566.924	7. ALMANYA	-1.413.146	-939.311	-2.105.652
8. LİTVANYA	122.220	1.063.029	1.761.725	8. NORVEÇ	-404.961	-1.549.360	-1.634.505
9. ROMANYA	413.356	1.354.396	1.803.373	9. RUSYA	-186.066	-2.563.657	-1.591.630
10. MALEZYA	1.267.722	2.110.604	1.745.297	10. HOLLANDA	-1.073.993	-1.740.103	-2.448.876
11. TAİPEİ, ÇİNCE	1.058.664	904.732	996.636	11. SUUDİ ARABİSTAN	-265.422	-1.186.799	-1.451.268
12. PORTEKİZ	68.428	588.094	1.094.035	12. KÖRE CUMHURİYETİ	-50.074	-679.477	-1.418.051
13. ESTONYA	141.412	498.581	459.476	13. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			-1.040.050
14. ENDONEZYA	1.418.829	1.449.054	1.151.516	14. BELÇİKA	-218.871	-1.408.411	-1.117.352
15. SLOVENYA	498.253	354.240	278.490	15. AVUSTURYA	-263.932	-852.409	-1.231.566
16. DANİMARKA	1.216.888	687.022	662.695	16. IRAK			-904.144
17. BOSNA HERSEK		401.826	489.888	17. SİNGAPUR	-291.331	-648.850	-734.006
18. MACARİSTAN	354.078	778.686	330.216	18. İSPANYA	380.107	-1.307.837	-1.023.225
19. BULGARİSTAN	30.877	177.366	390.188	19. ŞİLİ	-11.095	-357.164	-580.407
20. SIRBİSTAN		96.461	376.946	20. KATAR	-64.825	-450.751	-518.790
21. UKRAYNA	7.207	46.928	407.256	21. FİNLANDİYA	-74.002	-494.940	-688.518
22. BELARUS	133.099	317.729	353.546	22. İSRAİL	-296.309	-405.825	-676.963
23. MAKEDONYA	-6.677	681	205.928	23. YENİ ZELANDA	-58.040	-414.336	-562.417
24. LETONYA	49.697	51.792	92.850	24. HONG KONG, ÇİN	-238.171	-542.274	-742.801
25. TUNUS	4.299	23.727	140.932	25. KUVEYT	-124.030	-340.134	-510.832

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 2.13’de bulunan veriler göz önüne alındığında GTİP 94. (94.05-94.06 hariç) Fasılda 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde en fazla dış ticaret fazlası veren ilk üç ülke Çin, Polonya ve İtalya olurken son üç ülke Makedonya, Letonya ve Tunus olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde en fazla dış ticaret açığı veren ilk üç ülke ise Fransa, İngiltere ve Japonya olurken son üç ülke ise Yeni Zelanda, Hong Kong Çin ve Kuveyt olmuştur.

2.4.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya Dış Ticaret Dengesi

Tablo 2.14. GTİP No. 9401. Dünya Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)

GTİP 9401.FASIL DIŞ TİCARET FAZLASINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)				GTİP 9401.FASIL DIŞ TİCARET AÇIĞINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)			
ÜLKELER	2001	2011	2018	ÜLKELER	2001	2011	2018
DÜNYA	-956.603	-3.295.190	-3.103.849	DÜNYA	-956.603	-3.295.190	-3.103.849
1. ÇİN	1.374.199	15.535.570	24.256.047	1. ABD	-5.154.759	-13.025.700	-21.948.212
2. POLONYA	1.087.078	4.145.797	4.843.845	2. ALMANYA	-1.273.406	-3.277.539	-3.765.559
3. MEKSİKA	1.657.843	2.485.938	4.325.819	3. FRANSA	-539.482	-2.484.174	-2.667.947
4. İTALYA	3.103.381	2.362.625	2.647.646	4. JAPONYA	-883.101	-936.669	-2.069.914
5. VIETNAM	63.566	710.249	1.863.543	5. İNGİLTERE	-958.487	-2.130.115	-1.876.437
6. ROMANYA	74.300	886.748	1.484.184	6. KANADA	-230.718	-1.490.793	-1.861.338
7. ÇEK CUMHURİYETİ	402.808	1.072.427	1.125.296	7. AVUSTRALYA	-271.609	-1.113.060	-1.343.785
8. TÜRKİYE	64.555	166.706	617.886	8. İSPANYA	40.375	-928.287	-1.220.484
9. PORTEKİZ	115.033	262.289	434.961	9. RUSYA	-58.220	-1.144.181	-916.460
10. LİTVANYA	19.033	247.893	421.450	10. İSVİÇRE	-367.399	-870.469	-898.317
11. BOSNA HERSEK		332.016	349.984	11. HOLLANDA	-421.513	-522.568	-849.572
12. MACARİSTAN	361.446	680.317	309.100	12. SLOVAKYA	80.365	56.189	-676.485
13. ENDONEZYA	529.906	374.117	267.140	13. AVUSTURYA	-128.257	-414.277	-626.333
14. TAYLAND	274.411	272.467	253.062	14. BELÇİKA	-299.245	-859.869	-624.978
15. UKRAYNA	11.216	53.734	234.099	15. SUUDİ ARABİSTAN	-39.763	-291.325	-409.388
16. MALEZYA	257.707	357.265	218.675	16. BREZİLYA	-39.029	-240.477	-396.654
17. TAİPEİ, ÇİNCE	220.607	169.215	216.910	17. NORVEÇ	25.586	-251.176	-383.036
18. SİRBİSTAN		65.573	226.603	18. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			-375.421
19. BULGARİSTAN	19.987	116.430	196.734	19. FİNLANDIYA	-71.951	-186.304	-370.303
20. SLOVENYA	346.027	226.313	169.199	20. İSVEÇ	-168.569	-217.585	-341.786
21. MAKEDONYA	-1.809	4.328	196.157	21. KORE CUMHURİYETİ	-69.568	-78.361	-308.399
22. TUNUS	-2.268	-14.049	134.590	22. İSRAİL	-79.299	-186.344	-297.983
23. MOLDOVA CUMHURİYETİ	-956	37.273	113.708	23. ARJANTİN	141.172	-248.778	-246.168
24. FAS	-10.255	-52.987	110.716	24. HİNDİSTAN	-5.084	-130.331	-244.344
25. ESTONYA	19.383	131.734	91.120	25. YENİ ZELENDA	-31.878	-177.511	-210.407

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 2.14’de bulunan veriler göz önüne alındığında GTİP 9401. Fasılda 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde en fazla dış ticaret fazlası veren ilk üç ülke Çin, Polonya ve Meksika olurken son üç ülke Moldova Cumhuriyeti, Fas ve Estonya olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde en fazla dış ticaret açığı veren ilk üç ülke ise ABD, Almanya ve Fransa olurken son üç ülke ise Arjantin, Hindistan ve Yeni Zelanda olmuştur.

2.4.2. GTİP No. 9402”Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi

Tablo 2.15. GTİP No. 9402. Dünya Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)

GTİP 9402.FASIL DIŞ TİCARET FAZLASINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)				GTİP 9402.FASIL DIŞ TİCARET AÇIĞINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)			
ÜLKELER	2001	2011	2018	ÜLKELER	2001	2011	2018
DÜNYA	158.679	-361.512	-231.660	DÜNYA	158.679	-361.512	-231.660
1. ÇİN	-9.312	317.928	608.370	1. ABD	218.466	178.076	-387.983
2. ALMANYA	113.557	425.087	366.169	2. İNGİLTERE	-17.336	-16.501	-112.538
3. POLONYA	4.054	63.614	171.152	3. KANADA	-33.073	-30.881	-98.249
4. ÇEK CUMHURİYETİ	16.208	100.340	148.186	4. AVUSTRALYA	-5.119	-46.938	-92.724
5. MEKSİKA	-11.853	29.642	137.800	5. SUUDİ ARABİSTAN	-13.704	-83.857	-78.703
6. TAİPEİ, ÇİNCE	21.668	100.873	108.297	6. RUSYA	-20.176	-84.316	-68.700
7. İTALYA	47.027	59.480	56.296	7. AVUSTURYA	-3.530	-30.696	-62.228
8. TÜRKİYE	-5.824	-5.686	21.737	8. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			-51.268
9. VİETNAM	250	9.634	18.992	9. SINGAPUR	-4.498	-10.426	-50.497
10. FİNLANDİYA	15.425	29.399	15.979	10. FRANSA	23.441	-94.627	-48.349
11. İSVEÇ	4.951	3.870	8.914	11. HOLLANDA	4.409	-39.493	-39.624
12. BELARUS	458	8.828	6.884	12. NORVEÇ	-20.315	-46.594	-39.078
13. ESTONYA	-879	4.486	5.497	13. İSVİÇRE	-3.336	-29.208	-38.697
14. DANİMARKA	30.471	23.200	4.170	14. BREZİLYA	-1.303	-12.348	-35.897
15. SERBEST BÖLGELER	63	836	2.827	15. HİNDİSTAN	-4.172	-10.712	-29.619
16. PORTEKİZ	-10.102	-10.114	2.794	16. GÜNEY AFRİKA	-1.441	-22.895	-29.447
17. SLOVENYA	-1.396	-2.239	2.135	17. ŞİLİ	-3.810	-21.232	-29.287
18. LİTVANYA	-833	-1.305	652	18. ENDONEZYA	5.679	-5.229	-28.868
19. İRAN	-674	-1.905	571	19. KUVEYT	-4.663	-14.691	-28.092
20. SLOVAKYA	581	2.077	502	20. BELÇİKA	-14.264	-22.322	-24.858
21. MACARİSTAN	-727	5.587	242	21. ROMANYA	-6.685	-19.846	-19.792
22. BULGARİSTAN	-1.326	-349	225	22. JAPONYA	-1.340	-20.238	-19.745
23. LİBERYA			40	23. FİLİPİNLER	-1.997	-5.603	-18.760
24. TOKELAU	-3	-28	7	24. İSRAİL	-5.482	-11.858	-18.707
25. TAVALU		-7	-1	25. TAYLAND	-1.279	-9.973	-18.667

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 2.15'te bulunan veriler göz önüne alındığında GTİP 9402. Fasılda 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde en fazla dış ticaret fazlası veren ilk üç ülke Çin, Almanya ve Polonya olurken son üç ülke Liberya, Tokelau ve Tavalu olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde en fazla dış ticaret açığı veren ilk üç ülke ise ABD, İngiltere ve Kanada olurken son üç ülke ise Filipinler, İsrail ve Tayland olmuştur.

2.4.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi

Tablo 2.16. GTİP No. 9403. Dünya Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)

GTİP 9403.FASIL DIŞ TİCARET FAZLASINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)				GTİP 9403.FASIL DIŞ TİCARET AÇIĞINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)			
ÜLKELER	2001	2011	2018	ÜLKELER	2001	2011	2018
DÜNYA	-108.220	3.620.624	2.335.658	DÜNYA	-108.220	3.620.624	2.335.658
1. ÇİN	2.355.039	20.309.714	26.756.065	1. ABD	-8.171.709	-13.507.365	-24.535.983
2. İTALYA	4.325.380	6.334.184	6.435.030	2. İNGİLTERE	-1.338.772	-3.222.630	-3.928.377
3. VİETNAM	194.872	2.215.634	4.508.403	3. FRANSA	-821.374	-3.113.689	-3.266.583
4. POLONYA	914.222	2.847.451	4.394.683	4. JAPONYA	-1.807.024	-2.674.312	-2.579.767
5. ALMANYA	-111.203	2.254.477	1.855.311	5. AVUSTRALYA	-268.078	-1.380.183	-1.745.509
6. MALEZYA	988.551	1.711.601	1.521.198	6. İSVİÇRE	-627.553	-1.628.007	-1.726.588
7. TÜRKİYE	4.180	545.797	1.302.835	7. HOLLANDA	-571.346	-964.274	-1.389.855
8. LİTVANYA	84.662	758.730	1.219.045	8. NORVEÇ	-400.106	-1.148.699	-1.102.451
9. ENDONEZYA	875.812	1.049.153	901.050	9. SUUDİ ARABİSTAN	-201.112	-729.305	-820.915
10. TAIPEİ, ÇİNCE	813.948	683.377	750.870	10. KORE CUMHURİYETİ	8.171	-421.547	-729.142
11. PORTEKİZ	-38.833	298.842	560.275	11. İRAK			-600.769
12. MEKSİKA	356.183	239.106	558.376	12. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			-583.259
13. DANİMARKA	1.008.580	635.693	531.226	13. BELÇİKA	-77.976	-664.962	-575.423
14. BREZİLYA	386.707	415.555	485.400	14. RUSYA	-98.003	-1.251.866	-561.843
15. ÇEK CUMHURİYETİ	145.449	211.035	332.301	15. AVUSTURYA	-128.874	-373.339	-443.112
16. BELARUS	105.547	225.912	294.123	16. HONG KONG, ÇİN	-170.201	-316.629	-436.995
17. ROMANYA	344.929	486.977	275.278	17. SİNGAPUR	-216.290	-400.269	-366.776
18. SLOVAKYA	84.575	260.030	247.758	18. İSRAİL	-198.159	-173.486	-303.449
19. İSPANYA	454.375	-146.953	230.756	19. KUVEYT	-79.731	-196.002	-300.833
20. MİSİR	-1.933	178.188	209.942	20. İRLANDA	-142.556	-188.734	-280.258
21. ESTONYA	81.488	162.585	175.513	21. KATAR	-50.677	-311.262	-278.960
22. HİNDİSTAN	19.447	-125.887	154.981	22. YENİ ZELENDA	-20.359	-182.267	-268.813
23. UKRAYNA	-1.206	13.019	154.407	23. ŞİLİ	14.235	-169.919	-261.694
24. BOSNA HERSEK		60.358	137.975	24. FİNLANDİYA	7.453	-254.104	-224.865
25. SİRBİSTAN		36.793	126.154	25. UMMAN	-21.856	-88.358	-220.060

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 2.16’da bulunan veriler göz önüne alındığında GTİP 9403. Fasılda 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde en fazla dış ticaret fazlası veren ilk üç ülke Çin, İtalya ve Vietnam olurken son üç ülke Ukrayna, Bosna Hersek ve Sırbistan olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde en fazla dış ticaret açığı veren ilk üç ülke ise ABD, İngiltere ve Fransa olurken son üç ülke ise Şili, Finlandiya ve Umman olmuştur.

2.4.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi

Tablo 2.17. GTİP No. 9404. Dünya Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)

GTİP 9404.FASIL DIŞ TİCARET FAZLASINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)				GTİP 9404.FASIL DIŞ TİCARET AÇIĞINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)			
ÜLKELER	2001	2011	2018	ÜLKELER	2001	2011	2018
DÜNYA	-194.292	1.020.883	1.585.729	DÜNYA	-194.282	1.020.883	1.585.729
1. ÇİN	1.095.472	6.773.751	9.266.435	1. ABD	-564.229	-2.263.661	-3.905.383
2. POLONYA	88.698	816.597	1.121.387	2. JAPONYA	-679.180	-1.294.479	-1.343.223
3. HİNDİSTAN	3.368	244.124	426.245	3. FRANSA	-102.755	-515.635	-600.811
4. VIETNAM	7.124	89.950	217.309	4. ALMANYA	-142.094	-391.336	-561.573
5. ESTONYA	40.836	199.776	187.346	5. KANADA	-34.355	-378.550	-509.468
6. TÜRKİYE	12.706	10.172	151.442	6. İNGİLTERE	-66.067	-428.657	-466.636
7. DANİMARKA	103.309	162.920	140.146	7. AVUSTRALYA	-30.081	-273.244	-432.226
8. MEKSİKA	82.315	115.549	137.049	8. KORE CUMHURİYETİ	10.411	-177.573	-372.296
9. BULGARİSTAN	461	45.388	121.277	9. İSVİÇRE	-38.675	-206.289	-274.572
10. LİTVANYA	19.358	57.711	120.578	10. İSVEÇ	-5.887	-125.149	-182.438
11. BELÇİKA	172.614	138.742	107.907	11. HOLLANDA	-85.543	-213.768	-169.825
12. PORTEKİZ	2.330	36.804	96.005	12. SUUDİ ARABİSTAN	-10.843	-82.312	-142.262
13. PAKİSTAN		85.107	87.759	13. HONG KONG, ÇİN	-40.478	-76.303	-129.164
14. ROMANYA	812	517	63.703	14. IRAK			-129.058
15. BANGLADEŞ	-89	13.552	55.800	15. SİNGAPUR	-22.723	-90.894	-111.155
16. FİLİPİNLER	4.462	-1.146	48.783	16. NORVEÇ	-10.126	-102.891	-109.940
17. TAYLAND	32.910	33.046	30.229	17. FİNLANDIYA	-24.929	-83.931	-109.329
18. UKRAYNA	-772	-8.857	30.174	18. AVUSTURYA	-3.271	-34.097	-99.893
19. MAKEDONYA	-781	7.568	26.723	19. ŞİLİ	-2.057	-40.938	-84.704
20. SIRBİSTAN		-4.259	25.859	20. TAIPEİ, ÇİNCE	2.441	-48.733	-79.441
21. MACARİSTAN	15.109	50.675	23.467	21. YENİ ZELENDYA	-3.749	-46.338	-70.752
22. GÜNEY AFRİKA	-358	20.121	15.970	22. KUVEYT	-11.748	-47.826	-70.715
23. SRİ LANKA	2.785	8.745	15.438	23. BREZİLYA	2.129	-33.604	-64.140
24. İTALYA	80.584	59.189	14.375	24. İSRAİL	-13.369	-34.140	-56.824
25. GUATEMALA	-546	7.369	14.228	25. KATAR	-4.281	-33.679	-47.804

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 2.17’de bulunan veriler göz önüne alındığında GTİP 9404. Fasılda 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde en fazla dış ticaret fazlası veren ilk üç ülke Çin, Polonya ve Hindistan olurken son üç ülke Sri Lanka, İtalya ve Guatemala olmuştur. 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde en fazla dış ticaret açığı veren ilk üç ülke ise ABD, Japonya ve Fransa olurken son üç ülke ise Brezilya, İsrail ve Katar olmuştur.

2.5. Türkiye Mobilyacılık Sektörü İthalatı

Tablo 2.18. Mobilyacılık Sektöründe Türkiye İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001-2011%	DEĞİŞİM 2011-2018%	DEĞİŞİM 2001-2018%	T.İ.P. 2001%	T.İ.P. 2011%	T.İ.P. 2018%
DÜNYA	122.791	941.391	592.840	666,66%	-37,03%	382,80%			
1. ALMANYA	26.346	87.802	78.462	233,27%	-10,64%	197,81%	21,46%	9,33%	13,23%
2. ÇİN	2.631	343.858	78.108	12969,48%	-77,28%	2868,76%	2,14%	36,53%	13,18%
3. İTALYA	36.791	93.429	74.750	153,95%	-19,99%	103,17%	29,96%	9,92%	12,61%
4. POLONYA	316	51.447	49.606	16180,70%	-3,58%	15598,10%	0,26%	5,46%	8,37%
5. FRANSA	16.442	42.483	30.731	158,38%	-27,66%	86,91%	13,39%	4,51%	5,18%
6. ROMANYA	52	27.122	24.148	52057,69%	-10,97%	46338,46%	0,04%	2,88%	4,07%
7. BULGARİSTAN	158	8.121	23.802	5039,87%	193,09%	14964,56%	0,13%	0,86%	4,01%
8. ABD	9.780	15.351	21.764	56,96%	41,78%	122,54%	7,96%	1,63%	3,67%
9. TAYLAND	313	3.104	19.509	891,69%	528,51%	6132,91%	0,25%	0,33%	3,29%
10. İSPANYA	3.914	39.842	14.732	917,94%	-63,02%	276,39%	3,19%	4,23%	2,48%
11. SIRBİSTAN	0	277	12.778		4513,00%			0,03%	2,16%
12. SERBEST BÖLGELER	701	27.836	12.267	3870,90%	-55,93%	1649,93%	0,57%	2,96%	2,07%
13. KORE CUMHURİYETİ	206	8.127	11.816	3845,15%	45,39%	5635,92%	0,17%	0,86%	1,99%
14. MALEZYA	180	3.678	10.988	1943,33%	198,75%	6004,44%	0,15%	0,39%	1,85%
15. PORTEKİZ	103	4.684	10.596	4447,57%	126,22%	10187,38%	0,08%	0,50%	1,79%
16. LİTVANYA	0	7.066	10.454		47,95%			0,75%	1,76%
17. İNGİLTERE	7.257	21.956	10.293	202,55%	-53,12%	41,84%	5,91%	2,33%	1,74%
18. JAPONYA	259	16.905	10.250	6427,03%	-39,37%	3857,53%	0,21%	1,80%	1,73%
19. ÇEK CUMHURİYETİ	119	8.430	9.444	6984,03%	12,03%	7836,13%	0,10%	0,90%	1,59%
20. MACARİSTAN	66	6.413	8.547	9616,67%	33,28%	12850,00%	0,05%	0,68%	1,44%
21. HİNDİSTAN	131	11.854	7.361	8948,85%	-37,90%	5519,08%	0,11%	1,26%	1,24%
22. VIETNAM	900	20.609	6.950	2189,89%	-66,28%	672,22%	0,73%	2,19%	1,17%
23. SLOVAKYA	32	10.387	6.656	32359,38%	-35,92%	20700,00%	0,03%	1,10%	1,12%
24. HOLLANDA	1.970	4.713	5.573	139,24%	18,25%	182,89%	1,60%	0,50%	0,94%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.18’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 94. (94.05-94.06 hariç) Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde Türkiye’nin en fazla ithalat yaptığı ilk üç ülke sırasıyla; Almanya, Çin ve İtalya olurken son üç ülke sırasıyla; Vietnam, Slovakya ve Hollanda olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye’nin toplam dış ticareti 2001 yılında 122,7 milyon \$, 2011 yılında 941,3 milyon \$ ve 2018 yılında 592,8 milyon \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %666,66, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki azalış %-37,03 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %382,80 şeklinde gerçekleşmiştir. Dünyada 94. (94.05-94.06 hariç) Fasılda Türkiye 43.sırada bulunmaktadır.

2018 yılı itibariyle, Türkiye’nin ithalat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke içinde en yüksek payı olan ülke %13,23 ile Almanya, payı en düşük olan ülke %0,94 ile Hollanda’dır.

Türkiye’nin 2001 yılından 2011 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Romanya (%52057,69), Slovakya (%32359,38), Polonya (%16180,70) ve Çin (%12969,48) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

Türkiye’nin 2011 yılından 2018 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Sırbistan (%4513,00), Tayland (%528,51), Kore Cumhuriyeti (%198,75) ve Bulgaristan (%193,09) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler Çin (%-77,28), Vietnam (%-66,28), İspanya (%-63,02), Serbest Bölgeler (%-55,93), İngiltere (%-53,12), Japonya (%-39,37), Hindistan (%-37,90), Slovakya (%-35,92), Fransa (%-27,66), İtalya (%-19,99), Romanya (%-10,97), Almanya (%-10,64) ve Polonya (%-3,58) olmuştur.

Türkiye’nin 2001 yılından 2018 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Romanya (%46338,46), Slovakya (%20700,00), Polonya (%15598,10) ve Bulgaristan (%14964,56) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 94. (94.05-94.06 hariç) Fasılda Türkiye ithalatının %92,68’ini meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 94. (94.05-94.06 hariç) Fasılda Türkiye ithalatındaki payını devamlı

olarak yükselten ülkeler Polonya, Romanya, Bulgaristan, Tayland, Kore Cumhuriyeti, Malezya, Portekiz, Çek Cumhuriyeti, Macaristan ve Slovakya olurken, payını devamlı olarak düşüren ülke İngiltere olmuştur.

Tablo 2.19. Türkiye Mobilyacılık Sektörü İthalatının Genel Türkiye İthalatı İçindeki Payı (1000 Dolar)

YIL	TÜRKİYE'NİN GENEL İTHALATI	TÜRKİYE MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ İTHALATI	TÜRKİYE MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ İTHALATININ GENEL TÜRKİYE İTHALATI İÇİNDEKİ PAYI
2001	41.399.079	122.791	0,30%
2011	240.841.676	941.391	0,39%
2018	223.046.879	592.840	0,27%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.19’da bulunan Türkiye’nin genel ithalat rakamları ve Türkiye mobilyacılık sektörü ithalat rakamları ele alınarak incelendiğinde 2001 yılında Türkiye’nin genel ithalatı 41,3 milyar \$, 2011 yılında 240,8 milyar \$ ve 2018 yılında 223 milyar \$ olduğu, Türkiye mobilyacılık sektörü ithalat rakamlarının ise 2001 yılında 122,7 milyon \$, 2011 yılında 941,3 milyon \$ ve 2018 yılında 592,8 milyon \$ şeklinde olduğu görülmektedir. Bu rakamlardan yola çıkılarak Türkiye mobilyacılık sektörü ithalatının genel Türkiye ithalatı içindeki payının 2001 yılında (%0,30), 2011 yılında (%0,39) ve 2018 yılında (%0,27) olduğu tespit edilmiştir.

