



**ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK VE TİCARET ANABİLİM DALI**

**ULUSLAR ARASI TİCARET BİLİM DALI**

**MOBİLYA SEKTÖRÜNDE İHRACAT  
POTANSİYELİNİN ARTIRILMASI: İNEGÖL ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Sevil ÇOŞKUN**

**BURSA -2019**





**ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK VE TİCARET ANABİLİM DALI**

**ULUSLAR ARASI TİCARET BİLİM DALI**

**MOBİLYA SEKTÖRÜNDE İHRACAT  
POTANSİYELİNİN ARTIRILMASI: İNEGÖL ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Sevil ÇOŞKUN**

**Danışman:**

**Dr.Öğr.Üyesi. MÜSLÜM BASILGAN**

**BURSA -2019**

T.C.

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret Anabilim Dalı, Uluslararası Ticaret Bilim Dalı'nda 701519005 numaralı öğrenci Sevil COŞKUN'un hazırladığı "Mobilya Sektöründe İhracat Potansiyelinin Artırılması İnegöl Örneği" konulu Yüksek Lisans Tezi ile ilgili tez savunma sınavı 21/08/2019 günü 10.30-12.00 saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin/çalışmasının başarılı..... (başarılı / başarısız) olduğuna oybirliği (oybirliği / oy çokluğu) ile karar verilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı ve Sınav

Komisyon Başkanı)  
Akademik Unvanı, Adı Soyadı  
Üniversitesi

Dr.Öğr.Üyesi Müslüm BASILGAN

Bursa Uludağ Üniversitesi  
İnegöl İşletme Fakültesi

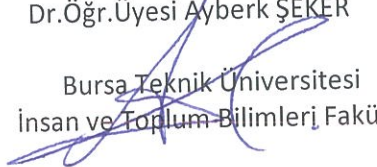


Üye

Akademik Unvanı, Adı Soyadı  
Üniversitesi

Dr.Öğr.Üyesi Ayberk ŞEKER

Bursa Teknik Üniversitesi  
İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi



Üye

Akademik Unvanı, Adı Soyadı  
Üniversitesi

Doç.Dr. Orhan BOZKURT

Bursa Uludağ Üniversitesi  
İnegöl İşletme Fakültesi



21/ 08/ 2019

### Yemin Metni

Yüksek Lisans / Doktora tezi olarak sunduğum “Mobilya Sektöründe İhracat Potansiyelinin Artırılması: İnegöl Örneği” başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntıların kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

Tarih ve İmza

26. 08. 2019



Adı Soyadı: Sevil ÇOŞKUN

Öğrenci No: 701519005

Anabilim Dalı: Uluslar arası İşletmecilik ve Ticaret

Programı: Uluslar arası Ticaret

Statüsü: Yüksek Lisans

Doktora



**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU**

**BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ULUSLAR ARASI İŞLETMECİLİK VE TİCARET ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA**

Tarih:29 /07/2019

Tez Başlığı / Konusu: Mobilya Sektöründe İhracat Potansiyelinin Artırılması: İnegöl Örneği/ Ülkemizde dış ticaret alanında önemli bir paya ulaşan Bursa –İnegöl Mobilya sektörü örneğinde, mobilya sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin sahip oldukları ihracat potansiyelini artırma konusunda karşılaştıkları sorunları sektör bazında incelenmesi.

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarında oluşan toplam ...170..... sayfalık kısmına ilişkin, 29 /07 /2019 tarihinde şahsım tarafından *TURNİTİN* adlı intihal tespit programından (Turnitin)' aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre tezimin benzerlik oranı % 16 'dır.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar hariç/dahil
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

**Adı Soyadı:** Sevil ÇOŞKUN  
**Öğrenci No:** 701519005  
**Anabilim Dalı:** Uluslar arası İşletmecilik ve Ticaret  
**Programı:** Uluslar arası Ticaret  
**Statüsü:**  Y.Lisans  Doktora

Tarih ve İmza

26.08.2019

**Danışman**  
**(Adı, Soyad, Tarih)**  
Müslüm Basılğan, 29/07/2019

## ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı	: Sevil ÇOŞKUN
Üniversite	: Uludağ Üniversitesi
Enstitü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	: Uluslar arası İşletmecilik ve Ticaret
Bilim Dalı	: Uluslar arası Ticaret
Tezin Niteliği	:Yüksek Lisans Tezi / Doktora Tezi
Sayfa Sayısı	:VII + 154
Mezuniyet Tarihi	: .... / .... / 20.....
Tez Danışman(lar)ı	: Dr.Öğr.Üyesi Müslüm BASILGAN

### MOBİLYA SEKTÖRÜNDE İHRACAT POTANSİYELİNİN ARTIRILMASI: İNEGÖL ÖRNEĞİ

Yenilenen ve gelişen dünya düzeninde insanlar normal yaşam standartlarını üst düzeylere taşımak için konforlarına önem vermektedirler. Mobilya, insan yaşamının merkezinde yer almasıyla dünya ekonomisinde de önemli bir paya sahip olmuş ve böylece katma değeri yüksek bir mobilya sektörü oluşmuştur. Türkiye ekonomisi de mobilya sektörüyle dünya ticaretinde yer alabilmek için önemli çalışmalar gerçekleştirmektedir. Türkiye ekonomisi içerisinde özellikle bazı bölgelerde yoğunlaşan mobilya sektörü son dönemlerde önemli atılımlarda bulunarak yurtdışı piyasalarına açılmakta ve Türkiye'nin dünya pazarından pay almasını sağlamaktadır. Bu bölgeler içerisinde en dikkat çeken ise; Bursa- İnegöl mobilya sanayi bölgesidir. İnegöl, İnegöl mobilyasını dünya markası yapma vizyonu ile yola çıkarak yurtiçi pazar ve üretim bilgisini yurtdışı pazarlarında da göstermek için çalışmaktadır. Ancak bölge içerisinde yüksek ihracat potansiyelinin olmasına rağmen, bu potansiyelin verimli şekilde kullanılmaması hedeflenen sonuca ulaşmasını güçleştirmektedir.

Bu çalışmamızda öncelikle dünya ve Türkiye ekonomisinin yanı sıra İnegöl ekonomisinden ve mobilya sektörünün iktisadi öneminden bahsedilmiştir. Ardından, çalışmamıza esas teşkil eden İnegöl mobilya sanayi bölgesinde var olan ihracat potansiyelinin artırılmasına yönelik yaptığımız anket çalışmasının neticesinde elde ettiğimiz bulgular, Microsoft Excell ve SPSS programları aracılığıyla analiz edilmiştir. Analizler doğrultusunda, bölge içerisinde yurtdışı pazar bilgisi eksikliğinin ve nitelikli personel eksikliğinin öne çıktığı tespitleri yapılmıştır. Elde edilen bilgiler ve yapılan analizler neticesinde, İnegöl mobilya bölgesinin ihracat sektöründeki saptanan problemlere yönelik çözüm teklifleri sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Mobilya, Mobilya Sektörü, Dış Ticaret, Uluslararası Ticaret İhracat, İhracat Potansiyeli, İnegöl Mobilya Sektörü

## ABSTRACT

**Name and Surname** : Sevil ÇOŞKUN  
**University** : Uludag University  
**Institution** : Social Science Institution  
**Field** : International Business  
and Trade  
**Branch** : International Trade  
**Degree Awarded** : Master / PhD  
**Page Number** : VII + 154  
**Degree Date** : .... / .... / 20.....  
**Supervisor (s)** : Dr.Müslüm BASILGAN

### THE IMPROVING OF EXPORT POTENTIAL IN FURNITURE SECTOR: INSTANCE OF İNEGÖL

People give importance to their comfort to improve their life standards in today's world which regularly changes and develops. One of the key factors of life standard is furniture. Because of that furniture occupies a very significant place in human life. As a result of this importance, furniture sector has vital share in the world economy. Turkey's economy carries out important works on getting a big share through furniture sector in the world economy. Turkey's furniture sector has intensified in some areas of Turkey till recent years, but the sector has made a move and got into world markets during the recent years and thus Turkey has become a remarkable figure in the world markets. The most marked one of the developed districts is Bursa- İnegöl industrial zone in Turkey.

Furniture sector of İnegöl makes an effort to set İnegöl's furniture as a world mark and to show its local marketing and manufacturing experiences to the world markets. However, in spite of having a great export potential, İnegöl has not realised this aim sufficiently until now. As a beginning, we have studied the importance of furniture sector, especially İnegöl furniture sector, for Turkey and world economy. Then the results of the public survey, which was made on the subject of improving of İnegöl furniture, were analysed through Microsoft Excell and SPSS programs. In consequence of our analyses, we have detected the lack of overseas markets' knowledge and qualified personal as the main shortcomings of the sector. Moreover, we have made out that many firms carry out their exports according to traditional methods. In accordance with our detections, we have made some suggestions to solve İnegöl furniture sector's export problems.

**Key Words:** Furniture, Furniture Sector, Foreign Trade, International Trade, Export Potential, İnegöl Furniture Sector



## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT .....	ii
İÇİNDEKİLER .....	iii
TABLolar LİSTESİ.....	vi
GRAFİKLER LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	x
GİRİŞ .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### TÜRKİYE EKONOMİSİNDE ULUSLARARASI TİCARETİN GELİŞİMİ VE İNEGÖL'ÜN YERİ

<b>1.TÜRKİYE EKONOMİSİNDE ULUSLAR ARASI TİCARETİN GELİŞİMİ .....</b>	<b>5</b>
1.1.1980 ÖNCESİ DÖNEM .....	8
1.2.1980 Sonrası DÖNEM: SERBEST EKONOMİNİN GELİŞİMİ.....	14
<b>1.2.1. 1980 ve 2000 Dönemi.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.2. 2000 ve Sonrası Dönem.....</b>	<b>18</b>
1.3. TÜRKİYE EKONOMİSİNDE ULUSLARARASI TİCARETTE İHRACAT ..	28
1.4. TÜRKİYE EKONOMİSİNDE ULUSLAR ARASI TİCARETTE İTHALAT ...	32
<b>2.TÜRKİYE EKONOMİSİNDE İNEGÖL'ÜN YERİ .....</b>	<b>35</b>
2.1.İNEGÖL'ÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNE KATKISI.....	38
<b>2.1.1.İş Kolu Çeşitliliği.....</b>	<b>38</b>
<b>2.1.2. İstihdam Olanığı.....</b>	<b>41</b>
<b>2.1.3. Ucuz İş Gücü.....</b>	<b>42</b>
<b>2.1.4. Girdi Maliyeti Düşüklüğü .....</b>	<b>42</b>
2.2. DIŞ TİCARETTE İNEGÖL .....	42
<b>2.2.1. İnegöl'ün İhracat İçerisindeki Payı.....</b>	<b>43</b>
<b>2.2.2. İnegöl'ün İthalat İçerisindeki Payı.....</b>	<b>45</b>

### İKİNCİ BÖLÜM

#### DÜNYA TİCARETİNDE VE TÜRKİYE EKONOMİSİNDE MOBİLYA SEKTÖRÜ

<b>1. DÜNYA TİCARETİNDE MOBİLYA SEKTÖRÜ .....</b>	<b>49</b>
1.1. DÜNYA DIŞ TİCARETİNİN ÜLKELER İÇİN ÖNEMİ .....	51

1.2. SANAYİ DEVRİMİNDEN KÜRESELLEŞMEYE: DÜNYA DIŞ TİCARET GELİŞİMİ .....	53
1.3. RAKAMLARLA DÜNYA DIŞ TİCARETİ.....	60
<b>1.3.1. Dünya’da İhracat</b> .....	60
<b>1.3.2. Dünya’da İthalat</b> .....	64
1.4.DÜNYA MOBİLYA SEKTÖRÜNDE DIŞ TİCARET .....	65
<b>1.4.1. Dünya’da Mobilya İhracatı</b> .....	67
<b>1.4.2.Dünya’da Mobilya İthalatı</b> .....	69
<b>2.TÜRKİYE EKONOMİSİN DE MOBİLYA SEKTÖRÜ</b> .....	<b>71</b>
2.1. TÜRKİYE DE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN DOĞUŞU .....	73
2.2. TÜRKİYEDE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ .....	76
<b>2.2.1. Türkiye de Mobilya İhracatı</b> .....	77
<b>2.2.2. Türkiye de Mobilya İthalatı</b> .....	79
2.3.TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER .....	81
<b>2.3.1.Sektörel Avantajlar</b> .....	83
<b>2.3.2. Sektörel Dezavantajlar</b> .....	84
2.4. TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜNDE İNEGÖL .....	85
<b>2.4.1. İnegöl Mobilya Sektörünün Doğuşu</b> .....	85
<b>2.4.2.İnegöl Mobilya Sektörünün Gelişimi</b> .....	86
<b>2.4.3.İnegöl Mobilyasının Dış Ticarete İhracat Payı</b> .....	87
<b>2.4.4. Türkiye Mobilya Sektöründe İnegöl ‘ün Önemi</b> .....	89
<b>2.4.4.1.İnegöl Mobilyasında Sektörel Avantajlar</b> .....	<b>91</b>
<b>2.4.4.2. İnegöl Mobilyasında Sektörel Dezavantajlar</b> .....	<b>92</b>

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### İNEGÖL MOBİLYA SEKTÖRÜNDE İHRACAT POTANSİYELİNE YÖNELİK ANKET ÇALIŞMASI

<b>1. ARAŞTIRMA KAPSAMI</b> .....	<b>92</b>
1.1.ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	92
1.2.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	92
1.3. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ .....	94

1.4.ARAŞTIRMANIN VARSAYIMI.....	94
1.5. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEM GRUBU .....	94
1.6.BULGULAR .....	95
<b>1.6.1.Güvenirlik Analizi</b> .....	95
<b>1.6.2. İşletmelerin Mevcut Durum Analizleri</b> .....	95
<b>1.6.3 İşletmelerin İhracat Potansiyelini Etkileyen Faktörler Üzerine</b> <b>Analizler</b> .....	120
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER</b> .....	<b>137</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>143</b>
<b>EK 1</b> .....	<b>149</b>

## TABLÖLAR LİSTESİ

TABLO:1 1 Yıllara göre ihracat verileri .....	30
TABLO:1 2 Türkiye'nin En Fazla İhracat Yaptığı 10 Ülke .....	31
TABLO:1 3 Türkiye De İhracat Yapılan Ürünler Sektör Bazında .....	32
TABLO:1.4 Ülkemizin İthal Ettiği Başlıca Ürünler Sektör Bazında .....	33
TABLO:1. 5 Türkiye'nin En Fazla İthalat Yaptığı 10 Ülke .....	34
TABLO:1. 6 Yıllara Göre İthalat Değişimi .....	35
TABLO:1. 7 Üretilen Meyve Ve Sebze Çeşit/Miktar .....	39
TABLO:1 8 Üretilen Sebze Çeşit/Miktar .....	40
TABLO:1 9 Üretilen Sebze Çeşit/Miktar .....	40
TABLO:1 10 Üretilen Hayvansal Ürün Çeşit/Miktar .....	41
TABLO:1 11 İşsiz Sayısı .....	42
TABLO:1 12 2018 Yılı İnegöl'ün İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı .....	43
TABLO:1 13 İnegöl'ün Sektörlere Göre İhracat Dağılımı 2017/2018 Yıllar Karşılaştırmalı ...	44
TABLO:1 14 2018yılı İnegöl'ün İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı .....	46
TABLO:1.15 İnegöl'ün Sektörlere Göre Dağılımı 2017/2018 Yılları Karşılaştırmalı .....	47
TABLO:2. 1 Dünya İhracat Verileri .....	62
TABLO:2. 2 Dünya İthalat Verileri .....	64
TABLO:2. 3 Dünya Mobilya İhracatında Başlıca Ülkeler .....	68
TABLO:2. 4 Dünya Mobilya İthalatında Başlıca Ülkeler .....	70
TABLO:2. 5mobilya Sektöründe İşçi Ve Girişimci Sayısı .....	73
TABLO:2. 6 Türkiye Mobilya Sektörü Kapasite Kullanım Oranı% .....	73
TABLO:2. 7 Türkiye'nin Mobilya İhracatı .....	78
TABLO:2. 8 Türkiye'nin Mobilya İthalatı .....	80
TABLO:2. 9 İnegöl'ün Mobilya Sektöründe İhracatı .....	88

TABLO:2. 10 İnegöl'ün Mobilya İthalat Değişimi .....	88
TABLO:3. 1 İşletmelerin İhracat Potansiyeli Üzerindeki Etkileri .....	121
TABLO:3. 2 İşletmelerin Geçen Yıllık İhracat/Satış Geliri Durumları Ve Dış Ticaret Birimi Karşılaştırılması .....	125
TABLO:3. 3 İşletmelerin Geçen Yıllık İhracat/Satış Geliri İle Marka Sahipliği Karşılaştırılması .....	126
TABLO:3. 4 İşletmelerin Geçen Yıllık İhracat/Satış Geliri İle Ar-Ge Birimi Karşılaştırılması .....	127
TABLO:3. 5 İşletmelerin İhracat Yapma Süreleri İle Dış Ticaret Birimi Karşılaştırılması .....	128
TABLO:3. 6 İşletmelerin İhracat Yapma Süreleri İle Ar-Ge Birimi Karşılaştırılması .....	129
TABLO:3. 7 İşletmelerin İhracat Yapma Süreleri İle Yabancı Dilde Web Sitesi Sahipliği Karşılaştırılması .....	130
TABLO:3. 8 Hedef Pazar Tanıtım Eksikliğinin İhracat Üzerine Etkisi İle İşletmelerin Geçen Yıllık İhracat /Satış Geliri Karşılaştırılması .....	131
TABLO:3. 9 İşletmelerin Pazar Bilgisi Eksikliğinin İhracat Potansiyeli Üzerine Etkisi İle İşletmelerin İhracat Gerçekleştirme Yöntemi Karşılaştırılması .....	132
TABLO:3. 10 Bir İşletmenin Marka Sahibi Olmasının İhracat Potansiyeli Üzerine Etkisi İle İşletmelerin İhracata Başlarken Karşılaştıkları Zorluk Derecesinin Karşılaştırılması .....	133
TABLO:3. 11 İşletmelerin Hedef Pazarlarda Tanıtım Eksikliğinin İhracat Potansiyeli Üzerine Etkisi İle İşletmelerin Yabancı Dilde Web Sitesine Sahip Olmasının Karşılaştırılması .....	134
TABLO:3. 12 Uluslararası Pazarlarda Ürünlerimizin Kalite Eksikliğinin Olmasının İhracat Potansiyeli Üzerine Etkisi İle Ar-Ge Biriminin Karşılaştırılması .....	135