2.5.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İthalatı

Tablo 2.20. GTİP No. 9401. Türkiye İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	T.i.i.P. 2001%	T.i.i.P. 2011%	T.i.i.P. 2018%
DÜNYA	49.818	465.425	338.118	834,25%	-27,35%	578,71%			
1. ALMANYA	11.354	36.965	45.834	225,57%	23,99%	303,68%	22,79%	7,94%	13,56%
2. ÇİN	901	189.096	43.216	20887,35%	-77,15%	4696,45%	1,81%	40,63%	12,78%
3. İTALYA	10.666	31.343	30.042	193,86%	-4,15%	181,66%	21,41%	6,73%	8,89%
4. FRANSA	9.648	30.595	26.326	217,11%	-13,95%	172,86%	19,37%	6,57%	7,79%
5. POLONYA	140	19.816	23.369	14054,29%	17,93%	16592,14%	0,28%	4,26%	6,91%
6. TAYLAND	158	1.451	19.191	818,18%	1222,61%	12046,20%	0,32%	0,31%	5,68%
7. ABD	3.971	7.292	16.271	83,63%	123,13%	309,75%	7,97%	1,57%	4,81%
8. ROMANYA	7	24.415	15.984	348685,71%	-34,53%	228242,86%	0,01%	5,25%	4,73%
9. SİRBİSTAN	0	40	12.198		30395,00%			0,01%	3,61%
10. KORE CUMHURİYE Tİ	139	7.879	11.239	5568,35%	42,65%	7985,61%	0,28%	1,69%	3,32%
11. JAPONYA	93	16.713	10.113	17870,97%	-39,49%	10774,19%	0,19%	3,59%	2,99%
12. PORTEKİZ	94	2.483	7.730	2541,49%	211,32%	8123,40%	0,19%	0,53%	2,29%
13. MACARİSTA N	6	4.871	7.662	81083,33%	57,30%	127600,00%	0,01%	1,05%	2,27%
14. MALEZYA	108	2.283	7.283	2013,89%	219,01%	6643,52%	0,22%	0,49%	2,15%
15. İNGİLTERE	4.003	6.943	7.020	73,44%	1,11%	75,37%	8,04%	1,49%	2,08%
16. BULGARİST AN	63	4.011	6.078	6266,67%	51,53%	9547,62%	0,13%	0,86%	1,80%
17. ÇEK CUMHURİYE Tİ	97	3.528	5.992	3537,11%	69,84%	6077,32%	0,19%	0,76%	1,77%
18. HİNDİSTAN	46	6.758	5.563	14591,30%	-17,68%	11993,48%	0,09%	1,45%	1,65%
19. İSPANYA	2.599	24.180	5.538	830,36%	-77,10%	113,08%	5,22%	5,20%	1,64%
20. VİETNAM	610	13.552	4.325	2121,64%	-68,09%	609,02%	1,22%	2,91%	1,28%
21. HOLLANDA	516	1.633	3.861	216,47%	136,44%	648,26%	1,04%	0,35%	1,14%
22. İSRAİL	41	293	3.320	614,63%	1033,11%	7997,56%	0,08%	0,06%	0,98%
23. BELÇİKA	192	1.377	3.286	617,19%	138,63%	1611,46%	0,39%	0,30%	0,97%
24. LİTVANYA	0	482	3.081		539,21%			0,10%	0,91%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo2.20’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9401. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde Türkiye’nin en fazla ithalat yaptığı ilk üç ülke sırasıyla; Almanya, Çin ve İtalya olurken son üç ülke sırasıyla; İsrail, Belçika ve Litvanya olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin toplam dış ticareti 2001 yılında 49,8 milyon \$, 2011 yılında 465,4 milyon \$ ve 2018 yılında 338,1 milyon \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %834,25, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki azalış %-27,35 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %578,71 şeklinde gerçekleşmiştir. Dünyada 9401. Fasılda Türkiye 32.sırada bulunmaktadır.

2018 yılı itibariyle, Türkiye'nin ithalat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke içinde en yüksek payı olan ülke %13,56 ile Almanya, payı en düşük olan ülke %0,91 ile Litvanya'dır.

Türkiye'nin 2001 yılından 2011 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Romanya (%348685,71), Macaristan (%81083,33), Çin (%20887,35) ve Japonya (%17870,97) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

Türkiye'nin 2011 yılından 2018 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Sırbistan (%30395,00), Tayland (%1222,61), İsrail (%1033,11) ve Litvanya (%539,21) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler Çin (%-77,15), İspanya (%-77,10), Vietnam (%-68,09), Japonya (%-39,49), Romanya (%-34,53), Hindistan (%-17,68), Fransa (%-13,95) ve İtalya (%-4,15) olmuştur.

Türkiye'nin 2001 yılından 2018 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Romanya (%228242,86), Macaristan (%127600,00), Polonya (%16592,14) ve Tayland (%12046,20) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9401. Fasıll Türkiye ithalatının %96,00'sını meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9401. Fasıll Türkiye ithalatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Polonya, Kore Cumhuriyeti, Portekiz, Macaristan, Malezya, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti ve Hindistan olurken, payını devamlı olarak düşüren ülke İspanya olmuştur.

2.5.2. GTİP No. 9402”Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İthalatı

Tablo 2.21. GTİP No. 9402. Türkiye İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	T.İ.İ.P. 2001%	T.İ.İ.P. 2011%	T.İ.İ.P. 2018%
DÜNYA	7.410	32.296	22.252	335,84%	-31,10%	200,30%			
1. ALMANYA	2.061	12.326	4.618	498,06%	-62,53%	124,07%	27,81%	38,17%	20,75%
2. SERBEST BÖLGELER	2.061	0	3.774	-100,00%		83,11%	27,81%		16,96%
3. ABD	1.393	4.282	3.628	207,39%	-15,27%	160,45%	18,80%	13,26%	16,30%
4. ÇİN	27	3.803	2.697	13985,19%	-29,08%	9888,89%	0,36%	11,78%	12,12%
5. FRANSA	276	3.194	1.978	1057,25%	-38,07%	616,67%	3,72%	9,89%	8,89%
6. FİNLANDİYA	892	743	1.464	-16,70%	97,04%	64,13%	12,04%	2,30%	6,58%
7. ÇEK CUMHURİYETİ	8	1.116	504	13850,00%	-54,84%	6200,00%	0,11%	3,46%	2,26%
8. İTALYA	748	2.957	502	295,32%	-83,02%	-32,89%	10,09%	9,16%	2,26%
9. İNGİLTERE	102	536	480	425,49%	-10,45%	370,59%	1,38%	1,66%	2,16%
10. İSVEÇ	63	352	380	458,73%	7,95%	503,17%	0,85%	1,09%	1,71%
11. İSPANYA	86	50	343	-41,86%	586,00%	298,84%	1,16%	0,15%	1,54%
12. POLONYA	16	74	157	362,50%	112,16%	881,25%	0,22%	0,23%	0,71%
13. SLOVENYA	25	20	91	-20,00%	355,00%	264,00%	0,34%	0,06%	0,41%
14. MEKSİKA	0	62	89		43,55%			0,19%	0,40%
15. PORTEKİZ	0	0	89						0,40%
16. TAYVAN	355	985	72	177,46%	-92,69%	-79,72%	4,79%	3,05%	0,32%
17. HİNDİSTAN	0	30	61		103,33%			0,09%	0,27%
18. KORE CUMHURİYETİ	60	66	45	10,00%	-31,82%	-25,00%	0,81%	0,20%	0,20%
19. NORVEÇ	492	391	40	-20,53%	-89,77%	-91,87%	6,64%	1,21%	0,18%
20. KANADA	4	60	29	1400,00%	-51,67%	625,00%	0,05%	0,19%	0,13%
21. İSVİÇRE	64	383	25	498,44%	-93,47%	-60,94%	0,86%	1,19%	0,11%
22. HOLLANDA	403	153	22	-62,03%	-85,62%	-94,54%	5,44%	0,47%	0,10%
23. BULGARİSTAN	1	42	20	4100,00%	-52,38%	1900,00%	0,01%	0,13%	0,09%
24. DANİMARKA	4	89	19	2125,00%	-78,65%	375,00%	0,05%	0,28%	0,09%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.21’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9402. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde Türkiye’nin en fazla ithalat yaptığı ilk üç ülke sırasıyla; Almanya, Serbest Bölgeler ve ABD olurken son üç ülke sırasıyla; Hollanda, Bulgaristan ve Danimarka olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin toplam dış ticareti 2001 yılında 7,4 milyon \$, 2011 yılında 32,2 milyon \$ ve 2018 yılında 22,2 milyon \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %335,84, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki azalış %-31,10 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %200,30 şeklinde gerçekleşmiştir. Dünyada 9402. Fasılda Türkiye 37.sırada bulunmaktadır.

2018 yılı itibariyle, Türkiye'nin ithalat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke içinde en yüksek payı olan ülke %20,75 ile Almanya, payı en düşük olan ülke %0,09 ile Danimarka'dır.

Türkiye'nin 2001 yılından 2011 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%13985,19), Çek Cumhuriyeti (%13850,00), Bulgaristan (%4100,00) ve Danimarka (%2125,00) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler Serbest Bölgeler (%-100,00), Hollanda (%-62,03), İspanya (%-41,86), Norveç (%-20,53), Slovenya (%-20,00) ve Finlandiya (%-16,70) olmuştur.

Türkiye'nin 2011 yılından 2018 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke İspanya (%586,00), Slovenya (%355,00), Polonya (%112,6) ve Hindistan (%103,33) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler İsviçre (%-93,47), Tayvan (%-92,69), Norveç (%-89,77), Hollanda (%-85,62), İtalya (%-83,02), Danimarka (%-78,65), Almanya (%-62,53), Çek Cumhuriyeti (%-54,84), Bulgaristan (%-52,38), Kanada (%-51,67), Fransa (%-38,07), Kore Cumhuriyeti (%-31,82), Çin (%-29,08), ABD (%-15,27) ve İngiltere (%-10,45) olmuştur.

Türkiye'nin 2001 yılından 2018 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%9888,89), Çek Cumhuriyeti (%6200,00), Bulgaristan (%1900,00) ve Polonya (%881,25) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler Hollanda (%-94,54), Norveç (%-91,87), Tayvan (%-79,72), İsviçre (%-60,94), İtalya (%-32,89) ve Kore Cumhuriyeti (%-25,00) olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9402. Fasil Türkiye ithalatının %94,94'ünü meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9402. Fasil Türkiye ithalatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Çin, İsveç ve Polonya

olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler İtalya, Tayvan, Kore Cumhuriyeti, Norveç ve Hollanda olmuştur.

2.5.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İthalatı

Tablo 2.22. GTİP No. 9403. Türkiye İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	T.İ.İ.P. 2001%	T.İ.İ.P. 2011%	T.İ.İ.P. 2018%
DÜNYA	62.129	348.733	185.214	461,30%	-46,89%	198,11%			
1. İTALYA	25.044	57.252	42.571	128,61%	-25,64%	69,98%	40,31%	16,42%	22,98%
2. ALMANYA	12.461	37.809	27.707	203,42%	-26,72%	122,35%	20,06%	10,84%	14,96%
3. ÇİN	1.254	99.356	24.174	7823,13%	-75,67%	1827,75%	2,02%	28,49%	13,05%
4. POLONYA	154	26.679	23.091	17224,03%	-13,45%	14894,16%	0,25%	7,65%	12,47%
5. İSPANYA	1.213	15.295	8.299	1160,92%	-45,74%	584,17%	1,95%	4,39%	4,48%
6. LİTVANYA	0	6.331	6.969		10,08%			1,82%	3,76%
7. SLOVAKYA	18	5.099	4.180	28227,78%	-18,02%	23122,22%	0,03%	1,46%	2,26%
8. ROMANYA	45	1.639	3.620	3542,22%	120,87%	7944,44%	7,50%	0,47%	1,95%
9. MALEZYA	70	1.395	3.601	1892,86%	158,14%	5044,29%	0,11%	0,40%	1,94%
10. İSVEÇ	226	9.012	3.504	3887,61%	-61,12%	1450,44%	0,36%	2,58%	1,89%
11. MISIR	8	670	3.386	8275,00%	405,37%	42225,00%	0,01%	0,19%	1,83%
12. ÇEK CUMHURİYETİ	14	3.772	2.716	26842,86%	-28,00%	19300,00%	0,02%	1,08%	1,47%
13. PORTEKİZ	7	1.908	2.695	27157,14%	41,25%	38400,00%	0,01%	0,55%	1,46%
14. VİETNAM	286	7.005	2.529	2349,30%	-63,90%	784,27%	0,46%	2,01%	1,37%
15. İNGİLTERE	2.762	14.151	2.274	412,35%	-83,93%	-17,67%	4,25%	4,06%	1,23%
16. BULGARİSTAN	94	2.868	2.267	2951,06%	-20,96%	2311,70%	0,15%	0,82%	1,22%
17. FRANSA	6.297	8.331	2.213	32,30%	-73,44%	-64,86%	10,14%	2,39%	1,19%
18. SERBEST BÖLGELER	540	5.678	1.729	951,48%	-69,55%	220,19%	0,87%	1,63%	0,93%
19. ABD	4.061	3.162	1.658	-22,14%	-47,56%	-59,17%	6,54%	0,91%	0,90%
20. HOLLANDA	1.041	2.833	1.570	172,14%	-44,58%	50,82%	1,68%	0,81%	0,85%
21. HİNDİSTAN	73	2.495	1.453	3317,81%	-41,76%	1890,41%	0,12%	0,72%	0,78%
22. ENDONEZYA	885	9.446	1.424	967,34%	-84,92%	60,90%	1,42%	2,71%	0,77%
23. DANİMARKA	382	2.723	1.332	612,83%	-51,08%	248,69%	0,61%	0,78%	0,72%
24. AVUSTURYA	1.097	7.200	1.242	556,34%	-82,75%	13,22%	1,77%	2,06%	0,67%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.22’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9403. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde Türkiye’nin en fazla ithalat yaptığı ilk üç ülke sırasıyla; İtalya, Almanya

ve Çin olurken, son üç ülke sırasıyla; Endonezya, Danimarka ve Avusturya olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin toplam dış ticareti 2001 yılında 62,1 milyon \$, 2011 yılında 348,7 milyon \$ ve 2018 yılında 185,2 milyon \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %461,30, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki azalış %-46,89 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %198,11 şeklinde gerçekleşmiştir. Dünyada 9403. Fasılda Türkiye 53.sırada bulunmaktadır.

2018 yılı itibariyle, Türkiye'nin ithalat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke içinde en yüksek payı olan ülke %22,98 ile İtalya, payı en düşük olan ülke %0,67 ile Avusturya'dır.

Türkiye'nin 2001 yılından 2011 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Slovakya (%28227,78), Portekiz (%27157,14), Çek Cumhuriyeti (%26842,86) ve Polonya (%17224,03) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke ABD (%-22,14) olmuştur.

Türkiye'nin 2011 yılından 2018 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Mısır (%405,37), Malezya (%158,14), Romanya (%120,87) ve Portekiz (%41,25) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler Endonezya (%-84,92), İngiltere (%-83,93), Avusturya (%-82,75), Çin (%-75,67), Fransa (%-73,44), Serbest Bölgeler (%-69,55), Vietnam (%-63,90), İsveç (%-61,12), Danimarka (%-51,08), ABD (%-47,56), İspanya (%-45,74), Hollanda (%-44,58), Hindistan (%-41,76), Çek Cumhuriyeti (%-28,00), Almanya (%-26,72), İtalya (%-25,64), Bulgaristan (%-20,96), Slovakya (%-18,02) ve Polonya (%-13,45) olmuştur.

Türkiye'nin 2001 yılından 2018 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Mısır (%42225,00), Portekiz (%38400,00), Slovakya (%23122,22) ve Çek Cumhuriyeti (%19300,00) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler Fransa (%-64,86), ABD (%-59,17) ve İngiltere (%-17,67) olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9403. Fasil Türkiye ithalatının %95,13'ünü meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9403. Fasil

Türkiye ithalatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Polonya, İspanya, Slovakya, Malezya, Mısır, Çek Cumhuriyeti, Portekiz, Bulgaristan ve Hindistan olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler İngiltere, Fransa ve ABD olmuştur.

2.5.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Türkiye İthalatı

Tablo 2.23. GTİP No. 9404. Türkiye İthalat Verileri ve En Çok İthalat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001-2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	T.İ.İ.P. 2001%	T.İ.İ.P. 2011%	T.İ.İ.P. 2018%
DÜNYA	3.434	94.937	47.256	2664,62%	-50,22%	1276,12%			
1. BULGARİSTAN	0	1.200	15.437		1186,42%			1,26%	32,67%
2. ÇİN	449	51.603	7.021	11392,87%	-86,39%	1463,70%	13,08%	54,35%	14,86%
3. SERBEST BÖLGELER	16	22.123	6.658	138168,75%	-69,90%	41512,50%	0,47%	23,30%	14,09%
4. ROMANYA	0	1.068	4.526		323,78%			1,12%	9,58%
5. POLONYA	6	4.878	2.989	81200,00%	-38,72%	49716,67%	0,17%	5,14%	6,33%
6. DANİMARKA	59	2.366	2.534	3910,17%	7,10%	4194,92%	1,72%	2,49%	5,36%
7. İTALYA	333	1.877	1.635	463,66%	-12,89%	390,99%	9,70%	1,98%	3,46%
8. BANGLADEŞ	0	0	884						1,87%
9. HIRVATİSTAN	0	0	604						1,28%
10. İSPANYA	16	317	552	1881,25%	74,13%	3350,00%	0,47%	0,33%	1,17%
11. İNGİLTERE	390	326	519	-16,41%	59,20%	33,08%	11,36%	0,34%	1,10%
12. BELARUS	0	0	454						0,96%
13. LİTVANYA	0	253	388		53,36%			0,27%	0,82%
14. ALMANYA	470	702	303	49,36%	-56,84%	-35,53%	13,69%	0,74%	0,64%
15. HİNDİSTAN	12	2.571	284	21325,00%	-88,95%	2266,67%	0,35%	2,71%	0,60%
16. UKRAYNA	0	21	239		1038,10%			0,02%	0,51%
17. ÇEK CUMHURİYETİ	0	14	232		1557,14%			0,01%	0,49%
18. FRANSA	221	363	214	64,25%	-41,05%	-3,17%	6,44%	0,38%	0,45%
19. ABD	355	615	207	73,24%	-66,34%	-41,69%	10,34%	0,65%	0,44%
20. MACARİSTAN	8	725	146	8962,50%	-79,86%	1725,00%	0,23%	0,76%	0,31%
21. BOSNA HERSEK	0	80	143		78,75%			0,08%	0,30%
22. MAKEDONYA	0	18	137		661,11%			0,02%	0,29%
23. HOLLANDA	10	94	120	840,00%	27,66%	1100,00%	0,29%	0,10%	0,25%
24. ESTONYA	0	1.239	116		-90,64%			1,31%	0,25%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.23’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9404. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde Türkiye’nin en fazla ithalat yaptığı ilk üç ülke sırasıyla; Bulgaristan, Çin

ve Serbest Bölgeler olurken son üç ülke sırasıyla; Makedonya, Hollanda ve Estonya olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin toplam dış ticareti 2001 yılında 3,4 milyon \$, 2011 yılında 94,9 milyon \$ ve 2018 yılında 47,2 milyon \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %2664,62, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki azalış %-50,22 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %1276,12 şeklinde gerçekleşmiştir. Dünyada 9404. Fasılda Türkiye 44.sırada bulunmaktadır.

2018 yılı itibariyle, Türkiye'nin ithalat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke içinde en yüksek payı olan ülke %32,67 ile Bulgaristan, payı en düşük olan ülke %0,25 ile Estonya'dır.

Türkiye'nin 2001 yılından 2011 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Serbest Bölgeler(%138168,75), Polonya (%81200,00), Hindistan (%21325,00) ve Çin (%11392,87) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülke İtalya (%-16,41) olmuştur.

Türkiye'nin 2011 yılından 2018 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çek Cumhuriyeti (%1557,14), Bulgaristan (%1186,42), Ukrayna (%1038,10) ve Makedonya (%661,11) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler Estonya (%-90,64), Hindistan (%-88,95), Çin (%-86,39), Macaristan (%-79,86), Serbest Bölgeler (%-69,90), ABD (%-66,34), Almanya (%-56,84), Fransa (%-41,05), Polonya (%-38,72) ve İtalya (%12,89) olmuştur.

Türkiye'nin 2001 yılından 2018 yılına, ithalatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Polonya (%49716,67), Serbest Bölgeler (%41512,50), Danimarka (%4194,92) ve İspanya (%3350,00) olurken, ithalatında düşüş gösteren ülkeler ABD (%-41,69), Almanya (%-35,53) ve Fransa (%-3,17) olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9404. Fasıll Türkiye ithalatının %98,08'ini meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9404. Fasıll Türkiye ithalatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Polonya ve Danimarka olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Almanya ve ABD olmuştur.

2.6. Türkiye Mobilyacılık Sektörü İhracatı

Tablo 2.24. Mobilyacılık Sektöründe Türkiye İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001-2018%	T.i.i.P. 2001%	T.i.i.P. 2011%	T.i.i.P. 2018%
DÜNYA	198.408	1.658.380	2.686.740	735,84%	62,01%	1254,15%			
1. IRAK	0	286.448	448.104		56,43%			17,27%	16,68%
2. ALMANYA	49.888	168.837	204.096	238,43%	20,88%	309,11%	25,14%	10,18%	7,60%
3. SUUDİ ARABİSTAN	5.718	42.623	169.704	645,42%	298,15%	2867,89%	2,88%	2,57%	6,32%
4. FRANSA	12.211	91.390	151.397	648,42%	65,66%	1139,84%	6,15%	5,51%	5,63%
5. ABD	7.763	26.833	118.263	245,65%	340,74%	1423,42%	3,91%	1,62%	4,40%
6. LİBYA	311	17.494	117.636	5525,08%	572,44%	37725,08%	0,16%	1,05%	4,38%
7. İSRAİL	15.838	23.299	93.727	47,11%	302,28%	491,79%	7,98%	1,40%	3,49%
8. İNGİLTERE	5.353	40.776	93.223	661,74%	128,62%	1641,51%	2,70%	2,46%	3,47%
9. ROMANYA	2.550	19.489	70.306	664,27%	260,75%	2657,10%	1,29%	1,18%	2,62%
10. HOLLANDA	16.172	56.553	67.904	249,70%	20,07%	319,89%	8,15%	3,41%	2,53%
11. KATAR	608	9.656	63.441	1488,16%	557,01%	10334,38%	0,31%	0,58%	2,36%
12. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	4.431	18.268	61.838	312,28%	238,50%	1295,58%	2,23%	1,10%	2,30%
13. İTALYA	1.877	34.100	61.485	1716,73%	80,31%	3175,71%	0,95%	2,06%	2,29%
14. İSPANYA	2.015	15.264	51.693	657,52%	238,66%	2465,41%	1,02%	0,92%	1,92%
15. AZERBAJCAN	2.792	108.470	45.723	3785,03%	-57,85%	1537,64%	1,41%	6,54%	1,70%
16. GÜRCİSTAN	617	28.539	41.222	4525,45%	44,44%	6581,04%	0,31%	1,72%	1,53%
17. BELÇİKA	5.251	25.439	37.201	384,46%	46,24%	608,46%	2,65%	1,53%	1,38%
18. FAS	935	8.283	36.417	785,88%	339,66%	3794,87%	0,47%	0,50%	1,36%
19. CEZAYİR	1.129	13.828	34.502	1124,80%	149,51%	2955,98%	0,57%	0,83%	1,28%
20. YUNANİSTAN	4.987	32.831	31.653	558,33%	-3,59%	534,71%	2,51%	1,98%	1,18%
21. RUSYA	4.547	49.110	31.428	980,05%	-36,00%	591,18%	2,29%	2,96%	1,17%
22. KIBRIS	2.062	22.533	27.447	992,77%	21,81%	1231,09%	1,04%	1,36%	1,02%
23. KUVEYT	730	6.721	26.665	820,68%	296,74%	3552,74%	0,37%	0,41%	0,99%
24. ÖZBEKİSTAN	731	3.050	11.129	317,24%	264,89%	1422,44%	0,37%	0,18%	0,41%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.24’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 94. (94.05-94.06 hariç) Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı ilk üç ülke sırasıyla; Irak, Almanya ve Suudi Arabistan olurken son üç ülke sırasıyla; Kıbrıs, Kuveyt ve Özbekistan olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye’nin toplam dış ticareti 2001 yılında 198,4 milyon \$, 2011 yılında 1,6 milyar \$ ve 2018 yılında 2,6 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10

yıllık süredeki artış %735,84, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %62,01 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %1254,15 şeklinde gerçekleşmiştir. Dünyada 94 (94.05-94.06 hariç) Fasılda Türkiye 14.sırada bulunmaktadır.

2018 yılı itibariyle, Türkiye'nin ihracat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke içinde en yüksek payı olan ülke %16,68 ile Irak, payı en düşük olan ülke %0,41 ile Özbekistan'dır.