## GRAFİKLER LİSTESİ

GRAFİK:1. 1 İnegöl De Sektörlere Göre İhracat Payı.....	45
GRAFİK:1. 2 İnegöl De Sektörlere Göre İthalat Dağılımı.....	47
GRAFİK: 2. 1 Dünya İhracat Ürünleri Dağılımı.....	63
GRAFİK: 2. 2 Dünya Da Mobilya İhracatı Dağılımı .....	69
GRAFİK: 2. 3 Dünya Da Mobilya İthalatı Dağılımı .....	71
GRAFİK: 2. 4 Türkiye Mobilya İhracat Payı.....	79
GRAFİK: 2. 5 Türkiye Mobilya İthalat Payı.....	81
GRAFİK: 3. 1 İhracat Faaliyet Süresi .....	96
GRAFİK: 3. 2 İhracat Faaliyetini Gerçekleştirme Yöntemi.....	97
GRAFİK: 3. 3 Çalışan Kişi Sayısı.....	98
GRAFİK: 3. 4 Hangi Ürün Grubu.....	99
GRAFİK: 3. 5 Marka Sahipliği .....	100
GRAFİK: 3. 6 Dış Ticaret Birim Sahipliği .....	101
GRAFİK: 3. 7 Ar-Ge Birim Sahipliği .....	102
GRAFİK: 3. 8 Yabancı Dil Web Sitesi .....	103
GRAFİK: 3. 9 Geçmiş Yıl İhracat Geliri .....	104
GRAFİK: 3. 10 Gelecek Yıl İhracat Hedefi .....	105
GRAFİK: 3. 11 İşletmelerin İhracat Potansiyelini Artırma Planı .....	106
GRAFİK: 3. 12 Gelecek 5 Yıl İçerisinde Firmada Değişiklik Planlama.....	107
GRAFİK: 3. 13 Kullanılan Hammadde Oranı.....	108
GRAFİK: 3. 14 Gümrük Vergilerinin Etkisi .....	109
GRAFİK: 3. 15 Kosgeb Veya Devlet Desteğine Başvuruuldu Mu? .....	110
GRAFİK: 3. 16 Kosgeb Veya Devlet Desteğinden Faydalandınız Mı? .....	111

GRAFİK: 3. 17 İşletmelerin Faydalandığı Devlet Destekleri .....	112
GRAFİK: 3. 18 İhracat Yapılırken Ençok Faydalanılan Finansal Kaynaklar .....	113
GRAFİK: 3. 19 İhracat Yaparken Ençok Faydalanılan Kuruluşlar .....	114
GRAFİK: 3. 20 İşletmelerin Yurtdışı Bağlantı Şekli .....	115
GRAFİK:3.21ihracat Yapılırken Karşılaşılan Zorlukların Derecelendirilmesi .....	116
GRAFİK: 3. 22 Yeni Dış Pazara Girme Sebepleri .....	117
GRAFİK: 3. 23 İşletmelerin Risk Beklentisi.....	118
GRAFİK: 3. 24 5 Yıl İçerisindeki Hedef Pazar.....	119
GRAFİK: 3. 25 Kapasite Kullanım Oranları.....	120

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>AB :</b>	Avrupa Birliği
<b>AR-GE:</b>	Araştırma- Geliştirme
<b>DTÖ:</b>	Dünya Ticaret Örgütü
<b>DPT:</b>	Devlet Planlama Teşkilatı
<b>FED:</b>	Amerika Birleşik Devletleri Merkez Bankası
<b>GEGP :</b>	Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı
<b>GSMH :</b>	Gayri Safi Milli Hasıla
<b>H :</b>	Hipotez
<b>IMF:</b>	Uluslar arası Para Fonu
<b>İMOF:</b>	İnegöl Mobilya Fuarı
<b>İNMOB :</b>	İnegöl Marangozlar ve Mobilyacılar Odası
<b>KİT:</b>	Kamu İktisadi Teşebbüsü
<b>KOBİ:</b>	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
<b>KDV:</b>	Katma Değer Vergisi
<b>MODEF:</b>	Mobilya Dekorasyon Fuarı
<b>MOSDER:</b>	Mobilya sanayicileri derneği
<b>PTT:</b>	Posta ve Telgraf Teşkilatı
<b>TOBB:</b>	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
<b>TUİK:</b>	Türkiye İstatistik Kurumu



## GİRİŞ

İnsanın bu dünyadaki varlığı mekânla tamamlanır. Mekân, sadece insan yaşamının sürdürüldüğü bir satıh değil aynı zamanda onun kimliğinin yapıcı unsurudur. İnsan mekânla birlikte kendi kimliğini, şahsiyetini yapar ve mekân aracılığıyla kimliğini, hayat görüşünü, estetik zevkini dış dünyaya aksettirir. İnsanın mekânı kurarken ve şekillendirirken kullandığı en önemli unsurlardan biri mobilyadır. Kişi, gün içerisinde birden fazla mekânda yaşamını sürdürmektedir. Sabah evinde uyanır, sonra okuluna veya işine gider daha sonra yemek için bir restorana gidebilir veya alışveriş için bir alışveriş merkezinde alışveriş yapabilir. Dinlenmek için bir kafede oturulabilir. Tüm bu mekânlarda insan, mobilya ile karşılaşır ve mobilya söz konusu mekânları şekillendiren anlayışı aksettiren birer ayna olarak fonksiyon icra eder. Mobilya sadece mekâna şekil veren estetik zevki aksettirmekle kalmaz, öncelikle bu mekânları salt bina olmaktan çıkartarak yaşam alanlarına çevirir.

Mobilya, insan yaşamı boyunca, hayat koşullarının gelişmesine bağlı olarak gelişip insanların vazgeçilmez yaşam parçası haline gelmiştir. Mobilya denilince ilk akla gelen, ahşap mobilyadır. Ancak mobilya, sadece ahşap olarak ele alınmamalıdır. Zamanla bu sektör gelişmiş ve günümüzde mobilya sektöründe yapım aşamasında ahşapla beraber alüminyum, çelik, cam ve plastik gibi tamamlayıcı diğer maddeler de kullanılmıştır. Buna karşın salt ahşap mobilyalar popülerliğini her zaman korumuştur.

İnsan yaşamında bu denli önemli yere sahip olan mobilya sektörü, ticaretin de vazgeçilmez bir aracı haline gelmiştir. Özellikle sanayi üretiminin gelişimiyle beraber mobilya sektörü, dünya ekonomisinde önemli bir paya sahip olmuş ve başlıca sektörlerden biri haline gelmiştir. Mobilya sektörü dünyada, ana ve yardımcı unsurlarıyla beraber yıllık ortalama 437 milyar dolarlık bir değer üretmektedir. Özellikle son on yıl içerisinde önemli bir büyüme yaşamıştır. 2004 yılında yaklaşık 220 milyar dolar değerinde ticaret hacmi varken, 2013 yılında 437 milyar dolar olarak hesaplanmıştır. 2050 yılında ise 1 trilyon ABD dolarını geçeceği değerlendirilmektedir. Dünya mobilya ihracatındaki artış, dış piyasaları canlı tutan bir sektör haline gelmektedir. 2011 yılında 149 milyar dolar olan ihracat kalemi, 2016 yılında 172 milyar dolara yükselmiştir. Dünya mobilya ithalatı ise 2010 yılında 134 milyar dolar iken 2016 yılında 167 milyar dolar olmuştur. Sektörün büyümesine paralel olarak istihdam

alanı da gelişmiş ve böylece sektörde bugün yaklaşık 260.000 kişi nitelikli iş gücü olarak çalışma hayatına katılmıştır.

Mobilya sektörü dünyada olduğu gibi Türkiye’de de önemli bir sektör olarak faaliyet göstermektedir. Türkiye’deki en eski sektörlerden olan mobilya sektörü son yıllarda önemli atılımlarda bulunmuştur. Eski atölye tarzı üretimden modern üretim merkezlerine geçilmesiyle birlikte, dünya piyasalarında kendine yer edinmiştir. 2012 yılında yaklaşık 16.3 milyar dolar değerinde üretim gerçekleştirirken 12.3. milyar dolar değerinde tüketim yaptığı tahmin edilmektedir. 2014 yılında ise; 19 milyar üretim ve 14 milyar dolar tüketim yaptığı tahmin edilmektedir. TÜİK verilerine göre 2011 yılındaki üretim değeri 14 milyar TL’den fazla olup ülke geneli üretim değerine oranı ise; %0.9’ dur. Sektörün cirosu ise, TÜİK verilerine göre 2011 yılında 14.4. milyar TL olup ülke geneli cirosuna oranı ise %0.59’dur. İç piyasa hacmi yüksek olan bu sektör dış piyasalarda da yer almaya başlamıştır. Türkiye’nin mobilya ihracatı 2010 yılında 1.4 milyar dolar değerindeyken 2017 yılında 2.3 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye mobilya sektörü, ithalat oranları ihracat oranlarından düşük olan nadir sektörlerdendir. 2010 yılında ithalat rakamları 738 milyon dolar iken 2017 yılında 614 milyon olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’nin mobilya ithalatı 2014 yılından itibaren gerilemeye başlamıştır. Katma değeri yüksek olan mobilya sektörü özellikle bazı bölgelerde kümelenmiştir.

Bursa- İnegöl Mobilya Bölgesi de bu bölgelerdendir. İnegöl Mobilya Bölgesi; mobilya sektörünün gelişme dinamiğinin yüksek olduğu, hammaddeye yakınlığı ve tarihi ipek yolu üzerinde bulunması sebebiyle birçok açıdan Türkiye mobilya sektöründe önemli bir yer kaplamaktadır. Yaratdığı iş hacmiyle birçok büyükşehirden daha önde bir ticari ağa sahiptir. Özellikle son yıllarda profesyonel üretime geçmeye başlaması ve yurtdışı piyasasına açılmasıyla birlikte bir dünya markası olmayı hedeflemektedir. İlçede faaliyet gösteren firmaların Bursa ili içerisindeki katma değere katılma oranı %84’dür. İl dışına ise katılma oranı %16’dır. Türkiye toplam ihracatının ise; %1’ini ve toplam mobilya ihracatının %10’unu oluşturmaktadır. Yurtiçi mobilya talebinin ise; %40’ını karşılamaktadır. Bu rakamlar bize göstermektedir ki, İnegöl Mobilya Bölgesi Türkiye ekonomisi içerisinde oldukça önemli bir rol oynamaktadır.

Buradan hareketle açıklayabiliriz ki; bu çalışmanın temel amacı İnegöl örneğinde mobilya sektörünün içinde bulunduğu problemleri ortaya koymak ve tam ihracat potansiyelini kullanmak için önerilerde bulunmaktır.

Çalışmamız üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmamızın birinci bölümde ‘Türkiye Ekonomisinde Uluslararası Ticaretin Gelişimi ve İnegöl’ün Yeri’ başlığıyla Türkiye ekonomisinde dış ekonomi, dış ticarete açılım süreci ve bu süreçte yaşadığı siyasi ve ekonomik sıkıntılar aktarılmış ve Türkiye’de ihracat ve ithalatın önemi vurgulanmıştır. Devamında, Türkiye’nin dış ticaretinde İnegöl’ün yeri ihracat ve ithalat kalemleriyle açıklanmıştır. İkinci bölümde ise; ‘Dünya Ticaretinde ve Türkiye Ekonomisinde Mobilya Sektörü’ anlatılmıştır. İlk olarak dünya ticaretinin özellikleri verilmiş daha sonra ‘Dünya Mobilya Sektöründe Dış Ticaret’ başlığıyla dünyadaki mobilya ticaretinde ithalat ve ihracat verileri aktarılmıştır. Türkiye’de mobilya sektörünün var oluşunun başlangıcıyla günümüze kadarki sektör gelişimi anlatılarak ithalat ve ihracat verilerinin payları sunulmuştur. İkinci bölümün sonunda ise İnegöl mobilya sektörünün doğuşu ve gelişimiyle dünyada ve Türkiye’deki ihracat payı ve bu payın önemi vurgulanmıştır. Bu iki bölümde anlatılan teorik veriler tümden gelim yöntemiyle oluşturulmuştur. Dünya genelinden başlayarak İnegöl mobilya sektöründeki ihracat payının önemi aktarılmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde ‘İnegöl Mobilya Sektöründe İhracat Potansiyelin Artırılması’na yönelik bir anket çalışması gerçekleştirilmiş ve bu çalışma kapsamında İnegöl Mobilya Sanayiinde faaliyet gösteren firmalarda anket çalışması yapılmıştır. Söz konusu anket kapsamında yaklaşık 640 mobilya firması içerisinde örneklem büyüklüğü olarak 210’u belirlenmiş; ancak görüşmeye gidilen firmalardan sadece 186 tanesi ankete cevap verdiği için anket verilerinde 186 firma analize dahil olabilmıştır. Bu çalışma kapsamında tüm anketler yüz yüze yapılmıştır. Gerçekleştirilen anket çalışmasının analiz işlemi SPSS ve Excell programlarıyla gerçekleştirilmiştir. Bu sayede çeşitli analiz yöntemleri uygulanarak veriler etraflıca değerlendirilmeye çalışılmıştır. Anket çalışmasında değişkenlere uygulanan analiz testlerine ise; öncelikle güvenilirlik analizi yapılarak başlanılmıştır. Güvenirlik analizi belirlendikten sonra frekans analizleri yapılmış ve normallik testlerinden sonra uygun olan Mann Whitney U ve Kruskal Wallis Testleri uygulanmıştır. Son olarak da Ki Kare Testi analizinin tabloları elde edilmiştir. Tüm bu analiz testleri sonucunda var olan işletmelerin ihracatta potansiyelin tam olarak

kullanılmadığı ve bunun için birtakım adımların atılması gerektiği sonucuna varılmıştır. Çıkarımlar, çalışmamızın dördüncü bölümü “Sonuç ve Öneriler” bölümünde ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TÜRKİYE EKONOMİSİNDE ULUSLARARASI TİCARETİN GELİŞİMİ ve İNEGÖL'ÜN YERİ

#### 1.TÜRKİYE EKONOMİSİNDE ULUSLARARASI TİCARETİN GELİŞİMİ

XVI. ve XVII. yüzyıllarda Osmanlı Devleti; sanayi, bilim, teknoloji gibi birçok alanda Batıdan daha ileri düzeyde olmuş ve bu alanların gelişiminin öncülüğünü yaptırmıştır. Ancak XVIII. ve XIX. yüzyıllarına gelindiğinde Batı Avrupa büyük bir atılım yaparak sanayi devrimini gerçekleştirmiştir. Batının makineli üretime geçmesi ve Osmanlı devletinin bu sürecin dışında kalması ve eski gelişim dinamizmini kaybetmesi ile birlikte siyasi, ekonomik ve askeri güç dengesinin batı lehine dönüşmesine neden olmuştur.

Bu gelişmelerin yanı sıra siyasi otoritesinin zayıflamaya başlaması ve eski dinamizmin kaybedilmesi, Osmanlı Devleti'ni birçok açıdan çağın gerisinde bırakmıştır. Bu yaşananlarla birlikte uzun süren savaşlar devleti, ekonomik açıdan çöküş noktasına getirmiştir. Osmanlı, artık ticaret yapamaz noktadır ve tamamen batı ülkelerinin istilası altındadır. Tüm bunların sonucu olarak; Kurtuluş Savaşı sonucunda kurulan Türkiye Cumhuriyeti ekonomik olarak bir yıkıntıyı teslim almıştır. 1923 yılında kurulan Türkiye Cumhuriyeti'ne Osmanlı imparatorluğundan tarım sektörüne dayalı, yoksul gelişmemiş ve dış borçları yüksek bir ekonomik yapı mirası kalmıştır.<sup>1</sup>

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulma aşamasında, 1923-1930 döneminde, liberal ve serbest piyasaya dayalı bir ekonomik model tercih edilmiştir. Bu dönemin ekonomik politikasının oluşturulmasında 17 Şubat-4 Mart 1923 tarihleri arasında gerçekleştirilen İzmir İktisat Kongresi'nin büyük rolü vardır. Türkiye Cumhuriyeti henüz resmi olarak kurulmadan dahi böyle bir kongre düzenleyerek ekonomik kalkınmanın ne kadar önemli

---

<sup>1</sup> Stefanos Yerasimos, *Az Gelişmişlik Sürecinde Türkiye: Tanzimat'tan I. Dünya Savaşına*, çev. Babür Kuzucu, 7.b., İstanbul: Belge Yayınları, 2001, ss.287-292

olduğunu göstermiş ve sağlam devlet temellerinin sağlam bir ekonomiyi gerektirdiğini de vurgulamıştır. Bu kongre ile kurulacak olan devletin ekonomik sisteminin temel ilkelerinin belirlendiği iktisadi misakı ilkeleri yayımlanmıştır. Bu ilkeler arasında yerli üretimin teşvik edilmesi, gereksiz ithalattan kaçınılması, serbest girişimcilik ve çalışma özgürlüğünün sağlanması, tekelliliğe mahal verilmemesi, ekonomiye yararlı olması koşuluyla yabancı sermaye girişine izin verilmesi öne çıkanlar olmuştur. Bu dönemde Türkiye ekonomisi gerçekleştirilen ekonomik politikasını etkileyen bir diğer önemli faktör de 1923 yılında imzalanan Lozan antlaşması olmuştur. Antlaşmanın 28. Maddesi uyarınca Türkiye’de Osmanlı’nın batı ülkelerine uyguladığı ekonomik alandaki bütün tavizler ve imtiyazlar ortadan kaldırılacak, Türkiye gümrük tarifeleri 5 yıl 1916 yılı düzeyinde tutulacak ve ilk bölümü 1929 yılından gerçekleştirilmek üzere, Osmanlı’nın batı ülkelere borçlarını ödemeye başlayacaktır.<sup>2</sup> Buradan yola çıkarak Osmanlı devletinin yıkılması ve 29 Ekim 1923 tarihinde resmen Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulması ile hem siyasi hem ekonomik açıdan yepyeni bir dönemin başladığını söyleyebiliriz.

Cumhuriyetin ilk yıllarında, ülkenin ekonomik gücünün sınırlı olmasının yanında, genç Cumhuriyet önceliği iç ekonomik dinamiğini kurabilmeye vermiştir. Bu dönemin içinde bulunduğu siyasi şartlar çok fazla ekonomik yaptırım da beraberinde getirmiş ve dünya genelinde yaşanan gelişmeler ve değişimler Türkiye ekonomisi ve dış ticareti üzerinde de etkili olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti tarihinde siyasal yaşam süreci içerisinde ve ekonomik yaşamda siyasi(hegemonya) ve iktisadi krizler toplumun yaşamında ve düşünce akımlarında önemli rol oynamış ve yön verici olmuştur.

Bu duruma en iyi örneklerinden biri 1929 yılında meydana gelen dünya ekonomik buhranı(büyük buhran) ile birlikte o dönem uygulanan serbest piyasa ekonomi modeline olan güvenin zedelenmiş olması ve bu dönemden sonra yeni oluşturulan siyasal sistemlerin ekonomik yapılarının serbest piyasadan uzak, devletçi sisteme yakın duruş sergilemeleri gösterilebilir. Ancak bu buhran diğer dünya ülkelerinde olduğu kadar kendi ekonomik yapısını baştan oluşturmaya çalışan genç Türkiye’de ciddi etkiler bırakmamıştır. Bu dönemde Türkiye’nin dış piyasalarla etkileşimi oldukça az olması bu etkilenmemenin en büyük nedenidir. Türkiye, bu

---

<sup>2</sup>Tevfik Çavdar, *Türkiye Ekonomisinin Tarihi 1900-1960: Yirmi Birinci Yüzyıl Türkiye İktisat Tarihi*, 1.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2003, ss.165-180

dönem zarfında denk bütçe oluşturmuş ve sıkı para politikaları uygulamıştır; aynı zamanda da devlet yapısının temel taşı olan faaliyetlerini devlet eliyle yürütülmesini sağlamış ve ekonomik kalkınmada özel girişime büyük önem vermiştir.