Türkiye'nin 2001 yılından 2011 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Libya (%5525,08), Gürcistan (%4525,45), Azerbaycan (%3785,03) ve İtalya (%1716,73) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

Türkiye'nin 2011 yılından 2018 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Libya (%572,44), Katar (%557,01), ABD (%340,74) ve Fas (%339,66) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülkeler Azerbaycan (%-57,85), Rusya (%-36,00) ve Yunanistan (%-3,59) olmuştur.

Türkiye'nin 2001 yılından 2018 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Libya (%37725,08), Katar (%10334,38), Gürcistan (%6581,04) ve Fas (%3794,87) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 94. (94.05-94.06 hariç) Fasıl Türkiye ihracatının %78,01'ini meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 94. (94.05-94.06 hariç) Fasıl Türkiye ihracatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Libya, Katar, İtalya, Fas, Cezayir ve Kuveyt olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Almanya, Hollanda, Belçika ve Yunanistan olmuştur.

Tablo 2.25. Türkiye Mobilyacılık Sektörü ihracatının Dünya Mobilyacılık Sektörü İhracatı İçindeki Payı (1000 Dolar)

YIL	DÜNYA MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ İHRACATI	TÜRKİYE MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ İHRACATI	TÜRKİYE MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ İHRACATININ DÜNYA MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ İHRACATI İÇİNDEKİ PAYI
2001	62.054.622	198.408	0,32%
2011	149.456.168	1.658.380	1,11%
2018	192.866.046	2.686.740	1,39%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.25’de bulunan dünya mobilyacılık sektörü ihracatı rakamları ve Türkiye mobilyacılık sektörü ihracatı rakamları ele alınarak incelendiğinde 2001 yılında dünya mobilyacılık sektörü ihracatı 62 milyar \$, 2011 yılında 149,4 milyar \$ ve 2018 yılında 192,8 milyar \$ olduğu, Türkiye mobilyacılık sektörü ihracat rakamlarının ise 2001 yılında 198,4 milyon \$, 2011 yılında 1,6 milyar \$ ve 2018 yılında 2,6 milyar \$ şeklinde olduğu görülmektedir. Bu rakamlardan yola çıkılarak Türkiye mobilyacılık sektörü ihracatının dünya mobilyacılık sektörü ihracatı içindeki payının 2001 yılında (%0,32), 2011 yılında (%1,11) ve 2018 yılında (%1,39) olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2.26. Türkiye Mobilyacılık Sektörü ihracatının Genel Türkiye İhracatı İçindeki Payı (1000 Dolar)

YIL	TÜRKİYE’NİN GENEL İHRACATI	TÜRKİYE MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ İHRACATI	TÜRKİYE MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ İHRACATININ GENEL TÜRKİYE İHRACATI İÇİNDEKİ PAYI
2001	31.333.944	198.408	0,63%
2011	134.906.869	1.658.380	1,23%
2018	167.923.862	2.686.740	1,60%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.26’da yer alan Türkiye’nin genel ihracat rakamları ve Türkiye mobilyacılık sektörü ihracatı rakamları incelendiğinde 2001 yılında Türkiye’nin genel ihracatı 31,3 milyar \$, 2011 yılında 134,9 milyar \$ ve 2018 yılında 167,9 milyar \$ olduğu, Türkiye mobilyacılık sektörü ihracat rakamlarının ise 2001 yılında 198,4 milyon \$, 2011 yılında 1,6 milyar \$ ve 2018 yılında 2,6 milyar \$ şeklinde olduğu görülmektedir. Bu rakamlardan yola çıkılarak Türkiye mobilyacılık sektörü ihracatının genel Türkiye ihracatı içindeki payının 2001 yılında (%0,63) iken 2011 yılında (%1,23)’e çıktığı ve 2018 yılında (%1,60) olarak artışını devam ettirdiği tespit edilmiştir.

2.6.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İhracatı

Tablo 2.27. GTİP No. 9401. Türkiye İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	T.i.i.P. 2001%	T.i.i.P. 2011%	T.i.i.P. 2018%
DÜNYA	114.373	632.131	956.004	452,69%	51,24%	735,87%			
1. IRAK	0	92.996	124.058		33,40%			14,71%	12,98%
2. ALMANYA	35.859	94.059	88.688	162,30%	-5,71%	147,32%	31,35%	14,88%	9,28%
3. ABD	5.613	18.325	80.616	226,47%	339,92%	1336,24%	4,91%	2,90%	8,43%
4. FRANSA	8.146	38.874	76.630	377,22%	97,12%	840,71%	7,12%	6,15%	8,02%
5. İSRAİL	9.228	13.955	41.701	51,22%	198,82%	351,90%	8,07%	2,21%	4,36%
6. SUUDİ ARABİSTAN	2.383	7.133	36.617	199,33%	413,35%	1436,59%	2,08%	1,13%	3,83%
7. İTALYA	1.386	17.528	27.782	1164,65%	58,50%	1904,47%	1,21%	2,77%	2,91%
8. ROMANYA	619	8.591	26.608	1287,88%	209,72%	4198,55%	0,54%	1,36%	2,78%
9. İSPANYA	1.445	10.014	24.870	593,01%	148,35%	1621,11%	1,26%	1,58%	2,60%
10. HOLLANDA	5.443	26.834	23.148	393,00%	-13,74%	325,28%	4,76%	2,21%	2,42%
11. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2.817	5.608	20.513	99,08%	265,78%	628,19%	2,46%	0,89%	2,15%
12. RUSYA	1.177	20.385	19.353	1631,95%	-5,06%	1544,27%	1,03%	3,22%	2,02%
13. KATAR	356	1.796	18.665	404,49%	939,25%	5142,98%	0,31%	0,28%	1,95%
14. İNGİLTERE	2.678	7.559	16.869	182,26%	123,16%	529,91%	2,34%	1,20%	1,76%
15. LİBYA	80	3.742	15.382	4577,50%	311,06%	19127,50%	0,07%	0,59%	1,61%
16. SLOVENYA	14	1.071	14.745	7550,00%	1276,75%	105221,43%	0,01%	0,17%	1,54%
17. AVUSTURYA	10.254	17.495	14.476	70,62%	-17,26%	41,17%	8,97%	2,77%	1,51%
18. BELÇİKA	2.837	7.732	13.250	172,54%	71,37%	367,04%	2,48%	1,22%	1,39%
19. FAS	731	2.454	13.065	235,70%	432,40%	1687,28%	0,64%	0,39%	1,37%
20. ÇİN	2	600	12.748	29900,00%	2024,67%	637300,00%		0,09%	1,33%
21. GÜRCİSTAN	327	7.293	11.899	2130,28%	63,16%	3538,84%	0,29%	1,15%	1,24%
22. İRAN	795	56.844	11.713	7050,19%	-79,39%	1373,33%	0,70%	8,99%	1,23%
23. CEZAYİR	612	2.659	11.511	334,48%	332,91%	1780,88%	0,54%	0,42%	1,20%
24. POLONYA	256	4.106	11.419	1503,91%	178,11%	4360,55%	0,22%	0,65%	1,19%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.27’de bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9401. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı ilk üç ülke sırasıyla; Irak, Almanya ve ABD olurken son üç ülke sırasıyla; İran, Cezayir ve Polonya olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye’nin toplam dış ticareti 2001 yılında 114,3 milyon \$, 2011 yılında 632,1 milyon \$ ve 2018 yılında 956 milyon \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları

arasındaki 10 yıllık süredeki artış %452,69, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %51,24 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %735,87 şeklinde gerçekleşmiştir. Dünyada 94.01 Fasılda Türkiye 17.sırada bulunmaktadır.

2018 yılı itibariyle, Türkiye'nin ihracat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke içinde en yüksek payı olan ülke %12,98 ile Irak, payı en düşük olan ülke %1,19 ile Polonya'dır.

Türkiye'nin 2001 yılından 2011 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%29900,00), Slovenya (%7550,00), İran (%7050,19) ve Libya (%4577,50) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

Türkiye'nin 2011 yılından 2018 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%2024,67), Slovenya (%1276,75), Katar (%939,25) ve Fas (%432,40) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülkeler İran (%-79,39), Avusturya (%-17,26), Hollanda (%-13,74), Almanya (%-5,71) ve Rusya (%-5,06) olmuştur.

Türkiye'nin 2001 yılından 2018 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Çin (%637300,00), Slovenya (%105221,43), Libya (%19127,50) ve Katar (%5142,98) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9401. Fasıll Türkiye ihracatının %79,10'unu meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9401. Fasıll Türkiye ihracatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler İtalya, Romanya, İspanya, Libya, Slovenya, Gürcistan ve Polonya olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Almanya ve Avusturya olmuştur.

2.6.2. GTİP No. 9402”Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İhracatı

Tablo 2.28. GTİP No. 9402. Türkiye İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	T.i.i.P. 2001%	T.i.i.P. 2011%	T.i.i.P. 2018%
DÜNYA	1.586	26.610	43.989	1577,81%	65,31%	2673,58%			
1. SUUDİ ARABİSTAN	35	1.090	3.090	3014,29%	183,49%	8728,57%	2,21%	4,10%	7,02%
2. LİBYA	1	197	2.894	19600,00%	1369,04%	289300,00%	0,06%	0,74%	6,58%
3. ALMANYA	289	2.257	2.791	680,97%	23,66%	865,74%	18,22%	8,48%	6,34%
4. IRAK	0	2.124	2.295		8,05%			7,98%	5,22%
5. ROMANYA	69	1.091	1.982	1481,16%	81,67%	2772,46%	4,35%	4,10%	4,51%
6. FRANSA	34	349	1.944	926,47%	457,02%	5617,65%	2,14%	1,31%	4,42%
7. AZERBAJCAN	11	1.441	1.628	13000,00%	12,98%	14700,00%	0,69%	5,42%	3,70%
8. GÜRCİSTAN	1	1.824	1.278	182300,00%	-29,93%	127700,00%	0,06%	6,85%	2,91%
9. PAKİSTAN	4	179	1.164	4375,00%	550,28%	29000,00%	0,25%	0,67%	2,65%
10. İSRAİL	116	164	1.094	41,38%	567,07%	843,10%	7,31%	0,62%	2,49%
11. FAS	4	148	1.030	3600,00%	595,95%	25650,00%	0,25%	0,56%	2,34%
12. İNGİLTERE	163	989	946	506,75%	-4,35%	480,37%	10,28%	3,72%	2,15%
13. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	7	196	761	2700,00%	288,27%	10771,43%	0,44%	0,74%	1,73%
14. BANGLADEŞ	0	6	709		11716,67%			0,02%	1,61%
15. UGANDA	0	0	703						1,60%
16. SİRBİSTAN	0	111	682		514,41%			0,42%	1,55%
17. TUNUS	15	273	638	1720,00%	133,70%	4153,33%	0,95%	1,03%	1,45%
18. KIBRIS	23	276	623	1100,00%	125,72%	2608,70%	1,45%	1,04%	1,42%
19. SURİYE	3	848	599	28166,67%	-29,36%	19866,67%	0,19%	3,19%	1,36%
20. VİETNAM	0	0	581						1,32%
21. HOLLANDA	5	366	572	7220,00%	56,28%	11340,00%	0,32%	1,38%	1,30%
22. CEZAYİR	0	524	558		6,49%			1,97%	1,27%
23. SERBEST BÖLGELER	33	186	554	463,64%	197,85%	1578,79%	2,08%	0,70%	1,26%
24. POLONYA	0	294	552		87,76%			1,10%	1,25%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.28’de bulunan verilere bakıldığında zaman GTİP 9402. Fas’ında ilk yirmi dört ülke içinde Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı ilk üç ülke sırasıyla; Suudi Arabistan, Libya ve Almanya olurken son üç ülke sırasıyla; Cezayir, Serbest Bölgeler ve Polonya olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin toplam dış ticareti 2001 yılında 1,5 milyon \$, 2011 yılında 26,6 milyon \$ ve 2018 yılında 43,9 milyon \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %1577,81, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %65,31 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %2673,58 şeklinde gerçekleşmiştir. Dünyada 9402. Fas'ında Türkiye 16.sırada bulunmaktadır.

2018 yılı itibariyle, Türkiye'nin ihracat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke içinde en yüksek payı olan ülke %7,02 ile Suudi Arabistan, payı en düşük olan ülke %1,25 ile Polonya'dır.

Türkiye'nin 2001 yılından 2011 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Gürcistan (%182300,00), Suriye (%28166,67), Libya (%19600,00) ve Azerbaycan (%13000,00) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

Türkiye'nin 2011 yılından 2018 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Bangladeş (%117,16), Libya (%1369,04), Fas (%595,95) ve İsrail(%567,07) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülkeler Gürcistan (%-29,93), Suriye (%-29,36) ve İngiltere (%-4,35) olmuştur.

Türkiye'nin 2001 yılından 2018 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Libya (%289300,00), Gürcistan (%127700,00), Pakistan (%29900,00) ve Fas (%25650,00) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9402. Fas'ında Türkiye ihracatının %67,45'ini meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9402. Fas'ında Türkiye ihracatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Suudi Arabistan, Libya, Pakistan, Fas, Birleşik Arap Emirlikleri ve Tunus olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Almanya ve İngiltere olmuştur.

2.6.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye İhracatı

Tablo 2.29. GTİP No. 9403. Türkiye İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	T.i.i.P. 2001%	T.i.i.P. 2011%	T.i.i.P. 2018%
DÜNYA	66.309	894.530	1.488.049	1249,03%	66,35%	2144,11%			
1. IRAK	0	181.575	309.420		70,67%			20,30%	20,79%
2. SUUDİ ARABİSTAN	2.689	32.865	120.861	1122,20%	267,75%	4394,64%	4,06%	3,67%	8,12%
3. ALMANYA	11.520	60.957	96.719	429,14%	58,67%	739,57%	17,37%	6,81%	6,50%
4. LİBYA	226	13.045	95.107	5672,12%	629,07%	41982,74%	0,34%	1,46%	6,39%
5. FRANSA	3.559	45.010	63.599	1164,68%	41,30%	1686,99%	5,37%	5,03%	4,27%
6. İNGİLTERE	2.384	29.904	52.861	1154,36%	76,77%	2117,32%	3,60%	3,34%	3,55%
7. İSRAİL	4.802	8.417	48.456	75,28%	475,69%	909,08%	7,24%	0,94%	3,26%
8. KATAR	252	7.666	42.991	2942,06%	460,80%	16959,92%	0,38%	0,86%	2,89%
9. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1.593	11.748	38.723	637,48%	229,61%	2330,82%	2,40%	1,31%	2,60%
10. HOLLANDA	5.579	25.410	34.336	355,46%	35,13%	515,45%	8,41%	2,84%	2,31%
11. AZERBAYCAN	1.743	81.886	30.779	4597,99%	-62,41%	1665,86%	2,63%	9,15%	2,07%
12. ABD	1.767	6.677	29.080	277,87%	335,52%	1545,73%	2,66%	0,75%	1,95%
13. ROMANYA	1.575	8.243	27.292	423,37%	231,09%	1632,83%	2,38%	0,92%	1,83%
14. İSPANYA	426	4.607	25.829	981,46%	460,65%	5963,15%	0,64%	0,52%	1,74%
15. GÜRCİSTAN	249	17.069	24.810	6755,02%	45,35%	9863,86%	0,38%	1,91%	1,67%
16. FAS	188	5.109	20.789	2617,55%	306,91%	10957,98%	0,28%	0,57%	1,40%
17. CEZAYİR	512	9.581	20.516	1771,29%	114,13%	3907,03%	0,77%	1,07%	1,38%
18. İTALYA	355	6.545	19.992	1743,66%	205,45%	5531,55%	0,54%	0,73%	1,34%
19. KUVEYT	351	4.883	17.722	1291,17%	262,93%	4949,00%	0,53%	0,55%	1,19%
20. ÜRDÜN	438	4.648	17.269	961,19%	271,54%	3842,69%	0,66%	0,52%	1,16%
21. BULGARİSTAN	951	8.428	16.897	786,23%	100,49%	1676,76%	1,43%	0,94%	1,14%
22. UMMAN	131	1.152	16.917	779,39%	1368,49%	12813,74%	0,20%	0,13%	1,14%
23. BELÇİKA	1.924	12.563	16.999	552,96%	35,31%	783,52%	2,90%	1,40%	1,14%
24. KIBRIS	1.285	13.894	15.944	981,25%	14,75%	1140,78%	1,94%	1,55%	1,07%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.29’da bulunan verilere bakıldığı zaman GTİP 9403. Fas’da ilk yirmi dört ülke içinde Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı ilk üç ülke sırasıyla; Irak, Suudi Arabistan ve Almanya olurken son üç ülke sırasıyla; Umman, Belçika ve Kıbrıs olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin toplam dış ticareti 2001 yılında 66,3 milyon \$, 2011 yılında 894,5 milyon \$ ve 2018 yılında 1,4 milyar \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %1249,03, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %66,35 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %2144,11 şeklinde gerçekleşmiştir. Dünyada 9403. Fasılda Türkiye 12.sırada bulunmaktadır.

2018 yılı itibariyle, Türkiye'nin ihracat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke içinde en yüksek payı olan ülke %20,79 ile Irak, payı en düşük olan ülke %1,07 ile Kıbrıs'tır.

Türkiye'nin 2001 yılından 2011 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Gürcistan (%6755,02), Libya (%5672,12), Azerbaycan (%4597,99) ve Katar (%2942,06) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

Türkiye'nin 2011 yılından 2018 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Umman (%1368,49), Libya (%629,07), İsrail (%475,69) ve Katar (%460,80) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke Azerbaycan (%-62,41) olmuştur.

Türkiye'nin 2001 yılından 2018 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Libya (%41982,74), Katar(%16959,92), Umman (%12813,74) ve Fas (%10957,98) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9403. Fasıl Türkiye ihracatının %80,90'ını meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9403. Fasıl Türkiye ihracatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler Libya, Katar, Fas, Cezayir, İtalya ve Kuveyt olurken, payını devamlı olarak düşüren ülkeler Almanya, Fransa, Hollanda, Belçika ve Kıbrıs olmuştur.

2.6.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Türkiye İhracatı

Tablo 2.30. GTİP No. 9404. Türkiye İhracat Verileri ve En Çok İhracat Gerçekleştiren İlk Yirmi Dört Ülkenin Durumu (1000 Dolar)

ÜLKELER	2001	2011	2018	DEĞİŞİM 2001- 2011%	DEĞİŞİM 2011- 2018%	DEĞİŞİM 2001- 2018%	T.i.i.P. 2001%	T.i.i.P. 2011%	T.i.i.P. 2018%
DÜNYA	16.140	105.109	198.698	551,23%	89,04%	1131,09%			
1. İNGİLTERE	128	2.324	22.547	1715,63%	870,18%	17514,84%	0,79%	2,21%	11,35%
2. ALMANYA	2.220	11.564	15.898	420,90%	37,48%	616,13%	13,75%	11,00%	8,00%
3. ROMANYA	287	1.564	14.424	444,95%	822,25%	4925,78%	1,78%	1,49%	7,26%
4. İTALYA	134	9.760	13.286	7183,58%	36,13%	9814,93%	0,83%	9,29%	6,69%
5. İRAK	0	9.753	12.331		26,43%			9,28%	6,21%
6. HOLLANDA	5.145	3.943	9.848	-23,36%	149,76%	91,41%	31,88%	3,75%	4,96%
7. FRANSA	472	7.157	9.224	1416,31%	28,88%	1854,24%	2,92%	6,81%	4,64%
8. SUUDİ ARABİSTAN	611	1.535	9.136	151,23%	495,18%	1395,25%	3,79%	1,46%	4,60%
9. ABD	383	1.523	8.113	297,65%	432,70%	2018,28%	2,37%	1,45%	4,08%
10. YUNANİSTAN	205	3.236	7.345	1478,54%	126,98%	3482,93%	1,27%	3,08%	3,70%
11. BELÇİKA	490	5.068	6.630	934,29%	30,82%	1253,06%	3,04%	4,82%	3,34%
12. LİBYA	4	510	4.253	12650,00%	733,92%	106225,00%	0,02%	0,49%	2,14%
13. KUVEYT	44	752	3.689	1609,09%	390,56%	8284,09%	0,27%	0,72%	1,86%
14. SURİYE	0	211	3.384		1503,79%			0,20%	1,70%
15. GÜRCİSTAN	40	2.353	3.235	5782,50%	37,48%	7987,50%	0,25%	2,24%	1,63%
16. KIBRIS	203	2.207	2.958	987,19%	34,03%	1357,14%	1,26%	2,10%	1,49%
17. İRLANDA	12	443	2.801	3591,67%	532,28%	23241,67%	0,07%	0,42%	1,41%
18. İSRAİL	1.692	763	2.476	-54,91%	224,51%	46,34%	10,48%	0,73%	1,25%
19. SERBEST BÖLGELER	889	1.056	2.338	18,79%	121,40%	162,99%	5,51%	1,00%	1,18%
20. DANİMARKA	288	738	2.016	156,25%	173,17%	600,00%	1,78%	0,70%	1,01%
21. İRAN	8	9.929	2.007	124012,50%	-79,79%	24987,50%	0,05%	9,45%	1,01%
22. SLOVENYA	0	200	1.950		875,00%			0,19%	0,98%
23. AZERBAYCAN	99	3.410	1.920	3344,44%	-43,70%	1839,39%	0,61%	3,24%	0,97%
24. CEZAYİR	5	1.064	1.917	21180,00%	80,17%	38240,00%	0,03%	1,01%	0,96%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.30’da bulunan verilere bakıldığında GTİP 9404. Fasılda ilk yirmi dört ülke içinde Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı ilk üç ülke sırasıyla; İngiltere, Almanya ve Romanya olurken son üç ülke sırasıyla; Slovenya, Azerbaycan ve Cezayir olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin toplam dış ticareti 2001 yılında 16,1 milyon \$, 2011 yılında 105,1 milyon \$ ve 2018 yılında 198,6 milyon \$ şeklinde olmuştur. 2001-2011 yılları arasındaki 10 yıllık süredeki artış %551,23, 2011-2018 yılları arasındaki 7 yıllık süredeki artış %89,04 olarak gerçekleşirken 2001-2018 yılları arasındaki 17 yıllık süredeki artış %1131,09 şeklinde gerçekleşmiştir. Dünyada 9404. Fasılda Türkiye 15.sırada bulunmaktadır.

2018 yılı itibariyle, Türkiye'nin ihracat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke içinde en yüksek payı olan ülke %11,35 ile İngiltere, payı en düşük olan ülke %0,96 ile Cezayir'dir.

Türkiye'nin 2001 yılından 2011 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke İran (%124012,50), Cezayir (%21180,00), Libya (%12650,00) ve İtalya (%7183,58) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülkeler İsrail (%-54,91) ve Hollanda (%-23,36) olmuştur.

Türkiye'nin 2011 yılından 2018 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Suriye (%1503,79), Slovenya (%875,00), İngiltere (%870,18) ve Romanya (%822,25) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülkeler İran (%-79,79), Azerbaycan (%-43,70) olmuştur.

Türkiye'nin 2001 yılından 2018 yılına, ihracatını oransal olarak en çok yükselten ilk dört ülke Libya (%106225,00), Cezayir (%38240,00), İran (%24987,50) ve İngiltere (%17514,84) olurken, ihracatında düşüş gösteren ülke olmamıştır.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi dört ülke, 9404. Fasıl Türkiye ihracatının %82,42'sini meydana getirmektedir. 2001, 2011 ve 2018 yılları incelendiğinde 9404. Fasıl Türkiye ihracatındaki payını devamlı olarak yükselten ülkeler İngiltere, Yunanistan, Libya, Kuveyt ve İrlanda olurken, payını devamlı olarak düşüren ülke Almanya olmuştur.

2.7. Türkiye'nin Mobilyacılık Sektörü Dış Ticaret Dengesi

Tablo 2.31. Türkiye'nin Mobilyacılık Sektörü Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)

GTİP 94. FASIL (94.05-94.06 HARİÇ) DIŞ TİCARET FAZLASINDA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000 \$)				GTİP 94. FASIL (94.05-94.06 HARİÇ) DIŞ TİCARET AÇIĞINDA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000 \$)			
ÜLKELER	2001	2011	2018	ÜLKELER	2001	2011	2018
DÜNYA	75.617	716.989	2.093.900	DÜNYA	75.617	716.989	2.093.900
1. IRAK		286.351	448.046	1. ÇİN	2.615	-342.801	-62.204
2. SUUDİ ARABİSTAN	5.718	42.559	169.686	2. POLONYA	14	-44.715	-33.932
3. ALMANYA	23.542	81.035	125.634	3. TAYLAND	-289	-2.692	-18.195
4. FRANSA	-4.231	48.907	120.666	4. İTALYA	-34.914	-59.329	-13.265
5. LİBYA	311	17.210	117.636	5. MALEZYA	-143	-3.361	-10.442
6. ABD	-2.017	11.482	96.499	6. KORE CUMHURİYETİ	-99	-7.302	-9.234
7. İSRAİL	1.534	22.264	89.942	7. LİTVANYA	5	-6.377	-7.488
8. İNGİLTERE	-1.904	18.819	82.930	8. VIETNAM	-899	-20.609	-5.985
9. KATAR	608	9.646	63.434	9. PORTEKİZ	199	-1.537	-4.611
10. HOLLANDA	14.202	51.858	62.331	10. JAPONYA	255	-11.533	-3.689
11. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	4.352	18.136	61.566	11. ENDONEZYA	-1.727	-20.977	-3.646
12. ROMANYA	2.498	-7.427	46.158	12. ÇEK CUMHURİYETİ	464	-818	-1.818
13. AZERBAYCAN	2.779	108.469	45.720	13. TAİPEİ, ÇİNCE	-1.203	-7.029	-1.060
14. GÜRCİSTAN	612	28.490	41.153	14. ALAN NES		-57	-58
15. İSPANYA	-1.899	-24.578	36.961	15. ANDORRA	-55	1	-3
16. FAS	933	8.280	36.308	16. NEPAL		2	
17. CEZAYİR	1.116	13.827	34.501	17. NAMİBYA	-1		
18. BELÇİKA	4.381	23.107	33.743	18. BRİTANYA HİNT OKYANUSU	-3		
19. YUNANİSTAN	4.371	32.372	31.099	19. NOEL ADASI			
20. RUSYA	4.489	47.870	30.480	20. FRANSIZ GÜNEY VE ANTARKTİK TOPRAKLARI			
21. KIBRIS	2.062	22.464	27.445	21. KORE DEMOKRATİK HALK CUMHURİYETİ		-4	
22. KUVEYT	729	6.720	26.665	22. OKYANUSYA NES	7		
23. KAZAKİSTAN	1.248	19.330	18.109	23. CURUÇAO			
24. TÜRKMENİSTAN	2.136	76.134	16.814	24. KUZEY MARIANA ADALARI			
25. ÖZBEKİSTAN	731	3.050	11.129	25. PİTCAIRN			

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 2.31'de bulunan veriler göz önüne alındığında GTİP 94. (94.05-94.06 hariç) Fasılda 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde mobilya sektöründe Türkiye'nin en fazla dış ticaret fazlası verdiği ilk üç ülke Irak, Suudi Arabistan ve Almanya olurken son üç ülke Kazakistan, Türkmenistan ve Özbekistan olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde mobilya sektöründe Türkiye'nin en fazla dış ticaret açığı verdiği ilk üç ülke ise Çin, Polonya ve Taylan olurken son üç ülke ise Çuraçao, Kuzey Mariana Adaları ve Pitcairn olmuştur.

Türkiye mobilya sektöründe 2001 yılında 75.617 bin \$ 2011 yılında 716.989 bin \$ ve 2018 yılında 2.093.900 bin \$ dış ticaret fazlası veren ülkeler arasında Türkiye 6. sırada yer almaktadır.

2.7.1. GTİP No. 9401”Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye Dış Ticaret Dengesi

Tablo 2.32. GTİP No. 9401. Türkiye Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)

GTİP 9401.FASIL TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARET FAZLASINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YİRMİ BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)					GTİP 9401.FASIL TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARET AÇIĞINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YİRMİ BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)				
ÜLKELER	2001	2011	2018		ÜLKELER	2001	2011	2018	
DÜNYA	64.555	166.706	617.886		DÜNYA	64.555	166.706	617.886	
1. IRAK		92.989	124.055		1. ÇİN	-899	-188.496	-30.468	
2. ABD	1.642	11.033	64.345		2. TAYLAND	-135	-1.317	-18.729	
3. FRANSA	-1.502	8.279	50.304		3. POLONYA	116	-15.710	-11.950	
4. İSRAİL	9.187	13.662	38.381		4. KORE CUMHURİYETİ	-34	-7.082	-9.359	
5. SUUDİ ARABİSTAN	2.383	7.133	34.610		5. JAPONYA	-68	-16.366	-9.348	
6. ALMANYA	24.505	57.094	42.854		6. MALEZYA	-102	-1.992	-7.128	
7. ROMANYA	612	-15.824	10.624		7. SİRBİSTAN		2.333	-5.405	
8. İSPANYA	-1.154	-14.166	19.332		8. VİETNAM	-609	-13.552	-4.196	
9. HOLLANDA	4.927	25.201	19.287		9. MACARİSTAN	85	-4.230	-3.916	
10. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2.814	5.597	20.483		10. PORTEKİZ	17	82	-3.604	
11. RUSYA	1.149	20.006	19.263		11. ENDONEZYA	-838	-11.825	-2.853	
12. KATAR	356	1.795	18.665		12. İTALYA	-9.280	-13.815	-2.260	
13. İNGİLTERE	-1.325	616	9.849		13. ÇEK CUMHURİYETİ	427	1.837	-1.740	
14. LİBYA	80	3.651	15.382		14. LİTVANYA	1	-197	-1.620	
15. SLOVENYA	-755	-764	14.198		15. HİNDİSTAN	5	-4.514	-1.280	
16. AVUSTURYA	9.818	17.024	14.118		16. TAİPEİ, ÇİNCE	-607	-2.123	-352	
17. BELÇİKA	2.645	6.355	9.964		17. FİLİPİNLER	-104	-486	-126	
18. FAS	731	2.451	12.960		18. LÜKSEMBURG		166	-15	
19. GÜRCİSTAN	324	7.293	11.893		19. BRİTANYA HİNT OKYANUSU	-3			
20. İRAN	791	56.758	11.686		20. NOEL ADASI				
21. CEZAYİR	599	2.659	11.510		21. KORE DEMOKRATİK HALK CUMHURİYETİ				
22. AZERBAYCAN	935	21.732	11.396		22. OKYANUSYA NES	7			
23. YUNANİSTAN	3.218	15.287	9.803		23. CURAÇAO				
24. KIBRIS	551	6.141	7.922		24. KUZEY MARIANA ADALARI				
25. LÜBNAN	83	4.977	7.838		25. ANDORRA				

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 2.32’de bulunan veriler göz önüne alındığında GTİP 9401. Fasılda 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde mobilya sektöründe Türkiye’nin en fazla dış ticaret fazlası verdiği ilk üç ülke Irak, ABD ve Fransa olurken son üç ülke Yunanistan, Kıbrıs ve Lübnan olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde mobilya sektöründe Türkiye'nin en fazla dış ticaret açığı verdiği ilk üç ülke ise Çin, Tayland ve Polonya olurken son üç ülke ise Çuraçao, Kuzey Mariana Adaları ve Andorra olmuştur.

Türkiye mobilya sektöründe 2001 yılında 64.555 bin \$ 2011 yılında 166.706 bin \$ ve 2018 yılında 617.886 bin \$ dış ticaret fazlası gerçekleştirmiştir. Dünyada en fazla dış ticaret fazlası veren ülkeler arasında Türkiye 8. Sırada yer almaktadır.

2.7.2. GTİP No. 9402”Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi

Tablo 2.33. GTİP No. 9402. Türkiye Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)

GTİP 9402.FASIL TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARET FAZLASINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)				GTİP 9402.FASIL TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARET AÇIĞINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)					
ÜLKELER		2001	2011	2018	ÜLKELER		2001	2011	2018
	DÜNYA	-5.824	-5.686	21.737		DÜNYA	-5.824	-5.686	21.737
1.	SUUDİ ARABİSTAN	35	1.090	3.090	1.	ÇİN	-27	-3.803	-3.696
2.	LİBYA	1	197	2.894	2.	SERBEST BÖLGELER	15	186	-3.220
3.	IRAK		2.124	2.295	3.	ABD	-1.393	-3.974	-3.174
4.	ROMANYA	69	1.091	1.964	4.	ALMANYA	-1.772	-10.069	-1.827
5.	AZERBAYCAN	11	1.441	1.628	5.	FİNLANDIYA	-892	-654	-1.448
6.	GÜRCİSTAN	1	1.824	1.276	6.	ÇEK CUMHURİYETİ	-8	-1.076	-303
7.	PAKİSTAN	4	179	1.164	7.	İSVEÇ	-63	-352	-300
8.	İSRAİL	100	24	1.093	8.	İTALYA	-746	-2.690	-77
9.	FAS	4	148	1.030	9.	PORTEKİZ	79	31	-62
10.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	7	192	761	10.	FRANSA	-242	-2.845	-34
11.	BANGLADEŞ		6	709	11.	NORVEÇ	-492	-389	-28
12.	UGANDA			703	12.	SLOVENYA	-25	-8	-24
13.	SİRBİSTAN		111	682	13.	JAPONYA	-143	-77	-5
14.	TUNUS	15	273	638	14.	İNGİLİZ ADALARI VİRGİN			
15.	KIBRIS	23	276	623	15.	CURAÇAO			
16.	SURİYE	3	848	599	16.	MARŞAL ADALARI		2	
17.	VİETNAM			580	17.	GÜNEY SUDAN			
18.	CEZAYİR		524	558	18.	ALAN ÇÜNKÜ			
19.	HOLLANDA	-398	213	550	19.	BELİZE			
20.	ENDONEZYA		148	520	20.	BRUNEİ SULTANLIĞI			
21.	MALTA		10	513	21.	BURUNDİ			
22.	FİLİPİNLER	21	6	508	22.	BELARUS		58	
23.	İNGİLTERE	61	453	466	23.	CAPE VERDE			
24.	MISIR	36	788	464	24.	ORTA AFRIKA CUMHURİYETİ			
25.	NİJERYA		1.222	423	25.	KOMORLAR		1	

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 2.33’de bulunan veriler göz önüne alındığında GTİP 9402. Fasılda 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde mobilya sektöründe Türkiye’nin en fazla dış ticaret fazlası verdiği ilk üç ülke Suudi Arabistan, Libya ve Irak olurken son üç ülke İngiltere, Mısır ve Nijerya olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde mobilya sektöründe Türkiye’nin en fazla dış ticaret açığı verdiği ilk üç ülke ise Çin, Serbest Bölgeler ve ABD olurken son üç ülke ise Cape Verde, Orta Afrika Cumhuriyeti ve Komorlar olmuştur.

Türkiye mobilya sektöründe 2001 yılında -5.824 bin \$ dış ticaret açığı 2011 yılında -5.686 bin \$ dış ticaret açığı ve 2018 yılında 21.737 bin \$ dış ticaret fazlası gerçekleştirmiştir. Dünyada en fazla dış ticaret fazlası veren ülkeler arasında Türkiye 8. Sırada yer almaktadır.

2.7.3. GTİP No. 9403”Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam ve Parçaları” Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi

Tablo 2.34. GTİP No. 9403. Türkiye Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)

GTİP 9403.FASIL TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARET FAZLASINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)					GTİP 9403.FASIL TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARET AÇIĞINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)				
ÜLKELER		2001	2011	2018	ÜLKELER		2001	2011	2018
	DÜNYA	4.180	545.797	1.302.835		DÜNYA	4.180	545.797	1.302.835
1.	IRAK		181.496	309.365	1.	İTALYA	-24.689	-50.707	-22.579
2.	SUUDİ ARABİSTAN	2.689	32.801	120.850	2.	ÇİN	-1.240	-99.265	-21.288
3.	LİBYA	226	12.852	95.107	3.	POLONYA	-83	-24.484	-19.823
4.	ALMANYA	-941	23.148	69.012	4.	LİTVANYA	4	-6.083	-5.679
5.	FRANSA	-2.738	36.679	61.386	5.	MALEZYA	-70	-1.374	-3.239
6.	İNGİLTERE	-378	15.753	50.587	6.	VİETNAM	-286	-7.005	-2.275
7.	İSRAİL	4.555	7.817	47.992	7.	PORTEKİZ	104	-1.387	-1.356
8.	KATAR	252	7.657	42.984	8.	ENDONEZYA	-885	-9.205	-1.232
9.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1.517	11.634	38.484	9.	TAİPEİ, ÇİNCE	-221	-3.904	-831
10.	HOLLANDA	4.538	22.577	32.766	10.	ÇEK CUMHURİYETİ	12	-1.858	-506
11.	AZERBAYCAN	1.734	81.886	30.776	11.	LETONYA		-205	-141
12.	ABD	-2.294	3.515	27.422	12.	KORE CUMHURİYETİ	-4	-55	-135
13.	GÜRCİSTAN	247	17.020	24.749	13.	SLOVAKYA	-18	-3.567	-47
14.	ROMANYA	1.530	6.604	23.672	14.	ANDORRA	-23	1	-3
15.	FAS	186	5.109	20.786	15.	NAMİBYA			
16.	CEZAYİR	512	9.580	20.516	16.	FRANSIZ GÜNEY VE ANTARKTİK TOPRAKLARI			
17.	KUVEYT	350	4.882	17.722	17.	CEBELİTARİK			
18.	İSPANYA	-787	-10.688	17.530	18.	KORE DEMOKRATİK HALK CUMHURİYETİ		-4	
19.	ÜRDÜN	438	4.648	17.269	19.	CURAÇAO			
20.	UMMAN	131	1.152	16.917	20.	KUZEY MARIANA ADALARI			
21.	BELÇİKA	1.284	11.965	16.904	21.	ABD KÜÇÜK DIŞ ADALARI	-25		
22.	KIBRIS	1.285	13.840	15.943	22.	BERMUDA			
23.	BULGARİSTAN	857	5.560	14.630	23.	BUTON			
24.	YUNANİSTAN	1.006	13.814	13.857	24.	BUTSVANA		2	
25.	KAZAKİSTAN	962	12.176	12.670	25.	SOLOMON ADALARI			

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 2.34’de bulunan veriler göz önüne alındığında GTİP 9403. Fasılda 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde mobilya sektöründe Türkiye’nin en fazla dış ticaret fazlası verdiği ilk üç ülke Irak, Suudi Arabistan ve Libya olurken son üç ülke Bulgaristan, Yunanistan ve Kazakistan olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde mobilya sektöründe Türkiye’nin en fazla dış ticaret açığı verdiği ilk üç ülke ise İtalya, Çin ve Polonya olurken son üç ülke ise Butan, Butsvana ve Solomon Adaları olmuştur.

Türkiye mobilya sektöründe 2001 yılında 4.180 bin \$ 2011 yılında 545.797 bin \$ ve 2018 yılında 1.302.835 bin \$ dış ticaret fazlası gerçekleştirmiştir. Dünyada en fazla dış ticaret fazlası veren ülkeler arasında Türkiye 7. Sırada yer almaktadır.

2.7.4. GTİP No. 9404”Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya” Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi

Tablo 2.35. GTİP No. 9404. Türkiye Dış Ticaret Fazlası Ve Dış Ticaret Açığı Verileri (1000 Dolar)

GTİP 9404.FASIL TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARET FAZLASINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)				GTİP 9404.FASIL TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARET AÇIĞINDA 2018 YILI İTİBARIYLA İLK YIRMI BEŞ ÜLKENİN VERİLERİ (1000\$)			
ÜLKELER	2001	2011	2018	ÜLKELER	2001	2011	2018
DÜNYA	12.706	10.172	151.442	DÜNYA	12.706	10.172	151.442
1. İNGİLTERE	-262	1.998	22.028	1. BULGARİSTAN	417	-306	-13.648
2. ALMANYA	1.750	10.862	15.595	2. ÇİN	-449	-51.237	-6.752
3. İRAK		9.742	12.331	3. SERBEST BÖLGELER	873	-21.067	-4.320
4. İTALYA	-199	7.883	11.651	4. POLONYA	-3	-4.741	-2.554
5. ROMANYA	287	496	9.898	5. BANGLADEŞ			-876
6. HOLLANDA	5.135	3.849	9.728	6. DANİMARKA	229	-1.628	-518
7. SUUDİ ARABİSTAN	611	1.535	9.136	7. LİTVANYA		-244	-256
8. FRANSA	251	6.794	9.010	8. BELARUS	6	38	-240
9. ABD	28	908	7.906	9. MALEZYA	29	2	-96
10. YUNANİSTAN	145	3.232	7.279	10. VIETNAM	-4	-52	-94
11. BELÇİKA	452	4.775	6.553	11. ENDONEZYA	-4	-95	-81
12. LİBYA	4	510	4.253	12. KANADA	-156	-476	-26
13. KUVEYT	44	752	3.689	13. HIRVATİSTAN	3	305	-6
14. SURİYE		211	3.384	14. ALAN ÇÜNKÜ		1	-4
15. GÜRCİSTAN	40	2.353	3.235	15. NEPAL			-2
16. KIBRIS	203	2.207	2.957	16. BREZİLYA		5	-1
17. İRLANDA	-1	432	2.794	17. KAMBOÇYA		5	-1
18. İSRAİL	1.692	761	2.476	18. NOEL ADASI			
19. İRAN	8	9.895	2.006	19. CURAÇAO			
20. SLOVENYA		202	1.942	20. PİTCAİRN			
21. AZERBAYCAN	99	3.410	1.920	21. ABD KÜÇÜK DIŞ ADALARI			
22. CEZAYİR	5	1.064	1.917	22. ARJANTİN			
23. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	14	713	1.838	23. BERMUDA		2	
24. AVUSTURYA	-482	1.899	1.831	24. BOTSVANA			
25. KATAR		194	1.635	25. EKVADOR		54	

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 2.35’de bulunan veriler göz önüne alındığında GTİP 9404. Fasılda 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde mobilya sektöründe Türkiye’nin en fazla dış

ticaret fazlası verdiği ilk üç ülke İngiltere, Almanya ve Irak olurken son üç ülke Birleşik Arap Emirlikleri, Avusturya ve Katar olmuştur.

2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde mobilya sektöründe Türkiye'nin en fazla dış ticaret açığı verdiği ilk üç ülke ise Bulgaristan, Çin ve Serbest Bölgeler olurken son üç ülke ise Bermuda, Butsvana ve Ekvador olmuştur.

Türkiye mobilya sektöründe 2001 yılında 12.706 bin \$ 2011 yılında 10.172 bin \$ ve 2018 yılında 151.442 bin \$ dış ticaret fazlası gerçekleştirmiştir. Dünyada en fazla dış ticaret fazlası veren ülkeler arasında Türkiye 6. Sırada yer almaktadır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MOBİLYACILIK SEKTÖRÜNÜN COVID-19 SONRASI DURUMU

Türkiye’de mobilyacılık sektörü ve Covid-19 sonrası durumu isimli yüksek lisans çalışmasının bu bölümünde Covid-19 salgını ve dünyada tarihsel açıdan pandemi süreçleri, Covid-19 salgınının sektörel ekonomik etkileri, Türkiye’de mobilya sektörüne ilişkin temel göstergeler, Türkiye mobilya sektörünün sorunları, Türkiye için sektörün önemi ve Covid-19 sonrası Türkiye mobilya sektörü dış ticareti alt başlıklar ile açıklanacaktır.

3.1. Covid-19 Salgını ve Tarihsel Açıdan Pandemi Süreçleri

Pandemi, dünyada birden çok ülkede veya kıtada, çok geniş bir alanda etkisini gösteren ve yayılan salgın hastalıklara verilen genel addır. Dünya Sağlık Örgütü’nün (DSÖ) tanımlamasına göre, bir hastalığın pandemi olabilmesi için genel ifadelerle üç kriter gerekmektedir. Bunlar, insanlara kolayca bulaşması, yeni bir virüs veya mutasyona uğramış bir etken olması, insanlar arasında sürekli olarak ve kolay bulaşması olarak sıralanabilir. DSÖ tarafından belirli kriterler gerçekleştiğinde pandemi ilan edilmektedir. Ortaya çıkan yeni virüsün insandan insana kolay olarak hızla yayılıyor olması bu ilanın gerekçesidir (TÜBA, 2020: 19).

Ülkeler geçmişten bugüne kadar önemli düzeyde sağlık, ekonomi ve politika alanlarında bir takım kırılmalardan geçmişlerdir. Çin’in Wuhan kentinde 2019’un son zamanlarında ortaya çıkan ‘Covid-19 salgını 21. yüzyılın en önemli sıkıntılarında biri olarak tarihsel süreçte küresel bir kriz olarak yerini almıştır’ (Duran, 2020: 29).

Yeni tip koronavirüs Kovid-19 olarak isimlendirilerek ilk olarak 2019'un sonuna doğru Çin'in Wuhan eyaletinde kendini göstermiştir. Çin'de kontrol altına alındığı iddia edilen Kovid-19 bulaştığı diğer ülkelerde yayılmaya devam ederek kontrol altına alınamamakta ve etkisi altına aldığı ülkelerde her geçen gün artış kaydedilmektedir (Nakiboğlu ve Işık, 2020: 768).

Kovid-19 dünya ülkelerinin ilk kez tanıştığı bir koronavirüs değildir. Kasım ayı 2002 yılında Çin'de ortaya çıkan, Uzakdoğu ülkelerinde milyonlarca kişiye bulaşarak ölümlere sebep olan yabancı kedilerden bulaştığı saptanan 'Şiddetli Akut Solunum Sendromu' SARS ve Suudi Arabistan ve diğer Ortadoğu ülkelerinde 2012 yılında ortaya çıkarak birçok kişinin ölümüne sebep olan ve develerden bulaştığı düşünülen 'Orta Doğu Solunum Sendromu' (MERS) koronavirüs ailesi içinde yerini almaktadır. MERS %30 ölüm oranına sahip iken, %10 ölüm oranına sahip olan SARS 8000 kişiyi etkisi altına almış ve 800'e yakın insanın ölümüne neden olmuştur (Karcıoğlu, 2020: 66). 'Yeni koronavirüs, daha önce insanlarda görülmemiştir. Bu yeni virüs, SARS, MERS, ve soğuk algınlığı gibi virüsleri de kapsayan bir virüs ailesi olan koronavirüs olup geçici bir şekilde 2019-nCoV. Olarak isimlendirilmiştir. Kovid-19 olarak 12 Şubat 2020 tarihinde güncellenmiştir' (T.C. Sağlık Bakanlığı Kovid-19 Rehberi, 2020).

Kovid-19 koronavirüs ailesinin yeni üyesi olarak ilk kez 2019 Aralık ayı sonlarında Çin'in Wuhan eyaletinde tespit edilmiştir. Bu virüsün yarası kökenli olduğu varsayılmaktadır. En fazla görülen hastalık belirtileri solunum güçlüğü, balgam üretimi, yüksek ateş, yorgunluk, baş ağrısı, kuru öksürük, eklem ve kas ağrılarıdır. Günümüzde %3.4 ölüm oranına sahip olan Kovid-19 hastalığı başlangıçta ölümcül olmayan bir pnömoni olarak tanımlanmıştır (Buruk ve Özlü, 2020: 1).

Türkiye'de ilk kez Kovid-19 11 Mart 2020 yılında tespit edilmiş ve ilk ölüm 18 Mart'ta olmuştur. Türkiye'de Kovid-19 ile ilgili ölümün gerçekleşmesinden sonra ilk olarak okullar tatil edilmiş, yurtdışından gelenlere evde 14 gün karantinada kalmaları zorunlu tutulmuş, sınırlar kontrol altına alınarak giriş-çıkışlar sınırlandırılmıştır. Daha sonra başta lokantalar, kafeler, kuaförler vb. işletmelerin faaliyetleri durdurularak 65 yaş üstüne sokağa çıkma yasağı konulmuştur (Nakiboğlu ve Işık, 2020: 768).

Tarihsel açıdan pandemiye bakıldığında insanlık tarihini psikolojik, ekonomik, siyasal, sosyolojik ve daha birçok bakımdan etkileyen yirmi bir çeşit pandemi döneminin yaşandığı görülmüştür. İnsanlık üzerindeki etkisi bakımından Covid-19 pandemisi ayrı bir öneme sahiptir (Arda, 1997: 60-78). Salgın hastalıklar insanlık tarihi boyunca büyük olaylara neden olmuştur. İnsanlık tarihine bugüne kadar görülen salgın hastalıklardan en fazla etki edenler grip, kolera, tifüs, veba, çiçek ve ebola olarak söylenebilir. Veba, Orta Asya ve Çin'de başlayarak 1347 yılında Avrupa nüfusunun yaklaşık üçte birinin ölümüne sebep olmuştur. Hastalığın enfekte insandan insana bulaştığı veya pirelerin insanları ısırmasıyla bulaştığı bilinmektedir (TÜBA, 2020: 21). 320 yıl kadar önce görüldüğü düşünülen veba milyonlarca kişinin ölümüne neden olarak ekonomik, sosyal ve siyasal alanlarda dinamikleri önemli ölçüde değiştirmiştir (Arda, 1997: 60-68). Bu salgının karşı konulamaz bir felaket olduğu algısı toplumun tüm kesimlerinde endişe verici bir duygu olarak yer almıştır. Bu algının oluşmasındaki en önemli sebeplerden biri ise; o dönem içerisindeki yönetimin salgına karşı göstermiş oldukları davranıştır (Flinn, 1987: 27).

Çiçek virüsü, sineklerde, inhalasyonla, hastanın eşyalarıyla ve hastaya temasla bulaşmakta olup Poxvirüs ailesindedir. Bu virüsün aşı sisteminden çıkarılmış olması ve bu hastalığın ortadan kalkması aynı zamanda ülkemiz açısından üzerinde durulması gereken bir risk olarak değerlendirilmektedir (TÜBA, 2020: 22).

Kolera pandemisi Ortadoğu, Doğu Afrika, Güneydoğu Asya ve Akdeniz kıyılarına kadar yayılarak yüz binlerce kişinin ölümüne neden olmuştur. Kolera'nın yayılım hızı ve etki alanı göz önüne serildiğinde toplumu oluşturan kişileri değişik bölgelere göç etme davranışına ittiği görülmektedir. Kolera pandemisi sadece ölümlerle sonuçlanmamış aynı zamanda hayatta kalan kişilerin yerleşim yerleri hakkında sorgulamalar yapmalarında davranışlarının değişmesinde de etki etmiştir (Sucu ve Solhan, 2021: 246).