Genç cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte devletçi politikalar izlenerek, aynı zamanda yerli ve milli sermayenin oluşumu içinde çeşitli faaliyetler devlet desteğiyle gerçekleştirilmiştir. Bu durumun en önemli sebebi ülkenin içinde bulunduğu ekonomik şartlar içerisinde kendi yerli mallarını üretemeyecek olması ve liberal ortamda o dönem içinde bu sürecin uzun sürecektir olmasıdır.<sup>3</sup> II. Dünya Savaşı'ndan sonra devletçi politikalara bir süre daha devam eden ülke, 1950'li yıllara geldiğinde genç cumhuriyetin kendini toplaması ve piyasalara uyum sağlamaya başlaması ile birlikte ve elverişli iç ve dış şartların bir araya gelmesi ve önceki yılların birikimi sayesinde ekonomide önemli kazanımlar elde etmiştir.

Ülkede, 1980'lere kadar dışa açık, ithal ikameci ve ihracatı devlet himayesinde, gerçekleşen dış ticaret politikaları uygulanmaya devam edilmiş ancak, 1980 sonrası küreselleşme sürecinin de etkisiyle birlikte, devlet himayesinde gerçekleşen ticaret serbestleştirilmiş, ithalatın yerine ihracat teşvik edilmeye başlanmıştır.<sup>4</sup> Bu dönem Türkiye ekonomisinin dışa açılımı açısından önemli dönüm noktası olmuştur.

Ülkelerin ekonomik politikaları, gelecekleri açısından hayati önem taşımaktadır. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler bu noktada çok dikkatli planlama yapması ve strateji geliştirmesi gerekmektedir. Türkiye ekonomisi, 1980 sonrası dönemde, kapalı ekonomi politikasından vazgeçerek dünya ekonomilerine uyum sağlamaya karar vermiş ve dışa açık sanayileşme stratejilerini geliştirip, hayata geçirmiş ve ihracat odaklı sanayileşme politikaları uygulamıştır. Bu dönemde kronikleşen yüksek enflasyon, her geçen gün artan iç ve dış borçlar, ihracatın ithalata bağımlılığının artmasına bağlı oluşan cari açık ve Türk Lirasının aşırı değer kazanması gibi makroekonomik yapısal sorunlar ülkenin ciddi krizler yaşamasına neden olmuştur.

1980 ve 2000 sonrası dönemlerde Türkiye çok ciddi ekonomik krizler yaşamış ve bu krizlerin sonucunda uygulanan ekonomik politikaların ne kadar önemli olduğu

---

<sup>3</sup> Gülten Kazgan, *Tanzimat'tan 21.Yüzyıla Türkiye Ekonomisi: Birinci Küreselleşmeden İkinci Küreselleşmeye*, 4.b., İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2009, ss.72-76.

<sup>4</sup> Burcu Ateş, *Türkiye'de 1980 Sonrası Dış Ticaretin Gelişimi: Enerji Sektörü*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Gedik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015, s.36.

anlaşılmıştır. Günümüz Türkiye’inde ekonomik ve dış ticaret gelişimine yönelik stratejilerin ülke ekonomilerine getirileri şüphesiz tartışılmazdır.<sup>5</sup> Biz de bu süreci 1980 öncesi dönem, sonrası dönem ve 2000 sonrası ekonomik gelişmeler olarak çalışmamızda inceleyeceğiz.

### 1.1.1980 ÖNCESİ DÖNEM

Türkiye Cumhuriyeti; uzun yıllar yabancı sermayenin at koşturduğu, dışa bağımlı ekonominin hâkim olduğu, uzun savaşlar neticesinde maddi manevi yorgun düşmüş, ilkel üretim teknolojisi olan bir yapı devraldı. Genç Cumhuriyet kurulduğu andan itibaren bu ekonomik yapının zorluğunun farkında olarak bu sorunu kalıcı çözüme kavuşturacak önlemler alarak bu doğrultuda stratejiler belirleyerek, yenilikçi adımlar atmıştır. Bunu sağlamanın yolu olarak da yerli sanayi kurmak ve bunu geliştirmekten geçtiğini belirtmiş ve bu noktadan hareket etmiştir. Kuruluş yıllarının egemen ekonomik görüşü, sanayileşme olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti’nin bu süreçte yapmaya çalıştığı durumu en iyi özetleyecek cümle “siyasal bağımsızlığı ekonomik bağımsızlıkla taçlandırmaktır”. (M. Kemal Atatürk) misyonuyla açıklayabiliriz.

Cumhuriyetin ilk on yılı ekonomik yapının onarılması ve ekonomiye yön verecek kurumların yeniden inşa edilmesi ile geçmiştir. Bu noktada yapılan çalışmalara örnek olarak; yabancıların elinde bulunan demir yollarının millileştirilmesi, Tütün Rejisinin ve Aşar Vergisinin kaldırılması ve Kara Sularında ulaşım (Kabotaj) hakkının elde edilmesini sağlamak oluştur. Bunların yanı sıra; Sümerbank’ın öncüsü olan sanayi Maadin Bankası’nın kurulması ve Sanayi Teşviki yasasının çıkarılması olmuştur. Türkiye İş Bankası’nın kurulması ise kamu özel sektör işbirliğinin temelini göstermiştir. Bu dönemin en önemli uygulaması ise; kamu maliyesinde altın kural olarak kabul edilen devlet bütçesinin açık vermemesiydi ve bu durum, yaklaşık ilk yirmi beş yıl başarılı bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Ekonomi açısından oldukça önemli olan Merkez

---

<sup>5</sup> Tuğçe Kurnaz, *1980 Sonrası Türkiye Ekonomisi ve Dış Ticaret Gelişimi*, (Yüksek Lisans Tezi), Mersin: Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014, s.1.



Bankası kurulmuştur. Böylece para politikası da kontrol altında tutulmuştur. Ekonomi açısından önem arz eden diğer bir konu ise dış ödemelerdir.<sup>6</sup>

1950’li yıllara kadar ekonomide bütçenin açık vermemesi için büyük çaba sarf edilmiş ve bu konu da büyük özen gösterilmiştir. Bu duruma denk bütçe uygulamasının yapılması büyük katkı sağlamış; hem iç hem dış ekonomik denge anlayışında bu dengeli para politikalarının uygulanmasında olumlu etki oluşturmuştur. Uygulanan tüm bu politikalar ışığında, Cumhuriyet Ekonomisinin o dönemki politikasının görece olarak Liberal Ekonomik anlayış olduğu gözlenmektedir.

Türkiye Ekonomisi bu dönemde kendi iç dinamizmini sağlayarak ekonomisinin temelini oluştururken Dünya ekonomisi Büyük Buhran olarak bilinen büyük bir ekonomik krizle baş etmeye çalışıyordu. 1929 yılında başlayan ve 1933 yılına dek süren bu süreçte özellikle Batı Ülkeleri ekonomik açıdan büyük yıkım yaşadılar. Bu süreçte Türkiye ekonomisi daha çok kendi ekonomisine yönelik politikaları gerçekleştirdiği için dünya piyasalarında meydana gelen bu devasa depremden çok fazla etkilenmemiştir. Bu ortamda ve çok ayrıntılı çalışmalar sonucunda ülke “devletçilik” ilkesini uygulamıştır. Bu uygulamasıyla devletçi sanayileşme yoluyla dış finansal kaynaklardan oldukça az faydalanılmış böylece ekonomide bütçe açığı ve dış ticaret açığı verilmeden bu süreç sağlıklı geçilmiştir. Bu dönemde enflasyon ve dış ödemeler zorluğuyla karşılaşılmaamıştır.<sup>7</sup> Ancak bu dönemin bitimi sonucunda dış dünyada da meydana gelen siyasi ve ekonomik tatminsizlikler ikinci dünya savaşını tetiklemiş ve bu süreç Türkiye ekonomisini de kısmen etkilemiştir. Ancak yine kendi siyasi, beşerî ve ekonomik yapısına uygun olarak tedbirler alınmıştır. Bu dönemde fiyat istikrarı ve bütçe dengesinin sağlanması dönemin temel ekonomik uygulaması olmuştur. Bu dönemde savaş nedeniyle dış ticaret kısıtlı gerçekleşmiş, askeri harcamalar artmış, uygulanan olağanüstü hâl nedeniyle tarım ve sanayide gerilemeler görülmüştür. Tüm bu nedenlerden ötürü devlet, bunların etkisini azaltabilmek için; temel ve ek ihtiyaç ürünlerinin dağıtımını devlet mekanizmasıyla gerçekleştirmiş ve özel sektöre ait faaliyetlerde ise Milli Koruma Kanunu’nun gerektirdiği şartlar kapsamında fiyat kontrolü şeklinde uygulamalar gerçekleştirmiştir. Bu uygulamalar ülke ekonomisini dış

---

<sup>6</sup> Çavdar, a.g.e., ss.310-314.