İkinci Dünya Savaşı zamanlarında İstanbul'da ciddi bir tifüs salgını yaşanmıştır. Tifüs, etkene bit ve pirenin vektörlük ettiği bulaşıcı bir enfeksiyon hastalığı olarak tarihte yerini almıştır (TÜBA, 2020: 21).

Ebola (EVH) maymunlar ve meyve yarasaları gibi vahşi hayvanlardan vücut sıvıları yoluyla insanlara bulaşan bir virüstür ve hemorojik bir ateştir. 1976 yılında ilk kez

Demokratik Kongo Cumhuriyeti ve Sudan’da eşzamanlı iki salgında saptanan Ebola, Sahra alt Afrika’daki 24 farklı salgında 2013’ün sonuna kadar yalnızca 1.716 vakayı kapsamaktadır (Maffioli, 2018:7). 2013-2016 yıllarında yaygın olan Batı Afrika’daki Ebola salgını, ölçeği bakımından incelendiğinde bundan önceki bütün salgınların toplamından rapor edilen 11.323 ölüm ve 28.646 vaka oranıyla beraber daha büyük olması nedeniyle o döneme kadar görülmemiş bir pandemi durumu olarak değerlendirilmiştir. Rapor alınan bu rakamsal verilerle birlikte birçok ülkeye yayılması ve coğrafi dağılımı açısından da ilk olma özelliğini korumaktadır (Coltart vd., 2017: 1). 2014 Ebola salgınının sebep olduğu kapsamlı sosyal ve ekonomik yükün 53.19 milyar dolar (2014 USD) olduğu görülmüştür. EVH salgınının ekonomi üzerindeki yüküyle alakalı olan tahmini veriler, Batı Afrika’da GSYH’da 2.8 ile 32.6 milyar dolar arasında değişmektedir (Huber, Finelli ve Stevens, 2018: 698). Bu salgın bir salgının sağlık üzerindeki etkisi nispeten sınırlı olsa bile ekonomik sonuçlarının uzun süreli ve yıkıcı olabileceğini gözler önüne sermiştir (Fernandes, 2020:5).

Asya gribi, 1957 yılında Çin’de başlamış, daha sonra Uzakdoğu’ya ardından Amerika, Avustralya ve Avrupa’ya bulaşmıştır. Bulaşıcı bir hastalık olan Asya gribi, genelde dört yılda bir salgın olarak kendini göstermektedir (TÜBA, 2020:22).

1918-1920 İspanyol gribi olarak kabul edilen pandeminin, 1918’in kuzey ilkbahar ve yaz aylarında başladığı ve üç dalga olarak yayıldığı kabul edilmiştir. İspanyol gribi, üç dalgadan oluşmakta ancak model evrensel bir salgın değildir: bu salgın bazı bölgelerde 1920 yılında yeniden ortaya çıkmıştır (Johnson ve Mueller, 2002:105). Bu gribi daha önceki pandemilerden ayıran özellik yaşlı, zayıf ve çocuklardan ziyade sağlıklı genç kişileri etkisi altına almasıdır (Ferrara, 2000). İspanyol gribinin yaşandığı zaman ve bağlam değerlendirildiğinde sağlıklı genç kişilerin ölümü tarımsal ürünlerin verimliliğinin azalmasına sebep olmuştur. Salgın öncesi ve salgın sonrası yapılan araştırmalarda tarımsal verim çeşitliliği değerlendirildiğinde düşüşler olduğu kanısına varılmıştır. Sağlıklı genç insanların ölümü işgücündeki üretim-insan dengesini önemli derecede etkilemiştir. Pandemi, 18 ay kadar bir sürede 500 milyondan daha çok insana bulaşarak 50 milyar kişinin ölümüne neden olmuştur. İspanyol gribinin etki alanı incelendiğinde ise İspanya dışında, İtalya, Fransa, Avrupa ülkeleri ve İngiltere’de ağır darbe almıştır (Sucu ve Solhan, 2021:247).

2012 yılında ilk defa Suudi Arabistan'da başlamış olan bir diğer yeni koronavirüs enfeksiyonunda MERS-CoV enfeksiyonudur. Bu virüs 2012'de Ürdün'de ortaya çıkarak insanları, develeri ve yarasaları enfekte eden zarflı bir RNA virüsüdür. MERS-CoV salgını 5 kıtada ve 27 farklı ülkede 2229 olguda tespit edilmiştir. Deveden insana bulaşan bir virüs türüdür ve 2018 Haziran ayına kadar devam etmiştir. Bu virüs insanlar arasında yakın temasla geçmektedir. MERS-CoV'da kuluçka süresi 2 ile 14 gün arasındadır. En önemli belirtileri; öksürük, ateş, ishal, nefes darlığı, kusma ve bulantıdır. Hastalığa böbrek yetmezliği ve zatürre gibi ciddi komplikasyonlar eşlik etmektedir. Hastalar ya asemptomatik geçirecek iyileşmekte ya da yaklaşık %30'u ölmektedir. Alkol içerikli temizleyicilerle sıklıkla el yıkayarak hastalıktan korunabilinir (TÜBA, 2020: 26).

Bugünlerde şiddetli akut solunum sendromu (SARS) olarak tanınan hastalık, ilk kez Kasım 2002'de Çin'in Guangdong Eyaletinde görülmüştür. O zamandan beri yirmi birinci yüzyılın ilk kolayca bulaşabilen, şiddetli yeni hastalığı olarak isimlendirilmiştir (DSÖ, Mayıs, 2003).

2003'ün sonu Şubat ayında Kanada ve Toronto'ya yayılan bu hastalık bir koronavirüs türü olarak bilinmektedir. Bu virüsün belirtileri kas ağrıları, ateş ve hafif solunum belirtileri ile başlamakta solunum cihazı gerektiren şiddetli solunum sıkıntısına kadar uzanmaktadır (Tien vd., 2005: 71). Dünya Sağlık Örgütü'nün 'Şiddetli Akut Solunum sendromu (SARS)' olarak isimlendirdiği bu virüsün ölüm oranı yaklaşık %3 ile %10 arasında olarak hızla bulaşmıştır. Nisan 2003'ün sonlarına kadar, 30'dan fazla ülke DSÖ'ye SARS vakaları bildirmiş ve dünya çapında 300 SARS ile ilgili ölüm ve 5.000'den fazla SARS vakası kayıtlara alınmıştır (Lee, 2003: 987). 2003 yılında yaşanan SARS salgını Çin'in büyümesinde %0,5 ile 1 puanlık bir düşüşe sebep olmuştur. Genel olarak bakıldığında Dünya Bankası'na göre SARS'ın küresel ekonomiye zararının 54 milyar dolar olduğu varsayılmaktadır (Fernandes, 2020: 7).

SARS-CoV2 (Covid-19); bu virüs 7 Ocak 2020'de insana geçişi belirlenerek tanımlanan, MERS-CoV ve SARS-CoV gibi koronavirüs ailesinden olup ciddi solunum yetmezliği oluşturan zarflı bir RNA virüsü olarak tarihe geçmiştir. Bu virüsünde MERS-CoV ve SARS-CoV gibi hayvanlardan insanlara geçtiği öngörülmektedir. Covid-19 Aralık 2019'da ilk olarak Çin'in Wuhan şehrindeki deniz

ürünleri pazarında bulunan insanlarda tespit edilmiştir. Covid-19'un yarasalardan bulaştığını düşünen bilim insanları olmasına rağmen Pazar yerinde yarasa satılmaması göz önüne alındığında, virüsün insanlara bulaşmasında bir çeşit ara hayvanın taşıyıcı olduğu tezi ortaya atılmıştır. Günümüzde halen salgın pandemi düzeyinde sürmektedir. Araştırmacılara göre bu virüs kağıt, alüminyum, ahşap, cam ve plastik gibi değişik malzemeler üzerinde en çok 4-5 gün canlılığını korumaktadır. The Lancet dergisinde 2019 yılında yayınlanan bir araştırmaya göre, Covid-19'un en yaygın görülen belirtilerinin nefes darlığı, ateş ve öksürük olduğu saptanmıştır. Virüsün ilerlediği hastalarda ağır akut solunum yolu yetmezliği, zatürre, çoklu organ yetmezliği ve ölüm görülmektedir. Genel olarak virüs öksürükle oluşan damlacıklar yolu ile kişiden kişiye bulaştığı gözlemlenmiştir (TÜBA, 2020: 26).

3.2. Covid-19 Salgınının Sektörel Ekonomik Etkileri

Dünyadaki gelişmiş ve gelişmekte olan bütün ülkeler, hızla katlanarak artan yayılımı kontrol altına almak amacıyla bir dizi koruyucu önlemler almak zorunda kalmışlardır. İşyerlerinin kapatılmasından, seyahatlerin yasaklanmasına, sosyal izolasyondan sokağa çıkma yasağına kadar uzanan bu sıkı tedbirler ekonominin çoğu sektörünü durma noktasına ulaştırmış, hatta bazılarında durmaya sebep olmuştur. Başlıca eğitim, yurtiçi ve yurtdışı uçuşları, demiryolu hizmetleri, taşımacılık hizmetleri, ticaret ve hizmet kuruluşları, spor olmak üzere bütün sektörler Covid-19 pandemisinden negatif bir biçimde etkilenmektedir. İktisadi açıdan güçlü ülkelerin büyük kısmının ekonomisi, Covid-19 hastalarının ve ailelerinin rehabilitasyonu ve tedavisinin yanı sıra, zor durumdaki işletmelere sağlanan destekler için yapılan aşırı harcamalar sebebiyle artan işsizlik ve yüksek enflasyon tehdidi ile burun buruna gelmektedir. Dünyayı etkisi altına alan bu virüs sanayi, tarım, ticaret, finans ve bankacılık, ulaşım, havayolları, enerji piyasaları ve sağlık gibi birbirine bağlı çoğu sektörü negatif bir biçimde etkileyerek bir durgunluğa sebep olmaktadır (Duran ve Acar, 2020: 57).

Makroekonomik aktarım kanallarındaki bozulmalar tarımsal arz ve talebini, buna paralel olarak tarım ticareti de önemli derecede etkisine almaktadır. Örneğin metal ve petrol fiyatlarındaki ani düşüşler, emtia ihraç eden ülkelerin büyük çoğunun döviz kurları üzerinde baskı yaratmaktadır. Bu aşağı yönlü baskı ise tarımsal bütün ticari mallar üzerindeki etkisini fark ettirmektedir. Bununla beraber ayrıca Covid-19

pandemisi sonucunda işsiz sayısı hızla artmakta, işsiz kişilerin satın alma gücü düşmekte bu durum ise nihai gıda talebi üzerinde olumsuz şoka neden yaratmaktadır. Pandemi ile mücadele alınan tedbirlerle turizm sektörü durma noktasına gelerek dışarıda yeme/içme oranlarında yaklaşık %80 düşüşler olmuştur. Tarım sektörü bu durumdan etkilenerek bu durum tarımsal gıda talebinde düşüslere sebep olmaktadır. Fakat tarım sektöründeki esnekliğin diğer sektörler nazaran daha düşük olması, Covid-19'un tarımsal gıda talebindeki etkisinin diğer çoğu sektöre göre daha düşük olacağını kanıtlamaktadır. Bununla birlikte tarımsal talep genel olarak yüksek gelirli ülkelerde daha inelastiktir, bu sebeple oluşacak tarımsal talep şoklarından düşük gelirli ülkelerin daha fazla etkilenebileceğini söylemek yerinde olacaktır (FAO, 2020: 27).

Ekonominin gerilediği dönemlerde bankacılık sektörü doğası gereği aşırı işlem hacmi ve sorunlu krediler sebebiyle savunmasız duruma düşmektedir. Bireysel tedaviler için yaşanan büyük ölçekli mevduat çekilmeleri daha önceki HIV (İnsan Bağışıklık Yetmezliği Virüsü) salgınlarında olduğu gibi bankacılık sektörü için sorun yaratmaktadır (Goodell, 2020: 3-4). Böyle bir dönemde düşük gelirli kesimlere sağlanan kredilerin baskılanması sorunu bankaları ve finans kurumlarını negatif yönde etkileyecektir. Birçok sektörde işyerlerinin kapanması, satışların azalması, üretimin yavaşlaması veya tamamen durması, çalışanların evde kalmaya zorlanması kaçınılmaz olarak borçların çevrilmesini negatif etkilemekte ve geri dönmeyen krediler artmaktadır. Finans ve bankacılık sektöründe yaşanması kaçınılmaz sorunların önüne geçebilmek için merkez bankaları ve hükümetler şirketlerin kredi ve vergi borçlarını erteleme, likidite sağlama, KOBİ'lere yardım gibi farklı destekler sağlama yoluna gitmektedirler (Duran ve Acar, 2020: 57).

Sosyal mesafe ve karantina uygulaması salgınla mücadele anlamında çok fazla ülkede uygulanmaktadır. Bu yöntem hizmet sektöründe çoğu işyerinin kapanmasına ve çalışanların işlerini kaybetmelerine sebep olmaktadır. Lokantalar, kafeler, oteller vs. yerlerin kapatılması, toplu taşıma ve uçakla seyahatlerin durması gibi birçok tedbir özelde hizmet sektöründeki bir daralma gibi gözükse de, genelde bütün ekonomide yaşanacak bir talep düşüşü ile büyük bir durgunluğa sebep olacaktır. Ekonomin büyük çoğunluğunda yaşanacak bir durgunluk neticesinde, sektörlerin genelinde üretim kayıpları olacaktır. Bu sektörlerden gelir elde edenlerin gelirleri

azalacak; daha da önemlisi, gelir elde edenlerin büyük bir kısmı sabit düzenli gelirlerinden mahrum kalma riski ile karşı karşıya gelecektir. Devletler sosyal devlet olmanın gereği olarak, vatandaşlarını bu risklere karşı korumak vaziyetinde kalacaklardır. Bu vaziyette salgınla mücadele için uygulanan politikalar ile aşırı yükselecek olan kamu ve sosyal harcamalar, sağlık, vazgeçilen vergiler vs. sonucunda devletlerin bütçeleri ciddi olarak zorlanacak ve baskılanacaktır (Bayar vd., 2020: 6-7).

Pandeminin bir ülkeden diğerine yayılmaya başlaması ve dünyada etkisini arttırmasıyla ülkeler tedbir olarak ilk olarak uçak ile seyahatleri yasaklamıştır. Yasaklar sadece uluslar arası uçuşlara değil aynı zamanda ülke içi uçuşlara da getirilmiştir. Sivil havacılık tarihinde bu durum belki de daha önce yaşanmamış olan bir durgunluğa ve krize sebep olmaktadır. Çok sayıda uçağın çalıştırılmaması havayolu şirketlerinin kredi borçlarını ve uçak kiralarını ödeyememesini, mevcut sigorta şirketlerinin ise ortaya çıkan bu yükü kaldıramaması, sivil havacılık şirketlerinde büyük sorunlara yol açmaktadır (Duran ve Acar, 2020: 59).

Pandeminin negatif etkilerinin en etkili şekilde ortaya çıkacağı sektörlerin başında tedarik zinciri ve imalat sanayi sektörleri gelmektedir. Bu gibi olağanüstü zamanlarda arz edenlerin, fabrikaların ve nakliye bağlantılarının geçici olarak kullanılmaması tedarik zinciri üzerinde çok hızlı ve negatif bir etkiye neden olmaktadır. Ortaya çıkan teslimat gecikmeleri ve malzeme kıtlıkları; verimlilik, gelir ve hizmet seviyesi bakımından bir dalgalanmaya sebep olarak performans düşüklüğüne yol açmaktadır (Ivanov, 2020: 2). İç talep ve harcamalarda dünya genelinde yaşanan bir gerileme, küresel ekonomi için büyük bir zorluk yaratacaktır. Tüketicilerin sebep olduğu talep değişmesiyle imalat sanayide etkilenecektir. Bu anlamda pandemi imalat sektörünü de olumsuz bir şekilde etkisi altına alacaktır (Nicola, 2020: 3). Covid-19 ile otomobil, ev ve mobilya gibi alışverişlerde sert düşüşler yaşanmıştır. Pandemi ile artan risk algısı tüketicileri etkileyerek dayanıklı tüketim ürün gruplarında olduğu gibi mobilya ürün grubunu da negatif yönde etkilemiştir. 2020 yılı Mart ayında firmalar risk algısı ile yaşadıkları kayıpları e-ticaret alanında farklı kategorilere odaklanarak telafi etmeye çalışmışlardır. 2020 yılı Nisan ayında büyük mobilya grupları yerine daha küçük fonksiyonel ve dekorasyon ürünleri ön plana çıkarmışlardır (Deloitte, 2020).

Covid-19 pandemisinin yol açtığı ekonomik kriz enerji sektörünü de etkilemektedir. Pandemi, petrol talebinde azalmaya yol açmıştır. Pandemi sırasında, insanların ve malların hareketinde bir azalmaya yol açan zorunlu seyahat engelleri, havacılık sektörün durması ile düşen yakıt talebi, kömür ve diğer enerji ürünlerine olan talebin düşmesine ve bunun neticesinde düşük talep sebebiyle petrol fiyatlarında düşme yaşanmıştır (Duran ve Acar, 2020: 60).

3.3. Temel Göstergeler

Tablo 3.1. Türkiye Mobilya Sektörü Girişimci Ve Çalışan Sayısı (2020)

	Müteşebbis Sayısı	Çalışan Sayısı
Mobilya Sektörü	39.336	209.195
İmalat Sanayi	409.476	4.308.302
Türkiye Toplam	3.304.066	15.952.795

Kaynak: TÜİK

Tablo 3.1’de mobilya sektöründe ve imalat sanayinde bulunan girişimci ve çalışan sayılarına yer verilmiştir. 2020 yılı verilerine göre yani Covid-19 pandemi döneminde Türkiye’de toplam 3.304.066 girişimci, 15.952.795 çalışan bulunmaktadır. İmalat sanayi olarak baktığımızda toplam 409.476 girişimcinin 39.336’si mobilya sektöründedir. 2020 yılı Covid-19 döneminde imalat sektöründe çalışan 4.308.302 kişinin 209.195’i mobilya sektöründe istihdam edilmektedir.

Tablo 3.2. Mobilya Sektöründe Faaliyet Gösteren Firma Girişim Sayısı

Yıllar	KOBİ			Büyük	Toplam
	Küçük	Orta	Toplam		
2010	23.051	319	23.370	40	23.410
2011	24.589	384	24.973	55	25.028
2012	27.914	447	28.361	65	28.426
2013	32.805	456	33.261	55	33.316
2014	35.132	541	35.673	61	35.734
2015	35.394	564	35.958	71	36.029
2016	36.596	59	37.155	67	37.322
2017	37.807	593	38.400	77	38.477
2018	38.485	465	38.950	44	38.994
2019	38.550	449	38.999	43	39.042.
2020	38.766	519	39.285	51	39.336

Kaynak: TÜİK

Tablo 3.2’de mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların girişimci sayıları ölçeklerine göre sınıflandırılarak sunulmuştur. 2010-2020 yılları arasında yani Covid-19 öncesi ve sonrasında en çok girişimci küçük ölçekte faaliyet göstermeyi

tercih etmiştir. 2010’da 23.370 olan KOBİ girişimci sayısı 2020’de 15.915 artarak 39.285’e yükselirken büyük ölçekli girişim sayısı 2010’da 40’tan 11 artarak 2020’de 51’e yükselmiştir. Mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların girişimci sayıları Covid-19 öncesi ve Covid-19 sonrasında hem küçük hem de büyük ölçekli girişim sayılarında artış gerçekleştirmiştir.

Tablo 3.3. Mobilya Sektöründe Çalışan Sayısı

Yıllar	KOBİ			Büyük	Toplam
	Küçük	Orta	Toplam		
2010	80.414	26.239	106.653	23.216	129.869
2011	90.764	30.952	121.716	27.563	149.279
2012	102.879	35.490	138.369	30.115	168.484
2013	117.272	39.999	157.271	30.645	187.916
2014	125.941	47.117	173.058	33.725	206.783
2015	128.101	47.628	175.729	35.942	211.671
2016	129.092	45.839	174.931	34.200	209.131
2017	128.982	45.514	174.496	35.572	210.068
2018	133.212	45.480	178.692	29.609	208.301
2019	127.194	42.948	170.142	27.591	197.733
2020	130.665	48.044	178.711	30.484	209.195

Kaynak: TÜİK

Tablo 3.3’de mobilya sektöründe 2010-2020 yılları arası çalışanların sayısı firmaların ölçeklerine göre sınıflandırılarak sunulmuştur. Covid-19 öncesi 2010 yılında 129.869 olan mobilya sektörü çalışan sayısı Covid-19 sonrası 2020’de 209.1985 seviyelerine ulaşmıştır. Çalışan sayısındaki artışın büyük kısmı KOBİ’lerde meydana gelmiştir. Büyük ölçekli işletmelerin çalışan sayısı 7.268 artarken KOBİ’ler bu on senede 72.058 kişiye istihdam sağlamıştır. Tablo 3.3’deki veriler ve Covid-19’un 2019 yılı sonlarında ortaya çıktığı göz önüne alındığında, pandeminin KOBİ ve büyük ölçekli işletmelerin çalışan sayılarındaki artışı olumsuz etkilemediği sonucuna varılmaktadır.

Tablo 3.4. Mobilya Sektörü ve İmalat Sanayinde Üretim Değeri -TL (2020)

Mobilya Sektörü	53.344.889.437
İmalat Sanayi	2.837.643.952.074
Genel Üretim	6.030.307.114.657

Kaynak: TÜİK

Üretim değeri kısaca, satışa dayalı, stok değişimlerini, hizmet ve malların tekrar satışlarını kapsayan işletmelerce fiilen üretilen üretimin parasal karşılığıdır (Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri Mikro Veri Seti,2018: 8). Tablo 3.4’da sektörün üretim değerine ilişkin veriler sunulmuştur. 2020 yılında yani pandemi döneminde

genel ülke üretim değeri 6.030.307.114.657'dir. İmalat sektörünün üretim değeri 2.837.643.952.074 iken mobilya sektörünün üretim değeri 53.344.889.437'dir

Tablo 3.5. Mobilya Sektöründe Üretim Değeri-TL (2010-2020)

Yıllar	KOBİ			Büyük	Toplam
	Küçük	Orta	Toplam		
2010	4.378.257.287	2.560.928.886	6.939.186.173	3.267.451.955	10.206.638.128
2011	5.633.726.600	3.292.651.469	8.926.384.069	4.432.559.707	13.358.943.776
2012	6.722.743.340	3.992.874.570	10.715.617.910	4.854.907.790	15.570.525.700
2013	8.422.597.371	4.894.972.012	13.317.569.383	5.284.735.021	18.602.304.404
2014	9.747.426.048	6.246.413.155	15.993.838.203	6.108.870.672	22.102.709.875
2015	11.000.295.456	6.799.412.372	17.799.707.828	7.154.822.324	24.954.530.152
2016	12.090.273.498	7.430.978.393	19.521.251.891	7.384.688.712	26.905.940.603
2017	14.377.144.448	9.403.980.554	23.781.125.002	9.728.429.920	33.509.554.922
2018	19.075.194.181	10.655.188.587	29.730.382.768	9.366.655.165	39.097.037.933
2019	21.418.863.091	12.638.773.306	34.057.636.397	10.594.668.525	44.652.304.922
2020	23.228.711.126	15.523.368.077	38.752.079.203	14.592.810.234	53.344.889.437

Kaynak: TÜİK

Tablo 3.5'de mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların üretim değerleri firmaları ölçeklerine göre sınıflandırılarak sunulmuştur. Hem Covid-19 öncesi hem de Covid-19 sonrası dönemlere denk gelen yıllarda üretime en çok katkı KOBİ'ler tarafından yapılmıştır. KOBİ'ler Covid-19 pandemi döneminde yani 2020 yılında 38.752.079.203 TL, Covid-19 öncesi 2010 yılında ise 6.939.186.173 TL'lik üretim yapmıştır. Bu 10 yıl içinde üretim değeri 31.812.893.030 TL artmıştır. Büyük ölçekli işletmeler 2010 yılında 3.267.451.955 TL, 2020 yılında ise 14.592.810.234 TL'lik üretim yapmıştır. Bu süre zarfındaki üretim değer artışı 11.325.358.279 TL'dir. 2010-2020 yıllarında büyük ölçekli işletmelerin üretim değer artışı en fazla 2019-2020 arasında yaşanmıştır. Yani pandeminin ortaya çıkması ve Covid-19 döneminde görülen artışa bakılınca pandemiyle büyük ölçekli işletmelerin üretim değer artışında olumlu sonuçlar yaşandığı kanısına ulaşılmaktadır.

Tablo 3.6. Mobilya Sektörü ve İmalat Sanayi Cirosu –TL (2020)

Mobilya Sektörü	58.802.163.371
İmalat Sanayi	3.051.570.231.048
Genel Üretim	10.574.801.801.024

Kaynak: TÜİK verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Tablo 3.6’da mobilya sektörü ve imalat sanayi cirosu sunulmuştur. 2020 yılında ülke genel üretim cirosu 10.574.801.801.024, imalat sektörü cirosu 3.051.570.231.048 ve mobilya sektörü cirosu 58.802.163.371’dir.

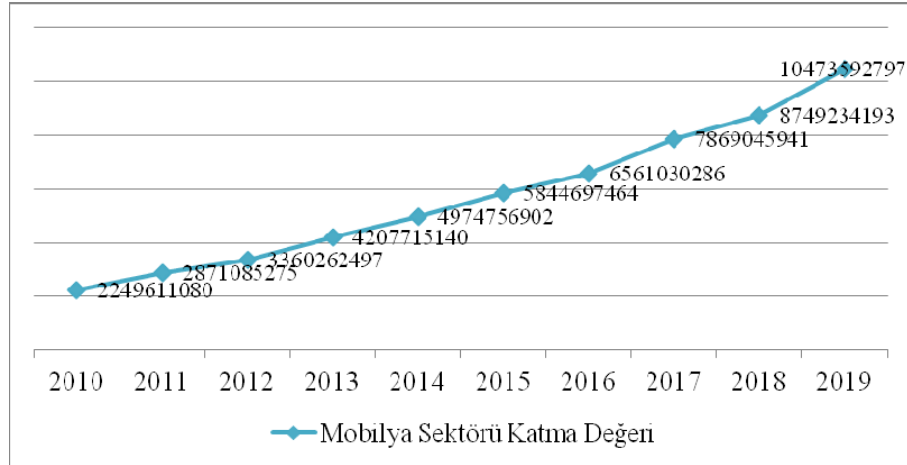
Tablo 3.7. Mobilya Sektöründe Ciro

Yıllar	KOBİ			Büyük	Toplam
	Küçük	Orta	Toplam		
2010	4.640.190.679	2.710.160.235	7.350.350.914	3.469.189.059	10.819.539.973
2011	5.986.454.136	3.512.022.308	9.498.476.444	4.757.452.126	14.255.925.570
2012	7.084.814.081	4.244.074.964	11.328.889.045	5.190.023.284	16.518.912.329
2013	9.023.637.236	5.255.113.743	14.278.750.979	5.615.206.496	19.893.957.475
2014	10.420.336.670	6.591.709.541	17.012.046.211	6.555.920.458	23.567.966.669
2015	11.789.961.182	7.202.112.386	18.992.073.568	7.793.729.032	26.785.802.600
2016	12.811.160.818	7.785.303.282	20.596.464.100	7.907.076.341	28.503.540.441
2017	15.851.527.924	10.162.322.414	26.013.850.338	10.640.167.893	36.654.018.231
2018	20.817.311.805	13.314.988.369	32.132.300.174	10.155.305.747	42.287.605.921
2019	23.479.100.709	13.512.683.599	36.991.784.308	11.704.061.126	48.695.845.434
2020	25.620.521.619	17.020.634.444	42.641.156.063	16.161.007.308	58.802.163.371

Kaynak: TÜİK

Tablo 3.7’de mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların cirosu ölçeklerine göre sınıflandırılarak sunulmuştur. Mobilya sektörünün toplam cirosu incelendiğinde 11 yıl içinde 5 kat arttığı görülmektedir. 2010 yılında 10.819.539.973 TL olan mobilya sektörü cirosu 2020 yılında 47.982.623.398 TL artarak 58.802.163.371 TL’ye yükselmiştir. Toplam ciroya en çok katkı küçük ölçekli işletmeler tarafından yapılmıştır. Pandeminin ortaya çıktığı 2019 yılında hem KOBİ hem de büyük ölçekli işletmelerin cirolarında artışlar kaydedilmiştir. Pandemi mobilya sektörünün toplam cirosunda herhangi bir negatif etki yaratmamıştır.

Grafik 3.1. Mobilya Sektörü Katma Değeri (2010-2019)



Kaynak: TÜİK

Grafik 3.1’de mobilya sektörünün faktör maliyeti ile katma değer değerleri sunulmuştur. Faktör maliyeti ile katma değer en genel anlatımı ile dolaylı vergi ve sübvansiyonlarda ki düzeltmelerden sonra firmaların işlemlerinden elde edilmiş olan gayri safi değerdir (TÜİK,2018: 8). Farklı bir anlatım ile hizmet ve mallara ilişkin toplam satın alımlarının üretim değerinden düşülmesi ile hesaplanan, firma faaliyetlerinden elde edilen gayri safi değerdir. Mobilya sektörünün faktör maliyeti ile katma değeri Covid-19 öncesi 2010 yılında 2.249.611.080 iken Covid-19 döneminde 2019 yılında 10.473.592.797 seviyelerine ulaşmıştır.

Tablo 3.8. Mobilya Sektörü ve İmalat Sanayi Katma Değeri- TL (2010-2019)

Yıllar	Mobilya Sektörü	İmalat Sanayi	Genel Üretim
2010	2.249.611.080	98.909.467.236	305.271.649.624
2011	2.871.085.275	130.054.797.670	379.338.787.958
2012	3.360.262.497	135.577.806.580	422.963.886.981
2013	4.207.715.140	167.335.211.027	509.316.824.371
2014	4.974.756.902	193.807.459.957	572.905.845.806
2015	5.844.697.464	235.233.287.849	689.387.921.786
2016	6.561.030.286	274.404.859.526	806.733.154.852
2017	7.869.045.941	343.595.291.569	971.226.711.351
2018	8.749.234.193	463.186.535.000	1.219.682.997.439
2019	10.473.592.797	488.979.015.775	1.385.896.818.136

Kaynak: TÜİK

Tablo 3.8’de 2019 yılının mobilya sektörü ve imalat sanayi katma değerleri sunulmuştur. Buna göre, mobilya sektörünün faktör maliyeti ile katma değeri imalat sanayi faktör maliyeti ile katma değerinin %2,1’i iken genel ülke katma değerinin %0,7’sidir. Mobilya sektörü katma değeri, imalat sanayi katma değeri ve ülkenin

genel üretim katma değeri Covid-19 öncesinden pandemi dönemine kadar artışlar kaydetmişlerdir.

Tablo 3.9. Ar-Ge Harcamaları-TL (2018-2020)

	Cari Harcamalar		Yatırım Harcamaları				Toplam
	Personel	Diğer Cari	Makine Teçhizat	Sabit Tesis	Bilgisayar Yazılım	Fikri Mülkiyet	
2018	43.884.740	21.565.454	274.709	20.250	20.380	6.662	65.772.195
2019	63.297.496	26.169.348	1.503.610	132.275	121.162	57.000	91.280.891
2020	66.487.783	26.686.333	3.212.406	141.446	254.048	23.450	96.805.466

Kaynak: TÜİK

Tablo 3.9’da mobilya sektöründe yapılmış olan Ar-Ge harcamalarına yer verilmiştir. 2018-2020 yılları arasında sektörün Ar-Ge harcamaları sürekli olarak artmıştır. Covid-19 öncesi 2018 yılında sektörün Ar-Ge harcaması 65.772.195 iken Covid-19 döneminde 2019’da 25.508.696 TL artarak 91.280.891 TL’ye ulaşmış ve 2020 yılında da artarak 96.805.466 TL seviyesine çıkmıştır.

Tablo 3.10. Mobilya Sektöründe Personel Maliyeti

Yıllar	KOBİ			Büyük	Toplam
	Küçük	Orta	Toplam		
2010	636.826.654	338.401.691	975.228.255	457.225.822	1.432.454.077
2011	789.195.482	428.622.178	1.217.817.660	589.402.219	1.807.219.879
2012	1.004.948.930	561.021.795	1.565.970.725	714.527.882	2.280.228.607
2013	1.255.604.640	733.314.817	1.988.919.457	818.815.011	2.807.734.468
2014	1.471.538.723	946.684.577	2.418.323.300	1.043.603.095	3.461.926.395
2015	1.698.079.432	1.081.950.995	2.780.030.427	1.211.677.783	3.991.708.210
2016	2.217.219.650	1.303.028.017	3.520.247.667	1.408.771.493	4.929.019.160
2017	2.359.706.486	1.413.640.293	3.773.346.779	1.630.481.844	5.403.828.623
2018	2.848.278.163	1.741.654.823	4.589.932.986	1.572.128.352	6.162.061.338
2019	3.292.618.699	1.971.672.509	5.264.291.208	1.813.987.841	7.078.279.049
2020	3.360.973.480	2.189.873.648	5.550.847.128	2.126.595.437	7.677.422.565

Kaynak: TÜİK

Personel maliyeti kısaca, işletmede istihdam edilen personele işletme tarafından yapılan sosyal güvenlik ve brüt ödemelerin genel adıdır (Yıllık Sanayi ve Hizmet

İstatistikleri,2018: 8). Tablo 3.10’da mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların personel maliyetleri sunulmuştur. Mobilya sektörlerinde faaliyet gösteren firmalar ölçeklerine göre sınıflandırılmıştır. 2010-2020 yılları arasında gerek KOBİ’lerde gerekse büyük ölçekli işletmelerde personel maliyetlerinin arttığı görülmektedir. Pandeminin başlamasıyla artan bu maliyetlerin daha da artarak devam edeceğini

Tablo 3.11. Mobilya Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Mal ve Hizmet Stok Değişimleri-TL

Yıllar	KOBİ			Büyük	Toplam
	Küçük	Orta	Toplam		
2010	249.909.318+c	188.474.368	c	75.074.923	831.779.229
2011	802.191.760	279.308.104	1.081.499.864	261.481.338	1.342.981.202
2012	846.894.487	248.388.816	1.095.283.303	120.343.875	1.215.627.178
2013	918.140.449	331.152.733	1.249.293.182	177.172.462	1.426.465.644
2014	1.252.992.415	446.523.445	1.699.515.857	222.240.686	1.921.756.543
2015	1.412.120.752	525.856.708	1.937.977.460	288.691.680	2.226.669.140
2016	1.627.240.434	661.204.269	2.288.444.703	428.599.051	2.717.043.754
2017	430.309.909	c	c	c	352.211.736
2018	1.561.515.055	525.378.438	2.086.893.493	405.861.580	2.492.755.073
2019	922.749.288	84.380.454	1.007.129.742	232.881.522	1.240.011.264
2020	1.656.486.478	191.197.438	1.847.693.916	625.409.150	2.473.093.066

Kaynak: TÜİK

Stok değişim en kısa açıklaması ile planlanmayan stok birikimi ile planlanmayan stok erimesine verilen isimdir (Tunalı, 2015: 196). Farklı bir anlatım ile çalışmaya konu olan dönem başında ve bu dönem sonunda stoklarda meydana gelen değişimdir (Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2018: 8). Tablo 3.11’de mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin mal ve hizmet stok değişimlerine yer verilmiştir. C değeri TÜİK tarafından gizli veriler maddesi gereğince bu şekilde düzenlenmiştir. Stok değişimleri incelendiğinde toplam değer büyük kısmının KOBİ kaynaklı olduğu görülmektedir. Sektörün toplam stok değişim değeri Covid-19 öncesi 2010 yılında 831.779.229 TL iken Covid-19 döneminde 2020 yılında 2.473.093.066 TL seviyesine ulaşmıştır.

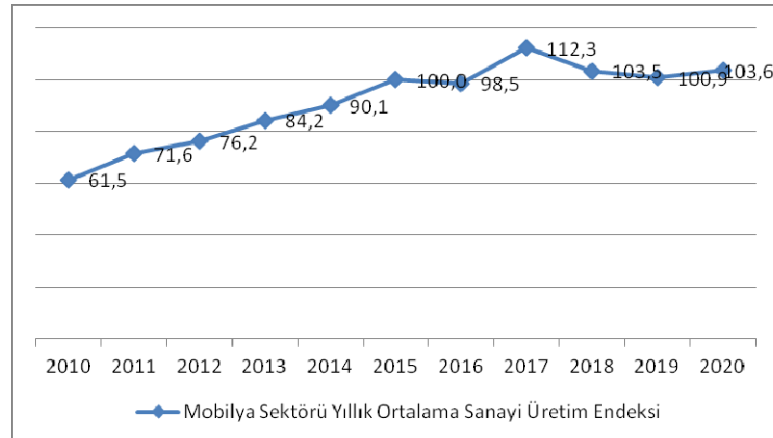
Tablo 3.12. Mobilya Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Mal ve Hizmetlerin Satın Alış Değerleri-TL (2010-2020)

Yıllar	KOBİ			Büyük	Toplam
	Küçük	Orta	Toplam		
2010	4.385.394.582	2.340.449.308	6.725.843.890	2.705.445.635	9.431.289.525
2011	5.805.030.865	3.104.416.029	8.909.446.894	3.866.807.262	12.776.254.156
2012	6.730.062.339	3.630.225.463	10.360.287.802	4.089.166.938	14.449.454.740
2013	8.390.968.880	4.406.678.842	12.797.647.722	4.359.906.459	17.147.554.181
2014	9.915.033.298	5.612.067.732	15.524.101.030	5.149.808.258	10.673.909.288
2015	11.153.516.059	6.047.344.946	17.200.861.005	6.026.132.581	23.226.993.586
2016	12.002.485.606	6.560.761.020	18.563.246.626	6.123.954.184	24.687.200.810
2017	13.503.615.356	7.938.254.360	21.441.869.716	7.918.491.195	29.360.360.911
2018	18.986.992.363	9.224.869.050	28.211.861.413	8.025.843.527	36.237.704.940
2019	20.487.844.409	10.389.761.538	30.877.605.947	8.817.334.030	39.694.939.977
2020	23.031.190.742	13.485.053.173	36.516.243.915	12.176.756.426	48.693.000.341

Kaynak: TÜİK

Mal ve hizmet satın alımları kısaca, ilgili dönem içinde üzerinde herhangi bir değişiklik yapılmadan, satılmak amacı ile işletmelerin almış olduğu hizmet ve malların vergiler hariç değeridir (Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2018: 8). Mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların mal ve hizmetlerin toplam satın alışları Tablo 3.12’de sunulmuştur. İlgili yıllar içinde yani Covid-19 öncesi ve sonrası dönemlerde mal ve hizmet satın alış değerleri sürekli olarak artmıştır. 2010 yılında 9.431.289.525 TL’lik alış 39.261.710.816 TL artmış ve 2020 yılında 48.693.000.341 TL’ye ulaşmıştır. Bu artışların pandeminin etkisiyle daha da artmasını söylememiz mümkündür.

Grafik 3.2. Mobilya Sektörü Yıllık Ortalama Sanayi Üretim Endeksi



Kaynak: TÜİK

Mobilya sektörünün yıllık ortalama sanayi üretim endeksi Grafik 3.2’de sunulmuştur. Mobilya sektöründe sanayi üretim endeksi 2016 yılına kadar sürekli artmış ve 2010 yılında 61,5’ten 100’e kadar artmıştır.2016 yılında yaşanan düşüş sonrasında 2017 yılında 112,3 seviyesine yükselmiş ve en yüksek değerine ulaşmıştır. 2018 senesinde 103,5’e 2019’da 100,9’a gerilemiş ve %2,6’lık düşüş gerçeklemiştir.2020’de ise yani Covid-19 döneminde mobilya sektörünün yıllık ortalama sanayi üretim endeksinde artış yaşanarak 103,6’ya yükselmiştir. Buradan pandemi mobilya sektöründe sanayi üretim endeks değerinde artış yaşanmasına sebep olduğu sonucuna varılabilir.

Tablo 3.13. Mobilya Sektörü Aylık Sanayi Üretim Endeksi 2017-2021

Ay	2017	2018	2019	2020	2021
Ocak	77,9	85,3	84,3	83,7	94,6
Şubat	93,6	87,6	90,8	99,2	99,3
Mart	117,9	105,6	109,6	98,9	120,0
Nisan	115,6	101,5	105,1	61,2	117,7
Mayıs	117,0	110,8	110,5	63,8	101,1
Haziran	109,6	91,1	106,5	108,7	143,1
Temmuz	113,4	105,7	95,4	108,6	110,1
Ağustos	123,9	93,8	83,5	104,6	133,2
Eylül	148,3	105,4	5,6	124,7	145,3
Ekim	103,2	106,6	99,1	124,5	
Kasım	103,5	116,7	101,6	121,3	
Aralık	123,5	132,0	128,4	150,8	

Kaynak: TÜİK

Mobilya sektörünün aylık sanayi üretim endeksinin son beş yılının değerleri Tablo 3.13’de sunulmuştur. Covid-19 öncesi 2017 yılında aylık bazlarda bakıldığında artışlar düşüşler yaşansa da o yıl içinde sene sonunda artış kaydedilmiştir. Bu durum Covid-19 döneminde yani 2020, 2021 yıllarında da aynı şekilde olmuştur.

Tablo 3.14. Mobilya Üretiminde Ortalama Kapasite Kullanım Oranları

Yıllar	Üretim Değeri Ağırlıklı
2015	72,3
2016	71,4
2017	74,3
2018	73,5
2019	75,5

Kaynak: Mobilya Sektör Raporu, 2020: 18.

Mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin büyük kısmı küçük-mikro ölçeklidir. Mobilyalara yönelik esneklik yüksektir. Bu nedenle mobilyaya ilişkin kapasite kullanım oranları ve talep yaşanan iktisadi dalgalanmalara paralel bir seyir izler. Tablo 3.14’de Covid-19 öncesi 2015 ve Covid-19 dönemi 2019 yılları arası kapasite kullanım oranları sunulmuştur. Mobilya sektörü bu beş yılda ortalama %73

üretim kapasitesi ile çalışmıştır. 2019 yılında %2,7 artmış ve 75,5 seviyesine ulaşmıştır. Yaşanan pandemi mobilya üretiminde ortalama kapasite kullanım oranlarında olumsuz bir etki yaratmamıştır.

3.4. Türkiye Mobilya Sektörünün Sorunları

Mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmeler çoğunlukla KOBİ sınıfındadır. Yeterli kaynakları olmaması nedeni ile işletmeler maliyetlerini minimize edebilmek için bir takım stratejiler izlemekte ve faaliyetlerine devam etmek istemektedir.

Kayacıklı ve Emil (2003: 108) çalışmasında mobilya sektöründe yer alan işletmelerin yaşadığı sorunları dört ana başlık altında sıralamıştır. Bunlardan ilki üretim yani üretime ilişkin sorunlardır. Üretime ilişkin sorunlar, kalitesiz, yetersiz hammadde, kapasite sorunları, ürün standartlarında ki uygunsuzluk ve girdi fiyatları olarak açıklanmıştır. İkinci sorun ise pazarlama sorunudur. Sektör ve pazara dair yanlış bilgi ya da bilgi eksikliği ve işletmelerin reklama önem vermemesi pazarlama sorunlarının başında gelmektedir. Üçüncü sorun ise finansman sorunlarıdır. İşletmelerin sermaye yapılarında ki problemler, ürünlerin tahsilatlarına ilişkin sorunlar ve kredi maliyetleri bu kategoride değerlendirilmektedir. Ve son sorun ise, istihdam problemidir.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin 2017 yılında hazırlanmış olduğu Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektörü Raporu'nda sektörün sorunlarını temel sorunlar, güncel sorunlar ve kronik sorunlar olmak üzere üç ana başlık altında toplamıştır. Tablo 3.15'de ana sorunlar ve ilgili konular sunulmuştur.

Tablo 3.15. Mobilya Sektörü Sorunları

Temel Sorunlar	Güncel Sorunlar	Kronik Sorunlar
Malzeme	Dış Pazar	Haksız Rekabet
Tasarım ve Üretim	Gümrük	Kamusal Yükler
Satış ve Pazarlama Stratejileri	Komşularla Ticaret	Hammadde
Küresel Standartlar	Taşımacılık/Ulaşım	Mesleki Eğitim
Sertifika Sistemleri	İç Pazar	Lojistik Destek Sorunu (Navlun)
Testler		
Lojistik		
Marka		
Nitelikli İş Gücü		
Gümrük		
Devlet		
Diğer		

Kaynak: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2017: 50-63

Oran Kalkınma Ajansının 2016 yılında hazırladığı TR72 Mobilya Sektörü Raporuna göre sektörün sorunları, markalaşma, Ar-Ge, tasarım, sermaye, kayıt dışılık, uzman çalıştırma, teşvikler ve vergiler, SGK primleri, küresel finansman imkanı, iletişim ve pazarlama problemleri, fason üretim, kalite, standartlar, teknoloji, örgütlenmeye ilişkin problemler, tüketici memnuniyeti ve eğitim şeklindedir (TR72 Mobilya Sektörü Raporu, 2016: 17-22).

Kalkınma Bakanlığı'nın 2014 yılında hazırladığı Mobilya Çalışma Grubu Raporu'na göre ise sorunlar, nitelikli iş gücü, hammadde, tasarım, yan sanayi, haksız rekabet, kurumsallık, verimlilik, pazarlama, markalama, lojistik, finansman şeklinde sıralanmıştır. Sektörün sorunlarına ilişkin literatürde ortak bir açıklama bulunmamaktadır. Her ne kadar ağız birliği olmasa da bazı noktalarda çalışmalar birbirlerine paralel sonuçlara ulaşmıştır. Ortak kaniya varılmış olan sorunlar alt başlıklar ile detaylandırılacaktır.

3.4.1. Malzeme Sorunları

Türkiye'de hammadde şartlarının olumsuz olması mobilya sektörünü olumsuz etkileyen unsurların başında gelmektedir. Türkiye'de mobilya sektöründe kullanılan odunlar kalite açısından yetersizdir. Bu yetersizliğin temelinde depolama, kesim sorunları gelmektedir (TOBB, 2018: 51).

Türkiye'de yıllık 15 milyon m³ ağaç mobilya sektöründe kullanılmaktadır. Bu gereksinimin yaklaşık 9 m³'ü ülke içinden kalan 6 m³'ü ise dışarıdan temin edilmektedir. Dışarıdan temin edilmesi gerekli olan 6 m³'lük eksiklik tedarik sorunun temelinde yer almaktadır (Mobilya Çalışma Grubu Raporu, 2015: 45).

Malzeme fiyatlarında ki sorunlar nedeni ile rekabetçi fiyat düzeyine ulaşamama, kurlarda ki oynaklıklar nedeni ile yaşanan artışlar, iç ve dış piyasadan tedarik edilen malzemenin fiyat, kalite ve zaman nedeni ile sebep olduğu sorunlar, standartlara uygun olmayan ürün kullanımı, hammaddenin temininde ithalata bağımlı olma, hammadde sahibinin teminat beklentisi, malzemelerin sertifikalarında yaşanan sorunlar, endüstriyel ormancılığın olmaması, çevresel sorunlar, Ar-Ge yetersizliği gibi sorunlar malzeme sorunları başlığında değerlendirilmektedir (TOBB, 2017: 50—51; Sığırcı, 2019: 59).

3.4.2. Satış ve Pazarlamaya İlişkin Sorunlar

Çağımızda ürün, hizmet odaklı pazarlama anlayışı günün gereklerini karşılamaya yetmemektedir. Satış ve tüketici odaklı bir pazarlama anlayışının geliştirilmesi rekabet piyasalarında işletmelerin ayakta kalabilmesinin ön koşuludur. Bu piyasalarda faaliyetlerine devam etmek isteyen işletmeler konuya ilişkin stratejiler üretmeli, pazarı, sektörü iyi analiz edebilmeli, tasarımlarında özgün olabilmeli ve müşteri iletişimine önem vermelidir (TR72 Mobilya Sektörü Raporu, 2016: 19).

Mobilya sektöründe karşılaşılan bir diğer temel sorun ise pazarlama ve satış sorunudur. Mobilya sektöründe çoğunlukla pazarlama faaliyetleri aracı kurumlarca yürütülmektedir. Türk mobilya sektörünün önde gelen firmaları küresel piyasalarda rekabet edecek düzeye gelmiş, bu piyasalarda faaliyet için gerekli olan başarı şartlarını sağlamıştır. Bu firmalar ihracat rakamlarını sürekli olarak arttırmaktadır. Buna karşın sektörde çoğunluk bu başarıyı yakalayamamıştır. Bu işletmeler sektöre ve pazara ilişkin bilgileri doğru toplayamamakta ve işleyememektedir. Bu hususu gerek sektörün gelişiminin önünde ciddi bir engeldir (Mobilya Çalışma Grubu Raporu, 2015: 44).

İşletmelerin fiyat odaklı çalışması, imaj, tanıtım ve reklamlarda ki eksiklik, profesyonelleşme eksikliği, pazarlama ve satış elemanlarında ki işe, malzemeye ilişkin teknik bilgi eksikliği satış ve pazarlamaya ilişkin sorunlar olarak değerlendirilmektedir (TOBB, 2017: 53).

Bu sorunların giderilmesi için firmaların fuarlara katılımlarının artırılması, tanıtım, reklam için gerekli olan finansal desteğin sunulması, nitelikli iş gücünün istihdam edilmesi, küresel piyasalarda pazarlar kurulmasına devletin destek vermesi, satış sonrası desteğin verilmesi, gerekli hizmet ve bilgi alt yapısının oluşturulması gerekmektedir (Mobilya Çalışma Grubu Raporu, 2015: 44).