<sup>7</sup> Yakup Kepenek, Nurhan Yentürk, *Türkiye Ekonomisi*, 12.b., İstanbul: Remzi Kitabevi, 2001, ss. 509-512

ekonomilere karşı korumaya çalışırken iç piyasada bazı karaborsa ve spekülasyon gibi olumsuzlukları beraberinde getirmiştir. Böyle bir durumda Türkiye de kapitalizmin gelişmesinde önem arz eden sermaye birikimi sürecinin başlamasına da neden olmuştur. Bu durumun etkilerini ülke ekonomisi, ilerleyen dönemlerde görmeye başlamıştır.<sup>8</sup>

1945 yılında biten İkinci Dünya Savaşıyla birlikte tüm dünyada savaşın arkasında bıraktığı yıkımın enkazını toplamak için ekonomik, sosyal, sağlık vb. tüm alanlarda hummalı çalışmalar başlamıştır. Bu hummalı faaliyetlerin başında ülkelerin bozulan ekonomilerine yeniden hayat vermek başta gelmekteydi. Türkiye Cumhuriyeti de bu noktada kendini koruyacak ekonomik stratejiler geliştirip onları uygulamaya koymuştur. Ülkemiz, II. Dünya Savaşı'na fiili olarak katılmamıştır. Ancak savaş esnasında siyasi anlamda bir duruş da sergilemiştir. Almanya'ya ve Rusya'ya karşı mesafeli bir politika sergilerken aynı zamanda İngiltere ve Fransa ile daha yakın bir diyalog içerisinde bulunarak yüzünü batı blokuna döndüğünün de sinyalini vermişti. Tüm bu süreç artık tek partili sistemin sonuna gelindiğini ve çok partili sisteme geçmenin ve korumacı ekonomik sistemden liberal ekonomik gerekliliğini gösterdiği gibi sisteme geçmenin de gerekliliğini gösteriyordu. Bu gelişmelerin sonucu olarak da 1950 Demokrat parti iktidarıyla yeni bir ekonomik döneme girilmiş oldu.<sup>9</sup>

Bu yeni başlangıçla beraber yeni Türkiye'nin kurulumundan itibaren devam ettirilen sıkı para ve maliye politikaları, denk bütçe politikasına son verilerek devletçi ekonomik sistem yerine liberal ekonomi tercih edilmiş ve dışa kapalı ekonomiye son verilerek serbest dış ticarete geçilmesi için adımlar atılmıştır. Tarım ülkesi olabilme avantajlarını korumak adına tarım ekonomisine ve dış ticareti temel alarak bu sektörlerden elde edilen tasarrufların sanayi sektörüne aktarılması öngörülmüştür. Bu izlenen politikalar sonucunda, 1950-1954 dönemi sırasında takip edilen, piyasalarda ithalatın serbest bırakılması ve dış pazarlara girilmesi ile birlikte, ithalatta aşırı artışın gerçekleşmesi ve bu durumun ödemeler dengesinde açıkların meydana gelmesine sebep vermiştir. Bu durumla mücadele edebilmek ve sistemin uygulanabilirliğini artırmak için, ödemeler dengesinin diğer kanadı olan ihracata önem verilmesiyle beraber alınan

---

<sup>8</sup> Cumali Özbek, *Türkiye Ekonomisine Genel Bakış*, 2014, <http://www.akademia.edu> , (26.03.18)

<sup>9</sup> Ş.H.Hacıyev, E.İ. Bayramov, *Dünya Ekonomisinin Tarihi*, Ankara: Gazi Kitabevi, 2013 ss. 352-355

dış yardım (Marshall yardımı), kredi ve yabancı sermaye yatırımları kullanılarak, denge bulunarak dengede kalınmaya çalışılmıştır. Liberal sistemin canlılığını sağlamak adına özel sektöre ve yabancı yatırımcılara önemli teşvikler sağlanmıştır ve bunun sonucu olarak özel sektör ihtiyacı olan taze kanı bulup canlanmış, büyümüş ve istenilen dinamizmi yakalamıştır.

Zaman ilerledikçe piyasa bu şekilde sürdürülebilirliğini devam ettiremedi ve 1953'lü yıllara gelindiğinde yapılan ihracat faaliyeti, ülkeye yapılan yabancı sermayeli yatırımlar, alınan yabancı finansman kaynakları ve krediler sistemi yeterince pompalayamadı ve sürdürülebilirlik sağlanamadı. Bunların yanı sıra 1954 yılı içerisinde ülkede tarım sektörünü olumsuz etkileyen bir kuraklık yaşanmıştır. Bu yaşanan tüm olumsuzluklardan sonra devlet önlem amaçlı ithalatı kısıtlama yoluna giderek ödemeler dengesindeki farkı kaldırmaya çalışmıştır ve ithalatta kota sistemini getirmiştir.

Devlet, tüm bu olumsuzluklardan sonra ithal ikameci politika çerçevesinde ithalatta sanayileşmeyi öncelikli tutmaya yönelmiştir. İthal ikamesi öncelikli olarak iç pazarda uygulanmıştır. Bu uygulama en çok tüketim malları imalatında ve montaj sanayisi diye adlandırılan imalat sanayisinde uygulama alanı bulmuştur. Önceleri, ürünün her parçası ithal edilerek ülkede birleştirildiği için döviz tasarrufu fazla elde edilememiş ve katma değer fazla oluşturulamamıştır. Ancak zamanla kota sistemi yenilenecek bazı parçaların ithaline de kısıtlama getirilerek bu parçaların yerli ürünlerden kullanılması teşvik edilmiştir. Bu şekilde alınan önlem ile yerli katkı payının artırılması amaçlanmıştır. Böylece devlet eliyle yönetilip üretilme tarzından ekonomide vazgeçilip özel sektörün ve yatırımcıların serbest ekonomi piyasasına geçişi kolaylaştırılmıştır. Bu şekilde kamu – özel sektör girişimciliği dengesi oluşturulması amaçlanmıştır. Ancak tüm çabalara rağmen amaçlanana ulaşılamamış kamunun müdahalesi istenilen düzeyde azaltılamadığı için özel sektör istenilen düzeye gelememiştir. Amaçlananın aksine hiçbir Kamu İktisadi Kuruluşlarının(KİT) özelleştirilmesi gerçekleştirilememiş, yeni KİT'ler kurularak; PTT Genel Müdürlüğü, Türkiye Demir ve Çelik İşletmeleri Genel Müdürlüğü gibi kurumlar ortaya çıkmıştır.<sup>10</sup>

1960'lı yılların sonlarına gelindiğinde ekonomi etkin kaynak kullanımında istenilen başarıyı sağlayamamıştır. Tüm iç ve dış kaynakları en son noktasına kadar

---

<sup>10</sup> Fikret Yücel, *Cumhuriyet Türkiye'sinin Sanayileşme Öyküsü*, 1.b., Ankara: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, 2015, ss.49-63

kullanmaya çalışsa da istikrarsız büyüme sürecinden kaçınamamıştır. İç ve dış kaynaklarını zorlamaya başlamasına rağmen etkin kaynak kullanımını gerçekleştirememesinden dolayı istikrarsız bir büyüme sürecine girmiştir. Bu süreçte her ne kadar iç sermaye oluşturulup kullanılmaya çalışılsa da dışa bağımlılık gittikçe artmış ve bunun getirisi olarak ekonomik kriz kaçınılmaz olmuştur. Devlet yönetimi de çare olarak IMF gözetiminde istikrar politikasını uygulamayı yürürlüğe koymuştur.

İstikrar programı kapsamında, devalüasyon ve KİT ürünlerine zam ile başlayan bu istikrar programının getirdiği süreç, sıkı para ve kredi politikaları ile bütçe ve dış ödemeler dengesini sağlamaya yönelik yeni uygulamalar ile devam etmiştir. İstikrar programı bir taraftan olumlu yönlerini göstermeye başlamıştır. Enflasyon düşmeye başlaması ve aynı zamanda ithalat ve ihracat kalemlerinde hareketlenmenin oluşması ile ekonominin nefes alması sağlanmıştır. Diğer taraftan hükümetin öncelikli hedefi olan büyüme hızı azaltılmıştır. Bu durumun sonucu olarak ekonomik durgunluk oluşmuştur.<sup>11</sup> Bu sürecin özeti olarak; 1950-1960 yıllarında iktidarda olan Demokrat Parti yönetime geldiği dönemde, Türkiye'nin bulunduğu süreci göz önüne alarak liberal ekonomiyi benimsemiştir ve hızlı bir büyümeyi hedeflemiştir. Uyguladığı tüm politikalarda bu yönde gerçekleştirmiştir. Bütçe politikalarını oluştururken hep bu durumu göz önünde bulundurarak iktisat politikalarına göre uygulamıştır. 1953 yılına kadar bu hedefine dış konjonktürden ve Marshall planından faydalanarak ulaşmıştı. Bu dönemde tarım sektöründe makineleşme artmış, dış pazara bağlanmakla ihracatta artışlar meydana gelmiştir. Ancak; Kore Savaşıyla birlikte dünyada oluşan uluslararası gelişim ve değişimlerle birlikte dış kaynaklardaki etkin kullanım azalmıştır. Hızlı büyümeye emisyon kaynak gösterimi yapılarak bir süre daha devam edildi ancak vergi sisteminde oluşan problemler ekonomideki gelişmelerin gerisinde kaldı ve vergi kapasitesi artmasına rağmen vergi yükü azaldı. Bu durumda kaynaklarda azalma meydana getirdi.