3.4.3. Lojistik Sorunları

Mobilya havaleli bir üründür. Liman kentleri haricinde yapılan taşımacılık hizmetlerinin navlun ücreti yüksektir. Bu nedenle karayolu taşımacılığı yerine diğer alternatifler göz önünde bulundurulmalıdır. Farklı bir anlatım ile navlun maliyetlerini

minimize etmek için gerek demir gerekse deniz yolu taşımacılığı tercih edilmelidir (Mobilya Çalışma Grubu Raporu, 2015: 49).

Lojistik sorunları sevk ve depo problemleri, kara taşımacılığının alternatifinin olmaması, lojistik faaliyetlerinde ki bilgisizlik ve özensizlik, lojistik faaliyetleri için kullanılan araçların uygun olmaması, ambalaj sorunları olarak özetlenebilir. Bu sorunlar nakliye sigortası, deniz ve demir yolu taşımacılığının tercih edilmesi, araçlarda belli bir standardın yakalanması gibi çözümler ile giderilebilir (TOBB, 2017: 55).

3.4.4. Kayıt Dışılık Sorunu

Türkiye’de geleneksel yöntemler ile mobilya sektöründe faaliyet gösteren pek çok işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerin pek çoğu kayıt dışı üretim yapmaktadır. Sektörde ki kayıt dışılık ortamı yaklaşık olarak %50 seviyesindedir. (Aşarkaya, 2015: 23).

80’li yıllarda Türkiye’de yalanan sosyal ve ekonomik dönüşüm ile yaşanan modernleşme mobilya sektörünü de etkilemiştir. Bu süreçte mobilya sektörüne olan talep artmıştır. Türkiye’de mobilya üretimi orta ya da küçük ölçekli işletmelerde yapılırken bayiler tarafından satılmaktadır. Çok sayıda küçük atölye ve bayi olması kayıt dışılığın temel nedenlerindedir. Kayıt dışılık sorunun giderilebilmesi için gerekli denetimler sıklaştırılmalı, işletme sahipleri ve müşteriler fatura, garanti gibi konularda bilinçlendirilmelidir (Sakarya ve Doğan, 2016: 21).

3.4.5. Sermaye Sorunları

Türkiye’de mobilya sektöründe yer alan firmaların çoğunun aile şirketi olması ve küçük ölçekte faaliyet göstermesi sermaye ve finansman sorunlarının yaşanmasına neden olmaktadır. Bu işletmelerin krediye ulaşması imkanını kısıtlamakta ve maliyetleri yükseltmektedir (,2015: 23). Bu husus işletmelerin büyümesini engellemekte ve krizlere karşı dayanıklılığını azaltmaktadır. Bir diğer husus ise, sektörde faaliyet gösteren firmaların çoğu günü kurtarma amacı ile hareket etmektedir. Bu da orta ve uzun vadeli yatırımların yapılmasına engel olmaktadır (TR72 Mobilya Sektörü Raporu, 2016: 17).

3.5. Mobilya Sektörünün Türkiye İçin Önemi

Mobilya sektörü, yenilik ve gelişime açık bir sektördür. Bu sebeple, Türkiye gibi iktisadi anlamda kalkınma süreci içinde olan ülkelerde gelişim eğilimini hızlandırmaktadır. Mobilya sektörü gerek iç gerekse dış piyasalarda harekete neden olmaktadır. Sektöre Türkiye’de sunulan teşvik ve destekler girişimcilerin cazibesini kazanmıştır. Sektöre tanınan teşvik ve desteklerin bir kısmı Tablo 3.16’da sunulmuştur.

Tablo 3.16. Mobilya Sektörüne Uygulanan Destek ve Teşvikler

Desteğin Adı	Veren Kurum
Tasarım ve Ürün Geliştirme Desteği	Ticaret Bakanlığı
Tasarım Merkezi Desteği	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
Yatırım Teşvikleri- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
İhracat Teşvikleri- Ticaret Bakanlığı	Ticaret Bakanlığı
SGK Teşvikleri	SGK
İŞKUR Teşvikleri	İŞKUR
Mobilya İmalatı hibe Desteği	KOSGEB

Kaynak: plusglobal.com.tr

Hızlı bir gelişim ve değişim süreci içinde olan mobilya sektörü, kalite, marka, istihdam, işletme sayısı, büyüme, kişi başına düşen milli gelir, kaynak dağılımı gibi hususlar noktasında dış ve iç pazarda potansiyel arz eden bir sektör haline gelmiştir. Pek çok kurum ve kuruluş mobilya sektörüne ilişkin çalışmalar yapmakta, sektörün yapısını inceleyerek tavsiyeler içeren raporlar hazırlamaktadır. Mobilya sektörü ilk kez 9. Kalkınma Planı’nda Ağaç Ürünleri ve Mobilya Sektörü başlığı altında ele alınmıştır. 10. Kalkınma planında ise Mobilya Çalışma Grubu Raporu yayınlanmıştır. Oluşturulmuş olan meclislerden biri Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisidir. Bu güne kadar ağaç işleri sektörünün bir alt sektörü olarak çalışmalarda yer alan mobilya sektörü, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından ana bir sektör olarak ele alınmıştır. Diğer sektörlerle nazaran daha küçük çapta olması ve üretiminde düşük teknolojiler kullanması nedeni ile Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası’nda (TCMB) sektöre ilişkin çok fazla bilgi bulunmamaktadır (Yardibi, 2016: 55).

Kısaca toparlamak gerekir ise sektörün yaratmış olduğu katma değer Türkiye için önem taşımaktadır. İstihdam, dış ticaret, gayri safi yurt içi hasıla (GSYİH), girişim, üretim gibi pek çok unsur üzerinde etkili olan mobilya sektörünü Türkiye ve Türkiye

gibi iktisadi kalkınma, büyüme hedefi içinde olan ülkeler için stratejik bir konumdadır.

3.6. Covid-19 Sonrası Türkiye Mobilya Sektörü Dış Ticareti

Türkiye mobilya sektöründe 2001 yılından bu yana dış ticarete sürekli şekilde artı veren bir sektör konumundadır. Sektöre yapılan ihracatın üçte biri AB'ye ve ithalatın yarısından çoğu AB'den yapılmaktadır. Mobilya sektöründeki bu bölgesel yoğunlaşma, AB pazarı ve tüketicisinin nitelikleri göz önüne alındığında olumlu olmakla birlikte, sektörün uzun dönemli hedefleri bakımından Pazar çeşitlendirilmesine gidilmesi ihtiyacını da ortaya çıkarmaktadır. 2001 yılından itibaren ihracatta ele geçirilen olumlu sürecin devam ederek, ciddi miktarda açık verilen ülke dış ticaretinde, mobilya sektörünün artı dış ticaret dengesi geleneğini devam ettirmesi ve ülke ekonomisine katkısını sürdürmesi umulmaktadır. Edinilen dış pazar deneyimleri ve daha güzel makro ekonomik koşullarda mobilya sektörü daha büyük artışlara müsait bir potansiyele ve dinamizme sahip olacaktır (Mobilya Sektör Raporu, 2021: 5).

3.6.1. Covid-19 Sonrası Türkiye Mobilya Sektörü İhracatı

Tablo 3.17. Ülkeler Bazında Türkiye'nin Mobilya İhracatı (1000 Dolar)

Ülke Adı	2018	2019	2020
IRAK	448.104	510.871	483.844
ALMANYA	204.096	222.596	347.109
AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ	118.263	152.349	268.363
SUUDİ ARBİSTAN	169.704	197.637	188.971
FRANSA	151.397	146.356	162.961
İNGİLTERE	93.223	101.674	143.335
İSRAİL	93.727	118.215	136.700
LİBYA	117.636	200.537	134.567
HOLLANDA	67.904	75.182	94.342
ROMANYA	70.306	85.243	90.767
KATAR	63.441	86.351	75.493
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	61.838	70.506	70.208
MACARİSTAN	9.188	13.190	69.484
İTALYA	61.485	65.299	67.256
ÇEKYA	7.626	8.562	62.669
Liste Toplamı	1.737.938	2.054.568	2.396.069
Genel Toplam	2.686.740	3.055.447	3.421.602

Kaynak: TÜİK

Ülkeler bazında Türkiye'nin mobilya ihracatı 2008 yılında Covid-19 öncesi 2 milyar 686 milyon dolar şeklinde gerçekleşirken 2020 yılında Covid-19 sonrasında 3 milyar

421 milyon dolara ulaşmıştır. Ticaret negatif etkileri ciddi oranda hissedilen pandemi koşullarına rağmen ülkeler bazında Türkiye mobilya ihracatında artış kaydedilmiştir.

Tablo 3.17’de yer alan verilere bakıldığı zaman, mobilya ihracatımız ülkeler bazında, 2020 yılından bu yana en büyük pazarın Irak olduğu sonucuna varılmıştır. Irak’a ihracatımızda 2020 yılında bir önceki seneye göre %5,3 oranında bir düşüş yaşanmış, 484 milyon dolar seviyesinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Mobilya ihraç ettiğimiz diğer önemli pazarlar ise ABD, Fransa, Almanya, Suudi Arabistan, Libya, İngiltere ve İsrail’dir. Sektörün toplam ihracat içindeki payı 2020 yılında %2 şeklinde olmuştur. Sektörün gelişmesi, mobilya ihracatının gelişmesiyle olacaktır (Mobilya Sektör Raporu, 2021: 5).



Tablo 3.18. Ürünler Bazında Türkiye'nin Mobilya İhracatı (1000 Dolar)

GTİP	ÜRÜN ADI	2018	2019	2020
940190	OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALARIN AKSAM, PARÇALARI	174.761	186.743	359.204
940161	AHŞAP İSKELETLİ OTURMAYA MAHSUS İÇLERİ DOLDURULMUŞ, KAPLANMIŞ DİĞER MOBİLYALAR	245.258	315.182	321.968
940140	YATAK HALİNE GETİRİLEBİLEN OTURMA MOBİLYASI (KAMP VE BAHÇE İÇİN HARİÇ)	120.010	137.529	136.535
940120	MOTORLU TAŞITLARDA KULLANILAN OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALAR	208.056	166.331	123.394
940180	OTURMAYA MAHSUS DİĞER MOBİLYALAR	65.332	70.739	62.211
940169	AHŞAP İSKELETLİ OTURMAYA MAHSUS DİĞER MOBİLYALAR	44.554	51.666	44.494
940130	YÜKSEKLİĞİ AYARLANABİLEN DÖNER KOLTUK-SANDALYELER	42.291	48.591	43.059
940179	METAL İSKELETLİ OTURMAYA MAHSUS DİĞER MOBİLYALAR	23.281	32.902	30.132
940171	METAL İSKELETLİ OTURMAYA MAHSUS İÇLERİ DOLDURULMUŞ, KAPLANMIŞ DİĞER MOBİLYALAR	18.091	23.003	24.994
940110	HAVA TAŞITLARINDA KULLANILAN TÜRDE OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALAR	10.322	22.847	15.763
940159	KAMIŞ, SEPETÇİ SÖĞÜDÜ VB. MADDELERDEN (BAMBUDAN VE HİNT KAMIŞINDAN OLANLAR HARİÇ) OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALAR	4.033	636	554
940153	HİNT KUMAŞINDAN OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALAR			
940152	BAMBUDAN OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALAR	13	37	13
940290	TIP, CERRAHİ, DIŞÇİLİKTE KULLANILAN MOBİLYA, MASA, KARYOLA VB. AKSAM/PARÇALAR	36.383	42.377	106.223
940210	DIŞÇİ/BERBER KOLTUKLARI VB. KOLTUKLAR VE AKSAM, PARÇALARI	7.606	7.463	7.261
940350	YATAK ODALARINDA KULLANILAN TÜRDE AHŞAP MOBİLYALAR	558.256	670.581	645.426
940360	DİĞER AHŞAP MOBİLYALAR	376.913	426.518	438.473
940320	DİĞER METAL MOBİLYALAR	180.323	200.375	229.881
940383	HİNTKAMIŞINDAN DİĞER MOBİLYALAR			1
940390	DİĞER MOBİLYALARA AİT AKSAM, PARÇALAR	139.348	150.014	163.288
940310	YAZIHANELERDE KULLANILAN TÜRDE METAL MOBİLYALAR	55.835	55.373	85.620
940330	YAZIHANELERDE KULLANILAN TÜRDE AĞAÇ MOBİLYALAR	64.672	69.847	61.733
940370	PLASTİK MADDELERDEN DİĞER MOBİLYALAR	51.027	53.564	49.069
940389	DİĞER MADDELERDEN DİĞER MOBİLYALAR	27.983	34.011	37.210
940340	MUTFAKLARDA KULLANILAN TÜRDE AHŞAP MOBİLYALAR	33.672	44.189	37.014
940382	BAMBUDAN DİĞER MOBİLYALAR	20	86	19
940429	DİĞER MADDELERDEN YATAKLAR	88.619	108.665	232.300
940490	ŞİLTE, YORGAN, YASTIK, PUF, DİZ-AYAK ÖRTÜLERİ, MİNDERLER VB.	78.481	88.381	104.741
940410	SOMYALAR	13.002	23.700	33.908
940421	GÖZENEKLİ KAUÇUK/PLASTİKTEN YATAKLAR	15.695	20.491	22.843
940430	UYKU TULUMLARI	2.902	3.607	4.272
	DİĞER	2	1	
	TOPLAM	2.686.741	3.055.449	3.421.603

Kaynak: TUIK

Tablo 3.18’de r nler bazında Türkiye mobilya ihracat verilerine yer verilmiştir. Covid-19  ncesi döneme gelen 2018 yılında ürünler bazında Türkiye ihracatı toplam 2 milyar 686 milyon dolar iken bu rakam 2020 yılına gelindiğinde yani Covid-19 sonrasında 3 milyar 422 milyon dolar seviyelerine çıkmıştır. Mobilya ihracatında yıllar bazında bakıldığında 2001’den bu yana artışlar yaşansa da bu artışlar istenilen düzeylerde değildir.

İhracatın istenilen d zeyele ulaşamamasında komşu ve  evre ülkelerde yaşanan siyasi sorunlar, pandemi koşulları, modern ve tasarım odaklı üretim yeterince kullanılmayışı, küçük ve orta ölçekli firmaların dış pazar konusunda bilgi eksikliği ve finansman sorunları ihracatta karşılaşılan ciddi problemlerdir.

3.6.2. Covid-19 Sonrası Türkiye Mobilya Sektörü İthalatı

Mobilya ithalatının 1986 yılında daha fazla serbestleştirilmesi ve ardından 1996 yılında Gümrük Birliğine girmemiz ile birlikte mobilya ithalatlarında artışlar yaşanmıştır. Mobilya ithalatı 1994 yılında 38 milyon dolar seviyesinde gerçekleşirken 1995 yılında 68 milyon dolar civarına ulaşarak %79’luk bir artış ger ekleşirmiştir. İthalattaki bu hızlı artış daha sonraki zamanlarda da devam etmiş fakat 2001 yılında, yaşanan krizin de etkisiyle mobilya ithalatı bir önceki yıla göre %40 oranında düşerek 122 milyon dolar seviyesine kadar azalmıştır. Mobilya ithalatında kriz sonrası dönemde yaşanan gerileme 2002 yılı ile beraber küçük bir artışla 128 milyon dolar seviyesine çıkmıştır. Sonraki yıllarda da ekonomik iyileşmeyle birlikte sektör ithalatı artışını sürdürmüş fakat 2009 yılında küresel krize bağlı olarak bir önceki seneye oranla %37 düşüşle 568 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2011 yılında krizin etkilerinin iyice azalmasıyla mobilya sektör ithalatı, 2008 yılı değerini aşarak 941 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır (Mobilya Sektör Raporu, 2021: 8).

Tablo 3.19. Ülkeler Bazında Türkiye'nin Mobilya İthalatı (1000 Dolar)

Ülke Adı	2018	2019	2020
ÇİN	78.108	61.412	69.534
POLONYA	49.606	48.589	56.731
İTALYA	74.750	59.902	55.152
ALMANYA	78.462	67.001	51.966
ROMANYA	24.148	24.138	26.351
BULGARİSTAN	23.802	23.122	18.816
JAPONYA	10.250	13.017	17.292
AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ	21.764	33.335	17.088
FRANSA	30.731	22.812	15.326
TAYLAND	19.509	11.763	14.449
PORTEKİZ	10.596	8.990	12.959
MALEZYA	10.988	9.144	12.543
SİRBİSTAN	12.778	17.706	11.600
İNGİLTERE	10.293	18.286	9.942
İSPANYA	14.732	14.937	9.573
Liste Toplamı	470.517	434.154	399.322
Genel Toplam	592.840	548.160	498.092

Kaynak: TUİK

Tablo 3.19'da bulunan verilere bakıldığında ithalatımız ülkeler bazında, Covid-19 öncesi 2018 yılında toplam 592 milyon dolar şeklinde gerçekleşirken, 2020 yılında Covid-19 sonrasında bu rakam 498 milyon dolara düşmüştür. Bu gerileme mobilya sektörü dış ticaret fazlasına olumlu katkı sağlamaktadır.

Türkiye'nin ülkeler bazında mobilya ithalatı yaptığı ülkelerin başında Çin ve AB ülkeleri gelmektedir. 2020 yılı itibarıyla en çok ithalat yapılan ülke 69 milyon dolar ile Çin olup, Çin'i 57 milyon dolarlık mobilya ithalatı ile Polonya izlemektedir. Mobilya ithalatımızda öne çıkan diğer ülkeler ise Romanya, İtalya, Bulgaristan ve Almanya'dır.

Tablo 3.20. Ürünler Bazında Türkiye'nin Mobilya İthalatı (1000 Dolar)

GTİP	ÜRÜN ADI	2018	2019	2020
940190	OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALARIN AKSAM, PARÇALARI	197.623	210.100	183.552
940161	AHŞAP İSKELETLİ OTURMAYA MAHSUS İÇLERİ DOLDURULMUŞ, KAPLANMIŞ DİĞER MOBİLYALAR	23.331	20.042	20.054
940140	YATAK HALİNE GETİRİLEBİLEN OTURMA MOBİLYASI (KAMP VE BAHÇE İÇİN HARİÇ)	5.967	6.213	7.953
940120	MOTORLU TAŞITLARDA KULLANILAN OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALAR	23.345	19.887	17.421
940180	OTURMAYA MAHSUS DİĞER MOBİLYALAR	23.926	23.055	27.118
940169	AHŞAP İSKELETLİ OTURMAYA MAHSUS DİĞER MOBİLYALAR	8.386	6.955	7.803
940130	YÜKSEKLİĞİ AYARLANABİLEN DÖNER KOLTUK-SANDALYELER	11.797	9.057	10.424
940179	METAL İSKELETLİ OTURMAYA MAHSUS DİĞER MOBİLYALAR	16.508	17.197	20.021
940171	METAL İSKELETLİ OTURMAYA MAHSUS İÇLERİ DOLDURULMUŞ, KAPLANMIŞ DİĞER MOBİLYALAR	17.081	13.526	17.692
940110	HAVA TAŞITLARINDA KULLANILAN TÜRDE OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALAR	8.664	11.727	6.964
940159	KAMIŞ, SEPETÇİ SÖĞÜDÜ VB. MADDELERDEN (BAMBUDAN VE HİNT KAMIŞINDAN OLANLAR HARİÇ) OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALAR	874	164	328
940153	HİNT KUMAŞINDAN OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALAR	356	180	256
940152	BAMBUDAN OTURMAYA MAHSUS MOBİLYALAR	258	273	243
940290	TIP, CERRAHİ, DİŞÇİLİKTE KULLANILAN MOBİLYA, MASA, KARYOLA VB. AKSAM/PARÇALAR	21.652	20.826	19.147
940210	DİŞÇİ/BERBER KOLTUKLARI VB. KOLTUKLAR VE AKSAM, PARÇALARI	600	611	291
940350	YATAK ODALARINDA KULLANILAN TÜRDE AHŞAP MOBİLYALAR	24.289	21.517	17.422
940360	DİĞER AHŞAP MOBİLYALAR	55.864	47.757	38.796
940320	DİĞER METAL MOBİLYALAR	41.046	34.535	29.691
940383	HİNTKAMIŞINDAN DİĞER MOBİLYALAR	73	50	52
940390	DİĞER MOBİLYALARA AİT AKSAM, PARÇALAR	27.538	23.112	19.023
940310	YAZIHANELERDE KULLANILAN TÜRDE METAL MOBİLYALAR	4.090	3.030	1.550
940330	YAZIHANELERDE KULLANILAN TÜRDE AĞAÇ MOBİLYALAR	3.605	2.281	2.069
940370	PLASTİK MADDELERDEN DİĞER MOBİLYALAR	6.824	4.116	4.385
940389	DİĞER MADDELERDEN DİĞER MOBİLYALAR	5.249	3.799	2.827
940340	MUTFAKLARDA KULLANILAN TÜRDE AHŞAP MOBİLYALAR	16.332	6.545	8.787
940382	BAMBUDAN DİĞER MOBİLYALAR	304	286	225
940429	DİĞER MADDELERDEN YATAKLAR	5.117	5.754	5.328
940490	ŞİLTE, YORGAN, YASTIK, PUF, DİZ-AYAK ÖRTÜLERİ, MİNDERLER VB.	32.798	28.787	22.113
940410	SOMYALAR	1.528	922	1.128
940421	GÖZENEKLİ KAUÇUK/PLASTİKTEN YATAKLAR	6.131	5.182	4.403
940430	UYKU TULUMLARI	1.682	678	1.026
GENEL TOPLAM		592.838	548.164	498.092

Kaynak: TÜİK

Tablo 3.20’de bulunan bilgilere bakıldığı zaman, Türkiye’nin ithal ettiği başlıca ürün grupları; oturmaya mahsus mobilyaların aksam-parçaları, diğer ahşap mobilyalar, diğer metal mobilyalar, metal iskeletli içi doldurulmuş oturmaya mahsus diğer mobilyalar, ahşap iskeletli içi doldurulmuş oturmaya mahsus diğer mobilyalar, metal iskeletli içi doldurulmamış oturmaya mahsus diğer mobilyalar olarak sayılabilir. Covid-19 öncesi 2018 yılında ürünler bazında mobilya ithalatımıza baktığımız zaman, bu yılda toplam 592 milyon dolar şeklinde gerçekleşen ithalatımız 2020 yılına gelindiğinde yani Covid-19 sonrasında ürünler bazında mobilya ithalatımız 498 milyon dolara çekilmiştir. Pandeminin mobilya dış ticaret dengesine olumsuz bir etkisi 2020 yılında yaşanmamıştır.



SONUÇ

Türkiye’de mobilya sektörü, yaratmış olduğu katma değer ile Türk ekonomisinin başta istihdam gücü olmak üzere birçok alanına katkı sağlayan ve hızla büyüyen sektörler arasında değerlendirilmektedir. Bu önemli katkılar yüzünden Türkiye için stratejik öneme sahiptir. Son zamanlarda artan nüfus yoğunluğu sebebi ile konut gereksinimi ve buna bağlı olarak mobilyaya duyulan ihtiyaç artmıştır. Dünya’da rekabetin yoğun yaşandığı mobilya sektöründe, bu rekabetin Türkiye ekonomisine ticaret hacmi ve istihdam açısından hem Covid-19 pandemi öncesi hem de Covid-19 pandemi sonrasında önemli iktisadi katkılar sunduğu için mobilya sektörü ele alınmış ve iktisadi göstergeler eşliğinde incelenmeye çalışılmıştır.

Türkiye’de çok uzun bir zaman küçük ölçekli işletmelerde ve atölyelerde üretilen mobilyalar üretilmiştir. Günümüzde küçük ölçekli işletmelerin ağırlığı fazla olsa da büyük ve orta ölçekli işletmelerde sektöre girmiştir. TÜİK verilerine göre 2010 yılı pandemi öncesi 23.410 işletme sektörde faaliyet gösteriyorken 2020 yılı pandemi sonrası 39.336 işletme sektörde faaliyet göstermektedir. 2020 yılı itibariyle bu işletmelerin 39.285’i KOBİ iken 51’i büyük ölçeklidir. Bunların 38.766’sı mikro ve küçük ölçekli iken, 519’u orta ölçeklidir. Mobilya sektörünün hem pandemi öncesi hem de pandemi sonrasında ülke istihdamı üzerine de olumlu etkisi vardır. TÜİK verilerine göre 2010 yılı Covid-19 öncesi toplamda 129.869 kişi mobilya sektöründe istihdam edilmekte iken Covid-19 sonrası 2020 yılı itibari ile toplamda 209.195 kişi mobilya sektöründe istihdam edilmektedir. Türkiye 2020 üretim değeri 6.030.307.114.657 TL’dir. Mobilya sektörünün üretim değeri ise 53.344.889.437 TL’dir. Bu değer toplam üretim değerinin yaklaşık olarak %6’sına tekabül etmektedir. Sektörün toplam cirosu pandemi öncesi 2010 yılında 10.819.539.973 TL iken pandemi sonrası 2020 yılında bu rakam 58.802.163.371 TL’dir.

Covid-19 pandemi öncesi dünya ve Türkiye’de ki mobilya sektörü dış ticaret sonuçlarını şu şekilde özetleyebiliriz;

Dünya mobilya sektörü 2018 yılında ithalat rakamı 192.2 milyar \$ iken ihracat rakamı 192.8 milyar \$ seviyesindedir. Türkiye mobilya sektörü ithalat rakamı 2018 yılında 592.8 milyon \$ ihracat ise 2.6 milyar \$’a ulaşmıştır. Türkiye mobilyacılık sektörü dünya mobilyacılık sektörü içindeki payı %1,39’dur.

Dünya mobilya ithalatından ABD %35,75 payla liderliğini sürdürürken, dünya mobilya ihracatında Çin %33,3’lük pay ile liderliğini sürdürmektedir.

2018 yılında Türkiye, dünyada en fazla mobilya ihracatı gerçekleştiren 14 Mobilya sektörünün toplam Türkiye ihracatı içindeki payı 2018 yılı itibariyle olmuştur. Türkiye, 448.104.000 \$ ile en fazla ihracatını Irak’a gerçekleştirmiştir. 2001-2011-2018 yılları arasındaki dönemler incelendiğinde mobilya sektöründe Türkiye’nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke arasında Libya, Katar, İtalya, Fas, Cezayir ve Kuveyt’in ihracatında artışlar gerçekleştiği, Almanya, Hollanda, Yunanistan ve Belçika’nın ihracatında azalış gerçekleştiği görülmüştür.

2018 yılında Türkiye, mobilya ithalatını en fazla yapan 43.ülke konumunda yerini almıştır. Mobilya sektörünün toplam Türkiye ithalatı içindeki payı 2018 yılı itibariyle %0,27 olmuştur. Türkiye, 78.462.000 \$ ile en fazla ithalatını Almanya’dan sağlamaktadır. 2001-2011-2018 yılları arasındaki dönemler incelendiğinde mobilya sektöründe Türkiye’nin en fazla ithalat gerçekleştirdiği ilk yirmi dört ülke arasında Romanya, Bulgaristan, Polonya, Kore Cumhuriyeti, Tayland, Portekiz, Malezya, Macaristan, Çek Cumhuriyeti ve Slovakya ithalatında artışlar gerçekleştiği sadece İngiltere’nin azalış gerçekleştirdiği görülmüştür.

GTİP 94.(94.05-04.06 hariç) fasılda 2018 yılı itibariyle ilk yirmi beş ülke içinde mobilya sektöründe Türkiye’nin en fazla dış ticaret açığı verdiği ilk üç ülke Çin, Polonya ve Tayland olurken, dış ticaret fazlası verdiği ilk üç ülke Irak, Suudi Arabistan ve Almanya olmuştur. Türkiye mobilya sektöründe 2001 yılında 75.617 bin \$ 2011 yılında 716.989 bin \$ ve 2018 yılında 2.093.900 bin \$ dış ticaret fazlası vermiştir. Türkiye dış ticaret fazlası veren ülkeler arasında 6.sırada yer almaktadır.

Covid-19 pandemi sonrasında ise Türkiye mobilya sektörü dış ticaret sonuçlarını şu şekilde özetleyebiliriz;

2020 yılında ürünler bazında Türkiye mobilya ihracatı 3 milyar 422 milyon dolar iken, ürünler bazında Türkiye mobilya ithalatı 498 milyon dolardır. Pandemi sonrası 2020 yılında ülke mobilya ihracatımızın en büyük pazarı Irak olduğu sonucuna varırken, Türkiye'nin ülkeler bazında mobilya ithalatı yaptığı ülkelerin başında Çin ve AB ülkelerinin geldiği sonucuna ulaşılmıştır.

İncelenmiş olan verilerden de anlaşılacağı üzere Türkiye mobilya ihracatımızda hem Covid-19 öncesi hem de Covid-19 sonrası herhangi bir azalma yaşanmamıştır. İthalatımızın Covid-19 öncesi 592 milyon dolardan Covid-19 sonrası 498 milyon dolara düşerek mobilya sektör dış ticaret fazlasına olumlu katkı sağlamıştır. Türkiye en fazla ihracatını hem Covid-19 öncesi hem de Covid-19 sonrasında Irak'a gerçekleştirmiştir. Pandemi öncesi ülkemiz en fazla ithalatını Almanya'dan sağlarken pandemi sonrası en fazla ithalatını Çin'den sağlamaktadır. Bunlardan yola çıkarak mobilya sektörünün ülke ekonomimize salgın öncesi ve salgın sonrasında büyüme, istihdam ve ticaret hacmi bakımından önemli katkılar sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Covid-19 pandemisi iş yaşamında faaliyet gösteren bütün firmaları etkilemiş ve etkilemeye de bir süre devam edecektir. Pandeminin dünya ülkelerini ve Türkiye'yi de hazırlıksız yakalaması sebebiyle bir takım zorunlu stratejiler geliştirebilmek için firmalar kendi aralarında zor rekabet sürecine girmişlerdir. Her ne kadar faaliyetlerini var olan koşullar içinde devam etseler de hem firma kar elde etmek hem de firmaları adına hayatta kalabilmeyi ve firmanın geleceği hakkında planlar yapmaya çabalamaktadır. Bu sebeple pazarlama yönetimi ve becerisinin düzgün bir şekilde tanımlanması ki bu süreç ürünün müşteri talebinde zihinlerinde kalıcılığını sağlayabilmelerini destekleyecektir. Rekabet koşullarını tekrar gözden geçirmek gerekecek ve böylece, kendi sektörel yapılarının içinde kendi yerlerini de daha sağlam konuma yerleştirebileceklerdir. Marka stratejisine önem vererek taleple ilişkilerini, fiyat, kalite, kültür, yaşam tarzları, marka anlayışları yönünden güçlendirerek konumlandırma stratejilerini netleştireceklerdir. Teknoloji ürün bağımlı olarak tüketiminin avantaj ve dezavantajlarını göstermelidir. İş çevikliğini dışsal dijital katılımı destekleyerek işletmelere hayat veren dinamizmin bu olay olduğunu algılamalarına yardımcı olmalıdırlar. Uzun dönem organizasyon süreçlerine

odaklanmalıdırlar. İş sürekliliğine önem vermelidirler. Evden çalışma yöntemleri geliştirebilmelidirler ki yer, zaman ve mekan açısından daha sağlıklı hareket edebilmeliler, maliyetlerde optimizasyonlara uygun çalışmalıdırlar,...vb gibi birçok konuda üretim politikası gerçekleştirerek konumlandırmada dijital dönüşümün ne kadar önemli ve üzerinde durulması gereken bir konu olduğuna dikkat etmelidirler. Ancak bu şekilde; rekabet avantajı yakalayarak mobilya sektöründe yer alan firmaların sürdürülebilirliğine katkıda bulunacaklardır. Bu katkı ilerleyen süreçlerde iktisadi göstergelere de yansiyarak makro ekonomik dengeleri sağlıklı bir şekilde destekleyecektir.

Mobilya sektörünün mevcut potansiyelinin ve stratejik öneminin farkına vararak ihracat çalışmaları ve yurtdışı tanıtım ile Uluslar arası mobilya pazarında yükselmesi mümkündür. Dünya mobilya pazarında ticaret hacmi bakımından önemli bir yerde olan Türkiye mobilya sektörü mevcut durumunu korumakla beraber üretim kapasitesini ve pazar paylarını yükseltmek zorunda ve mevcut sorunlarını çözerek rekabet gücünü arttırmalıdır.

Türkiye ekonomisine ciddi ihracat getirisi ve istihdam sağlayan mobilya sektörünün devletçe desteklenmesi, sorunlarına yönelik çözüm odaklı önerilerde bulunması sektör açısından fayda sağlayacaktır. İş bulma sıkıntısı yaşanmayan ve son 20 yıldır cari açık vermeyen bu sektörde meslek eğitiminin cazip hale getirilmesi sektörü daha güzel noktalara getirecektir. Bu anlamda, mobilya meslek eğitiminin liselerde ve üniversitelerde verilmesi ayrıca uygun görülen üniversitelerde mobilya tasarım ve mühendisliği bölümlerinin açılmasıyla sektörde daha kalifiyeli işçilerin çalışmasına olanak sağlanacaktır. Günümüz gelişmelerine bağlı olarak yeni oluşumlar, elektro-mobilyalar, akıllı mobilyalar, çevre ve insana duyarlı yaklaşımlar ile dış pazar gücünü ve üretim ağını güçlendirmesi gerekir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel M (2016) *Dünyada ve Türkiye’de Mobilya Sektörü: Mevcut Durum, Sorunlar, Öneriler ve Rekabet Gücü*. (İTO Yayın, 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* 10(1): 257-274.
- Arda B (1997) *Batı Orta Çağı’nda Hastalık Kavramı* (Güneş Kitapevi, Ankara).
- Aşarkaya A (2015) Mobilya Sektörü. İktisadi Araştırmalar Bölümü, (Türkiye İş Bankası Basılmamış Sunu).
- Ataş Durmuş H (2015) Georgian dönemi iç mekân ve mobilya. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Aykurt M E (2014) Türk mobilya sektöründe faaliyet gösteren büyük firmaların küçük ve orta ölçekli işletmelere etkisinin tasarım perspektifinden değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Barcic A P, Kuzman K M, Vergot T (2021) Monitoring consumer purchasing behavior for wood furniture before and during the covid-19 pandemic. *Forests* 12(873): 1-17.
- Bashimov G, (2017) Mobilya endüstrisi: Türkiye’nin küresel piyasadaki karşılaştırmalı üstünlüğü. *İktisadi Yenilik Dergisi* 4(2): 20-29.
- Bayar A, Günçavdı Ö, Levent H (2020) covid-19 salgınının Türkiye’de gelir dağılımına etkisi ve mevcut politika seçenekleri. *İstanbul Politik Araştırmalar Enstitüsü. Politika Raporu*, Nisan 15.
- Bekar A (2020) Ürün konumlandırma covid-19’un ihracat ve pazarlama stratejisine etkisi: pandemi süreci ve sonrası mobilya sektörü. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 2(4): 853-873.

Buruk K, Özlü T (2020) Yeni koronavirus: SARS-CoV-2. *Mucoso* 3(1): 1-14.

Chen J, Yang C C (2021) The impact of the Covid-19 pandemic on consumers' preferences for wood furniture: an accounting perspective. *Forests* 12(1637): 1-15.

Coltart C, Lindsey B, Ghinai I, Johnson AM, Heymann DL (2017) The ebola outbreak, 2013– 2016: old lessons for new epidemics. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences* 372(1721) 230-232.

Çalışkan F (2018) Dünya'da ve Türkiye'de mobilya sektörünün uluslararası ticaretinin incelenmesi ve değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, İstanbul.

Çanakçı E (2016) TR72 Mobilya Sektör Raporu. https://www.oran.org.tr/images/dosyalar/20190523171311_0.pdf (09 Nisan 2022)

Çelik N (2012) Türkiye'de mobilya sektörü gelişim planı için bir karar modeli önerisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi* 4(1): 223-232.

Çolak M, Altay C, Çetin T, Atılgan A, Çolak N (2018) MOBİLYA sektöründe yapılan katma değer vergisi (KDV) indiriminin yansımaları (Türkiye örneği). *Researchgate*. 5(1): 25-50.

Damlayıcı Ö (2020) Ofis mobilya sektörünün Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi: 2014-2017 Türkiye analizi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanayi Politikaları ve Teknoloji Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul.

Deloitte (2020). *Küresel Covid-19 Salgınının Türkiye'de Farklı Kategorilere Etkileri*.

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/consulting/kur esel-covid-19-salgininin-turkiyede-farkli-kategorilere-etkileri.pdf> (22 Mart 2022).

- Demirci S (2005) Türkiye mobilya endüstrisinin sorunları ve çözüm önerileri. *Politeknik Dergisi* 8(4): 369-379.
- Dikmen B B (2021) Mobilya imalatı sektörünün finansal performansının oran analizi ve topsis yöntemiyle değerlendirilmesi. *Uluslararası İşletme Ekonomi ve Yönetimi Perspektifleri Dergisi* 5(1): 80-97.
- Duran B (2020) *Koronavirüs Sonrası Yeni Bir Dünya Düzeni Mi, Düzensizliği Mi?*”, *Covid-19 Sonrası Küresel Sistem: Eski Sorunlar, Yeni Trendler* (SAM Yayınları, Ankara.).
- Duran M S, Acar M (2020) Bir virüsün dünyaya ettikleri: covid-19 pandemisinin makroekonomik etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* 10(1): 54-67.
- Dürül Y M (2021) Türkiye’de ahşap mobilya sektörünün ihracat performansı: ihracat pazarlaması bileşenlerine yönelik öneriler. Kto Karatay Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- FAO (2020). *COVID-19: Channels of Transmission to Food and Agriculture*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <http://www.fao.org/3/ca8430en/CA8430EN.pdf> (2020).
- Fernandes N (2020) Economic effects of coronavirus outbreak (kovid-19) on the world economy, *SSRN Scholarly Paper* 20(2139): 1-32.
- Ferrara E (2020) What types of COVID-19 conspiracies are populated by Twitter bots?. *First Monday*. 25(6): 25-26.
- Flinn M. W (1987) *Avrupa ve Akdeniz Ülkelerinde Veba, Tarih ve Toplum* (İletişim Yayınları, İstanbul).
- Genç A, Merdan R (2021) Investigating the effect of covid – 19 pandemic process on furniture usage frequency and consumer preferences. *Res Mobilis* 10(12):109-126.
- Goodell J W (2020) COVID-19 and Finance: Agendas for Future Research. *Finance Research Letters* 35(1):101512.

- Güleç E (2016) Türkiye mobilya sektörünün uluslararası rekabet gücünün incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, İstanbul.
- Gürpınar K (2007) Türk mobilya sektörünün rekabet gücü üzerine bir araştırma. Doktora Tezi, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.
- Huber C, Finelli L, Stevens W (2018) The economic and social burden of the 2014 ebola outbreak in west Africa. *The Journal of Infectious Diseases* 218(5): 698-704.
- Ivanov D (2020) Predicting the impacts of epidemic outbreaks on global supply chains: a simulation-based analysis on the coronavirus outbreak (Covid-19/sars-cov-2) case. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review* 136(101922): 1250-1252.
- İmren E (202) Türkiye mobilya sektörü dış ticaretinin ekonometrik modellemesi ve analizi. Doktora Tezi, Bartın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bartın.
- İmren E, Kaygın B (2021) Türkiye mobilya sektörü dış ticaretinin zaman serileri yöntemiyle tahmini. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi* 23(1): 149-159.
- İnal M, Toksarı M (2006) Mobilyacılık sektöründe karşılaşılan pazarlama sorunları ve bu sorunlara çözüm üretmeye yönelik bir araştırma: Kayseri örneği. *Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4): 105-121.
- Johnson NPA S, Mueller J (2002) Updating the accounts: global mortality of the 1918–1920 Spanish influenza pandemic notes and comments bull. *Hist Med* 76(1): 105–115.
- Karadağ S (2020) Dış yapan işletmelerde döviz kuru riski yönetimi: Türkiye’de mobilya sektöründe bir araştırma. Doktora Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Karakaya M (2007) Türk mobilya sektörünün uluslararası rekabet gücü düzeyi ve nedenleri. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi* 2(2): 41-61.

- Karataş A (2021) Covid 19'un Türkiye dış ticaretine kısa dönem etkilerinin ürün grubu bazında incelenmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 10(3): 2129-2152.
- Karcıoğlu Ö (2020) Coronavirüs nedir, nasıl korunabiliriz?. *Phnx Med J.* 2(1): 66-71.
- Kayacıklı T, Emil T (2003) *Dünyada ve Türkiye'de Mobilya Sektörü* (İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul).
- Kılıç U (2021) Mobilya üretiminde aksesuarların önemi ve aksesuar seçiminde ölçütlerin belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Kumsal R (2015) Türkiye mobilya sektöründe girişimcilik ve proje destekleri. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, Muğla.
- Kurt R (2019) Mobilya sektöründe e-ticaret'in GZFT analizi ile değerlendirilmesi. *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi* 7(1): 616-627.
- Kurt R, İmren E, Karayılmazlar S (2021) Türkiye orman endüstrisi sektörü altında faaliyet gösteren kağıt, orman ve mobilya firmalarının finansal performanslarının entropi temelli promethee yöntemiyle analizi. *Bartın Üniversitesi Fakültesi Dergisi* 23(2): 545-554.
- Kurtoğlu A, Dilik T (2020) Mobilya endüstrisi ders notu (Basılmamıştır), İ.Ü.-Cerrahpaşa Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, Bahçeköy, İstanbul.
- Lee N, Hui D, Wu A, Chan P, Cameron P, Joynt G M, Ahuja A (2003) A major outbreak of severe acute respiratory syndrome in Hong Kong. *The New England Journal of Medicine* 348(20):1986-1994.
- Lucie-Smit E(1993) Furniture: A Concise History. London: Thames and Hudson Ltd.
- Maffioli EM (2018) The political economy of health epidemics: evidence from the ebola outbreak, *International Growth Center, Working Paper*, Januarj15-16.

Mevzuat Net, <https://www.mevzuat.net/>

Morley J (1999) *The History Of Furniture* (A Bulfinch Press Book Little, Brown and Company, Boston, New York, London).

Nakiboğlu A, Öztürk E G, Işık S (2021) *Gelenekten Geleceğe Osmanlı Mutfağı* (Gazi Yayınevi, Ankara).

Nakiboğlu, A, Işık S (2020) Kovid-19 salgınının ekonomi üzerindeki etkileri: Türkiye’de işletme sahipleri üzerinde bir araştırma. *Turkish Studies, Araştırma Makalesi*, 1: 1308-2140.

Nicola M, Alsafi Z, Sohrabi C, Kerwan A, Al-Jabir A, Iosifidis C, Agha R (2020) The socio-economic implications of the coronavirus and Covid-19 pandemic: a review. *International Journal of Surgery* 78(1): 85-93.

OECD (1986) *OECD Science and Technology Indicators, No 2: R&D, Innovation and Competitiveness*. Paris, Fransa: OECD.

Okan T (2007) Türkiye mobilya endüstrisi’nde kullanılan yatırım teşviklerinin analizi. *Orman Fakültesi Dergisi* 57(2):61-73.

Porter M E (1990) The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 73-91. Maskell, P. (1996). *Localised Low-Tech Learning in the Furniture Industry*. Danish Research Unit for Industrial Dynamics. Kopenhag, Danimarka

Ratnasingam J, Albert K, Natkuncaran J, Lum C W, Hazirah A L, Ganesh T, Lim C L, Lee Y Y, Kamaruzaman O, Mohd A A (2020) How are small and medium enterprises in malaysia’s furniture industry coping with covid-19 pandemic? early evidences from a survey and recommendations for policymakers. *BioResources* 15(3):5951-64.

Sakarya S, Doğan Ö (2016) *Mobilya Sektör Raporu* (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, Ankara).

Seta Genel Koordinatörü (2021) *Covid-19 Sonrası Küresel Sistem: Eski Sorunlar Yeni Trendler*, (SAM Yayınları, Ankara).

- Sığırcı C B (2019) İhracat teşviklerinin Türk mobilya sektörü ihracatındaki etkileri. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, İstanbul.
- Sönmez Z Ö (2011) Günümüz ekolojik mobilyalarının tarihsel gelişim içinde incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Fen Bilimler Enstitüsü, İç Mimarlık Anabilim Dalı, İç Mimarlık Programı, İstanbul.
- Storper M (1992) The Limits to Globalization: Technology Districts and International Trade. *Economic Geography*, 60-93.
- Sucu İ, Solhan M (2021) Covid 19 pandemi sürecinde dijital pazarlama ve iletişim sürecinde kozmetik markaların yönelimi: flormar markası örneği. *Yeni Medya Elektronik Dergisi* 5(3): 245-254.
- Sungurlu A, Pürlüsoy İ, Kılıç M, (2021), Gordion-Frig Dönemi Mobilyaları Online Journal of Art and Design 9(4).
- Şahin D (2016) Analysis Of Foreign Trade Structure Of Turkey's Furniture Industry. *Journal of Life Economics* 3(3):7-26.
- Şahin M (2013) *İş İdaresine Giriş, 1 ve 2. Fasikül* (Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Yayın Nu.: 72, Eskişehir).
- Şeker M (2020), *Kovid 19 Salgın Değerlendirme Raporu*. <https://www.tuba.gov.tr/files/images/2020/kovidraporu/Covid-19%20RaporuFinal%2B.pdf> (17 Nisan 2020).
- Şekercioğlu S (2017) Mobilyanın gelişim süreci ve doğu-batı sentezinin Osmanlı mobilyası üzerindeki etkisinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık Anabilim Dalı, İç Mimarlık Programı, İstanbul.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı (2015). *Mobilya Grubu Çalışma Raporu*. https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2018/10/10_MobilyaCalismaGrubuRaporu.pdf (12 Kasım 2021).
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2022). <https://covid19.saglik.gov.tr> (16 Şubat 2022).

- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2020) *Mobilya Sektörü Raporu* (Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi, Ankara).
- T.C. Ticaret Bakanlığı (2021). *Mobilya Sektör Raporu*. <https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Mobilya%20Sekt%C3%B6r%20Raporu%202021.pdf> (8 Ekim 2021).
- Terece Z, Edirne Erdiñ J, Seçer Kariptaş F (2020) Türkiye’de mobilya sektörünün durumu ve 2000’li yıllardan sonra küreselleşme etkisi ile değişimi. *Haliç Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi* 3(1): 159-180.
- Tien H C, Chugtai T, Jogeklar A, Cooper AB, Brenneman F (2005) Elective and emergency surgery in patients with severe acute respiratory syndrome (SARS). *Journal List, Can J Surg* 48(1): 71-74.
- Trademap (2018). *Trade Statistics For Turkey*. <https://www.trademap.org/Index.aspx> (1 Aralık).
- Tunalı H (2015) *Makro İktisat* (İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları, İstanbul).
- TÜİK (2018). *Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri Mikro Veri Seti*. <https://www.tuik.gov.tr/media/microdata/pdf/yillik-sanayi-hizmet.pdf> (26 Eylül 2021).
- TÜİK (2021). *Dış Ticaret Verileri*. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul> (15 Ekim 2021).
- TÜİK (2021). *Ar-Ge Verileri*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Research-and-Development-Activities-Survey-2020-37439> (5 Ekim 2021).
- TÜİK (2021). *İstihdam Verileri*. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=istihdam-issizlik-ve-ucret-108&dil=1> (3 Kasım 2021).
- TÜİK (2021). *İşgücü İstatistikleri*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Ocak-2020-33785> (28 Kasım 2021).

TÜİK (2021). *Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri*.
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kucuk-ve-Orta-Buyuklukteki-Girisim-Istatistikleri-2020-41129> (18 Ekim 2021).

TÜİK (2021). *Mali Aracı Kuruluş İstatistikleri*.
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Mali-Araci-Kurulus-Istatistikleri-201727611#:~:text=Fakt%C3%B6r%20malietiyle%20katma%20de%C4%9Fer%3A%20%C3%9Cretim,elde%20edilen%20gayri%20safi%20gelirdir> (10 Kasım 2021).

TÜİK (2021). *Sanayi Verileri*.
<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Sanayi-114> (10 Kasım 2021).

TÜİK (2021). *Tüketici Fiyat Endeksi Verileri*.
<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=enflasyon-ve-fiyat-106&dil=1> (28 Kasım 2021).

TÜİK (2021). *Ulusal Hesaplar Verileri*.
<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=ulusal-hesaplar-113&dil=1> (26 Eylül 2021).

TÜİK (2021). *Yıllık Sanayi Ürün İstatistikleri*.
[https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yillik-Sanayi-Urun-\(PRODCOM\)-Istatistikleri-2020-37494](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yillik-Sanayi-Urun-(PRODCOM)-Istatistikleri-2020-37494) (5 Ekim 2021).

TÜİK (2021). *Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri*.
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Annual-Industry-and-Service-Statistics-2020-37190> (6 Aralık 2021).

Türk Dil Kurumu (2021). *Türkçe Sözlük*. <https://sozluk.gov.tr/> (25 Ekim 2021).

Türker M, Berker E, Yeşilyurt N E, Yılmaz C, Yeni A F (2002) Girdi-çıkıtı çözümlemesi yardımıyla mobilya imalatı sektörünün Türkiye ekonomisi içerisindeki yerinin ve önemin belirlenmesi. *İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi* 6(3):921-31.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2019). *On Birinci Kalkınma Planı*. <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/On-Birinci-Kalkinma-Planı.pdf> (30 Kasım 2021).

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (2017) *Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu* (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Yayınları, Ankara).

Uzuner M (2020) Mobilya tasarımında ahşap malzeme kullanımının değerlendirilmesi: Bursa İnegöl mobilya firmaları örneği. Yüksek Lisans Tezi, Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Walton W (1986) College "To Triumph before Feminine Taste": Bourgeois Women's Consumption and Hand Methods of Production in Mid-Nineteenth-Century Paris. *The Business History Review*(60), 541-563.

Yardibi C (2016) Mobilya sektöründe uluslararasılaşma ve rekabet stratejileri: Türkiye örneği. Doktora Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Yazıcı H, Karayılmazlar S (2001) Türkiye ahşap mobilya sektörü ve ekonomik gelişimi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi* 3(3): 3-17.

Yılmaz A (2005) *Düünden Bugüne Mobilya Tasarımı ve Teknolojisi* (Scala Yayın Evi, İstanbul).