---

<sup>11</sup> Nevin Coşar, "Demokrat Parti Dönemi Maliye Politikası", *Ankara Üniversitesi S.B.F.D.C.*60. S.1.(2005),ss.30-33

Yaşanan tüm bu sıkıntılar şunu göstermişti ki ekonominin makro bir plana bağlanması gerekmektedir ve bu doğrultuda bu planları hazırlamak ve üretmek görevini gerçekleştirmek amacıyla da 1961 yılında Devlet Planlama Teşkilatı kurulmuştur.<sup>12</sup>

1970'lerin başına dek ülke ekonomisi kendi kurduğu sistem içerisinde belirli bir düzende devam etti. Ancak; 1970'li yılların başında hem dünyada hem iç ekonomik dinamiklerde birbirine bağlı oluşmakta olan bir dizi problemler baş gösterdi. Bu problemler arasında dünya ekonomisindeki büyüme eğiliminin azalması, enerji buhranının ortaya çıkmasıyla klasik yönetim tarzının işlevinin yok olmaya başlaması, (birinci petrol krizi gibi) ve batı ülkelerinde enflasyonun artışı, siyasal gelişmelerin toplumun gelişen ve değişen ihtiyaçlarına, taleplerine artık cevap veremez olması. Türkiye ekonomisinin bu küresel gelişmeler paralelinde bir dizi sorun yaşamasına sebep olmuştur. İthalatta, petrol payının büyük olması ve 1973 1974 yıllarında yaşanan petrol şoklarıyla petrol fiyatlarının ani artışları, işçi dövizlerinde oluşan durgunluk gibi sebeplerin etkisiyle daha önce fazla veren cari işlemler, artık açık vermeye başlamıştır.

Bu dönemde bazı ara ve yatırım mallarının ithalatında, döviz darboğazı sebebiyle azalmaya gidilmiştir. Bu da üretime olumsuz etki etmiş istihdamda azalma meydana getirerek işsizlik problemini olumsuz etkilemiştir. 1975 yılına kadar uzun dönemli yatırımlarda kullanılmak için alınan dış krediler finans eksikliği yüzünden farklı amaçlarda kullanılmak zorunda kalınmış ve dış ticaret açığını kapatmak içinde kısa vadeli borçlara başvurulmuştur. Kısa vadeli dış borçlar ülkenin toplam dış borçlarının %60'nı oluşturur duruma gelmiştir. 1977 yılında toplam faiz oranı ise; %4.4 den %7.6'ya çıkmıştır. Tüm bu ekonomik tablo artık ülke ekonomisinin çok zor durumda olduğunu göstermekteydi.

Türkiye Cumhuriyeti'nde yaşanan bu olumsuz gelişmeler neticesinde artık radikal kararlar almanın zorunluluğu baş göstermiş ve 1977-1978 yıllarında derinleşen kriz koşulları ve dünya ekonomik yapısı göz önüne alınarak globalleşen dünyada yeni ekonomik düzenin içine dahil olunması gerektiğinin kanaatine varılmıştır. Bu noktada

---

<sup>12</sup> Özcan Dağdemir, Mesud Küçükcalay, "Türkiye'de 1960-1980 Müdahale Dönemi Ekonomileri: İktisat Politikaları ve Makro Ekonomik Göstergeler Açısından Bir Karşılaştırma", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Kütahya, S.3 (1999), s.126.

radikal kararların alınmasına yönelmiştir.<sup>13</sup> Bu kararlar Türkiye'nin ekonomik hayatı için milat sayılacak adımlar olmuştur.

## 1.2.1980 SONRASI DÖNEM: SERBEST EKONOMİNİN GELİŞİMİ

1980 dönemi Türk ekonomi tarihinde yeni bir çağın başlangıcıydı. 1980 döneminin ilk ayında ilan edilen 24 Ocak kararları iktisat tarihine 24 Ocak “İstikrar Kararları” olarak geçmiştir. 24 Ocak İstikrar kararları, Türkiye ekonomisinin kabuk değiştirip yeni bir şekle girmesinin çok önemli bir dönüm noktası olduğu gibi Türk iktisat tarihi açısından “kırılma noktası” denilebilecek bazı özellikler taşımaktadır. Cumhuriyet tarihinin kapitalist ekonomiye girişinin en büyük adımı 24 Ocak kararları olduğunu söyleyebiliriz. Tüm bu nitelendirmeler de bize gösteriyor ki; bu kararların Türkiye ekonomisine kattığı yenilikler ve açılımlarla 24 Ocak kararları Türkiye'nin kapitalistleşme ve liberal ekonomiye geçiş sürecinin giriş kapısı olmuştur.<sup>14</sup>

Türkiye Cumhuriyet'i 24 Ocak kararları ile tüm dünyada hızla etkisini gösteren küreselleşme furiasının içine hızla girmiş ve bu tarihten sonra dış ekonomiye açılım büyük ivme kazanmıştır. 24 Ocak kararları ile ülkede uygulamaya konulan programı şöyle özetleyebiliriz.

- ❖ Ekonomide günlük kur uygulamasına başlanmış ve devalüasyon ile Türk parasının değeri %32.7 düşürülmüştür,
- ❖ Devletin ekonomi üzerindeki paylarını azaltan önlemler alınmıştır,
- ❖ KİT'lerde özelleştirmeye yönelik önlemler alınmış ve ek olarak tarım ürünlerini destekleme alımlarında kısıtlamaya gidilmiştir,
- ❖ Devlet hazinesine yük olan sübvansiyonlar kaldırılmıştır. Gübre, enerji ve ulaştırma dışında,
- ❖ Devletçi ekonomik sistemden uzaklaşarak, yabancı sermaye yatırımları teşvik edilmiş, dış ticaret serbestleştirilmiş ve kar transferlerinin önü açılmıştır,
- ❖ Müteahhitlik hizmetleri yurtdışında da desteklenmeye başlanmıştır,

---

<sup>13</sup> Hayrettin Tüleykan, Selçuk Bayramoğlu, “Türkiye’de 24 Ocak Kararları ile Başlayan Finansal Serbestleşmenin Günümüz İktisadi ve Mali Yapısına Yansımaları”, *The Journal of Academic Social Science Studies*, S.44, (2016), s.405.

<sup>14</sup> Kepenek, Yentürk ,*a.g.e.*, ss. 513-515

❖ Sektörlere göre farklılaşan teşvik sistemi getirilmiştir; ihracat, vergi iadesi, düşük faizli kredi, imalatçı ihracatçılara ithal girdide gümrük muafiyeti gibi ve İthalat kademeli olarak liberalize edilmiştir,<sup>15</sup>

❖ Döviz alın satımı serbestleştirilerek, Döviz Çevrilebilir Mevduat (DÇM) uygulamasından vazgeçilmiştir,

❖ Döviz piyasası üzerindeki kontroller kaldırılmıştır,

❖ Faiz oranları serbest bırakılmış, reel faiz politikası uygulanmaya başlanmıştır,

❖ Fiyat kontrolleri kaldırılarak piyasa kurallarının geçerliliği uygulanması planlanmıştır.

Tüm bu alınan ve uygulamaya konulan istikrar programının hedeflediği temel amaçlar istikametinde, 24 Ocak kararlarından sonra gerçekleşen ekonomik faaliyetlerle birlikte ekonominin dışa açılımı sağlıklı sağlanmış, bu açılımın sonucunda dış ticaretin işlem hacmi milli gelir içerisinde artış göstermiştir. Döviz ve altın piyasaları üzerinde uygulanan kontrollerin kaldırılması ile birlikte para piyasasının tüm araçları ekonomide boy göstermiştir. Enflasyonda yavaş da olsa gerileme olmuştur, borsa gelişmiştir, karşılaştırmalı üstünlüklerimiz tekrar incelenerek dış rekabete açık ekonomi modeli kurulmuştur. İhracatta artış yaşanmış özellikle sanayi mallarının payının yükselmesi dikkat çekici olmuştur. Bunlara ek olarak işçi dövizlerinde, turizm gelirlerinde ve yabancı sermaye girişlerinde artış meydana gelmiştir. Bunlarla birlikte ithalat talebi de artmıştır. Bu duruma paralel olarak dış ticaret açığı büyümüştür. Kapasite kullanım oranlarında artışlar gözlenmiş ve mevduatlar reel faiz politikası içerisinde artmıştır. İhracatta lokomotif sektörler oluşmuştur; tekstil, hafif sanayi ve inşaat gibi.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>Tüleykan, Bayramoğlu, “Türkiye’de 24 Ocak Kararları ile Başlayan Finansal Serbestleşmenin Günümüz İktisadi ve Mali Yapısına Yansımaları”, ss. 405-406.

<sup>16</sup> Erdem Hepaktan, *1980’den Günümüze, Türkiye’nin Dış Ticaretindeki Yapısal Değişimin Dış Ticaret Hadleri Üzerindeki Etkisi*, (Doktora Tezi), Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006, ss. 105-110.

### 1.2.1. 1980 ve 2000 Dönemi

1980 yılı ülkemiz için hem ekonomik açıdan hem siyasi açıdan köklü değişimlerin yılı olmuştur. 12 Eylül 1980 askeri darbesi ile siyasi yönetime el konulmuş ve tüm ülkede bu değişikliğe paralel olarak çeşitli tedbirleri beraberinde getirmiştir. Ancak bu durum 24 Ocak kararları ile alınan kararları fazlaca etkilememiş birkaç yeni tedbir ile aslına sadık kalınarak devam edilmiştir. Ancak siyasi problemlerin aşılammaması ekonomiyi dar boğaza sokmuş ve sonuç olarak krizler meydana gelmiştir.

1988 yılına gelindiğinde ise; ciddi ekonomik problemler baş göstermiş; enflasyon, işsizlik ve gelir dağılımı gibi problemler artmıştır. Enflasyon oranı %70 seviyelerine tırmanırken, büyüme oranı %9'dan %1'e kadar ani bir düşüş yaşamıştır. Bu süreçte reel yatırımlarda ciddi azalmalar meydana geldiği için faizlerde de ani bir yükselme oluşmuştur. Bu duruma önlem olarak 4 Şubat 1988'de mevduat münzam karşılıkları arttırılarak, % 65 olan mevduat faizleri serbest bırakılmıştır. 1989 yılına gelindiğinde ise; diğer bir önemli gelişme olan döviz işlemleri, menkul kıymet yatırımı yapma ve mevduat hesabı açma izniyle gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında serbest bırakılmıştır. Bu şekilde dövizin bankacılık sistemine entegre olması sağlanmaya çalışılmış ve bankalar arası döviz piyasası oluşturulmuştur.<sup>17</sup>

1991 yılında yaşanan Körfez Krizi ile Türkiye hem ekonomik hem siyasi yeni bir dar boğaza girmiştir. Ekonomik performansında gözle görülür bir düşüş yaşanmıştır. Bunun sebepleri olarak; sınırımızda yaşanan savaş, buna bağlı olarak dış ticaretin sekteye uğraması, döviz girişlerinin durma noktasına gelmesi, turizm gelirlerinde düşüşlerin yaşanması gibi sebepler ve tabii savaş sonrasında ABD'nin uyguladığı ambargo gelmektedir. Tüm bu gelişmeler 1990'lı yılların krizlerle başlamasına sebep olmuştur. 1990'lı yıllar hem siyasi hem ekonomik açıdan oldukça sıkıntılı geçmiştir Türkiye açısından.

1994'lü yıllara gelindiğinde daha Körfez Krizinin etkileri atlatılmadan, ülkenin ilk bankacılık krizi olarak nitelendirilecek 1994 krizi patlak vermiştir. Bu krizin temel nedenini 1980 İstikrar Programından sonra oluşan bir takım olumsuz etkiler olmuştur. Bu olumsuzlukların en başında gelen sebep ise; hızlı bir şekilde artan kamu

---

<sup>17</sup> Kurnaz, a.g.e., ss.3-13.



borçlarının yine borçlanarak ödemeye çalışılması başka bir ifadeyle kamu açıklarının yüksek faizli borçlanma ile finanse edilmeye çalışılması olmuştur. Tedbir olarak bu dönemde, Hazine kısa vadeli borçlanma faizlerini yükseltmiş aynı zamanda Merkez Bankası bankalar arası faiz oranları ile avans ve kredi faizlerini yükseltmiştir. Ancak % 200 seviyelerini geçen kamu iç borçlanma faizlerine rağmen, döviz talebindeki artışın önüne geçilememiştir. TCMB döviz arzına gitmiştir. Ancak bununla da krizin önüne geçilemeyince 5 Nisan 1994 tarihinde Türk Lira'sının değerini yaklaşık % 20 oranında devalüe etmiştir. Bu kararlar birlikte siyaset yapıcılar, yüksek enflasyonun düşürülmesi ve dış borçlanmaya çözüm getirerek mali piyasalarda istikrarın sağlanması hedeflenmiştir. Ancak her ikisinde de istenilene ulaşamamıştır. 1994 krizi Türkiye Cumhuriyeti'nin yaşadığı en kötü ekonomik krizlerinden biri olarak anılmaktadır.

1998 yılına gelindiğinde ise; Rusya da meydana gelen mali kriz ülkemizi uluslararası finans dünyasında riskli konuma düşürmüştür ve buna bağlı olarak piyasalarımızdan hızlı yabancı sermaye çıkışını tetiklemiştir. Ekonominin girdiği dar boğazdan çıkabilmesi için IMF ile Stand- By antlaşması yapılmış ve bu anlaşma ile uygulanan ekonomik program piyasalarda ılımlı iyileşmeleri beraberinde getirmiştir. Ancak 1999 yılında meydana gelen Marmara depremi ile ülke ekonomisi önemli kan kaybı yaşamış ve ciddi bir ekonomik kriz içerisinde kendini bulmuştur.

Türkiye, 1999 yılına geldiğinde, döviz sıkı para ve maliye politikalarıyla birlikte bir çıpa olarak kullanıştır. Bunun sebebi ise kamu iç borçlanmasında reel faiz haddinin %34'lere ulaşması gösterilmiştir. Döviz çıpa olarak kullanarak kur politikalarıyla enflasyon sorununu çözmeye çalışmıştır. Ancak yaşanan krizden sonra yabancı sermayeyi çekmek için yüksek faiz uygulamasının yapılması borçlanmanın artmasını daha da artırmıştır. Tüm bu olumsuz sebeplerden ötürü Merkez Bankası yeni bir düzenleme getirerek 2000'li yıllara yeni bir ekonomik disiplinle girmiştir. Yeni oluşturulan kur politikası ile 2000 yılı ve 2001 yılının ilk yarısını içine alan süreç de öncelikle enflasyon hedefine yönelik kur sepeti oluşturulmuş ve bu sürecin devamında ikinci bir 18 aylık süreç de ise; kademeli olarak genişleyen bir şekilde yürütülmesi planlanmıştır.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Hasan Kösebalan, *Türk Dış Politikası: İslam, Milliyetçilik ve Küreselleşme*, Çev. Hüsamettin İnaç, 1.b. Ankara: Big Bang Yayınları, 2014, ss. 237-277

Yukarıda anlattığımız 1980 öncesi ve sonrası dönemin özellikle Türkiye ekonomisi için dönüm noktası diye adlandırdığımız 1980 dönemi ve sonrası özetle 2000’li yıllara gelene dek; ekonomi politikalarında yaşanan değişimler, ekonomi dengelerinin bozulmasına, istenilen üretim seviyesine yetişememekle birlikte üretim olanaklarını etkin şekilde kullanılmamasına, üretkenlik kapasitesinin önemli darboğazlara girmesinin önüne geçememiştir. 1980 sonrasında hedeflenen ihracata dayalı büyüme politikası yeni üretim politikalarıyla desteklenmediği için kısa dönemli ve verimsiz alanlara yatırımların yapılmasına sebebiyet vermiştir. Popüler ve spekülâtif etkinliklere kaynaklar aktarılmıştır.

Türkiye ekonomisinin temel sorunu olan; fiyat dengesizlikleri, kamu borçları, dış açık gibi kısa ve orta dönemli sorunlarına kalıcı çözümler üretememiştir.<sup>19</sup> Uzun vadede bu sorunlar alt yapıları halledilemediği için her an gün yüzüne çıkacak şekilde saklanmaktadır.

2000 yılına gelindiğinde ise; artık ülkemizi ekonomik açıdan yepyeni bir dönem beklemektedir. Bu süreci aşağıda yeni bir başlık altında incelenecektir.

### **1.2.2. 2000 ve Sonrası Dönem**

Türkiye ekonomisi 2000’li yıllara birbiri ardına yaşayacağı Türkiye Cumhuriyeti’nin en önemli krizi olarak adlandırılacak Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizleriyle giriş yapmıştır. Bu krizlerin temelini ise 1990’lı yıllarda yaşanan hem iç hem dış piyasalarda meydana gelen olumsuzluklar hazırlamıştır. Krizlerin alt yapısı olarak sadece ekonomik göstergeler ele alınmamalıdır. Siyasi yapıda meydana gelen istikrarsızlık özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde derin bağlar kurmaktadır. 2000 krizinin temeli de işte bu şekilde oluşmuştur. 1999 yılında meydana gelen Marmara depremi ve ülkede siyasi yapının istikrarsızlığından doğan ekonomik bozukluklar; IMF öncülüğünde hazırlanan dez-enflasyon programı 1999 yılının sonlarına doğru yürürlüğe girmiştir. Ancak istenilen etkiyi piyasalarda

---

<sup>19</sup> Kazgan, a.g.e. ss.303-334

gösterememesinin sonucu olarak Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizlerinin tetikleyicisi ve bu krizlerin zemin hazırlayıcısı olmuştur.<sup>20</sup>

Kasım 2000 krizinden önce krizin ayak sesleri duyulmuş olmasına rağmen, gerekli önlemler alınamamış ve Kasım 2000'e gelindiğinde biriken tüm problemler ard arda baş kaldırmıştır. Bu problemler; Türk lirasının fazla değerlenmesi, yüksek enflasyon oranları, piyasalarda likidite azlığı, artan cari işlem açığı, Merkez Bankasında döviz rezervlerinin azalması ve kamu mallarının özelleştirmesinde yaşanan sorunlar olarak ortaya çıkmıştır.

Türk ekonomisinin yapısal problemlerinin aynı anda sorun çıkarması ve bunlar için gereken düzenlemelerin zamanında yapılamamasıyla Kasım ayı içerisinde enflasyon oranının beklenenin üzerinde çıkması ve iktisadi beklentilerin olumsuz yönde olmasıyla uygulanan ekonomik programa güven azalmış ve programın sekteye uğramasına sebep olmuştur. Bunlarla birlikte ülke ekonomisi; yüksek enflasyon, yüksek faiz, kamu açığı ve borçları gibi ağır problemlerle büyük bir krizin içine girmiştir.<sup>21</sup>

Tarih 22 Kasım 2000'i gösterdiğinde Türkiye belki de tarihinin en derin krizlerinden olan bir finansal krize girmişti. Bankalar arası piyasada gecelik borçlanma faizi %200 'ün üzerine çıkmıştı. Merkez bankası döviz rezervlerini yaklaşık dörtte birini iki haftalık bir sürede kaybetti. (brüt rezerv 24.4 milyar dolardan 18.9 milyar dolara geriledi.) Bu duruma sebep olan; uluslararası piyasalardan kaynaklanan bir spekülasyon atak<sup>22</sup> ve iç piyasalarda meydana gelen sabitlenmiş kur sistemiyle birlikte Merkez Bankası'nın borç veren son mercii fonksiyonunun ortadan kaldırılması olmuştur. Kriz artık kontrol edilebilir olmaktan çıkmıştır. Merkez Bankası bu gerçekleşen durumdan sonra piyasayı kontrol edebilmek için kullandığı en önemli işlemlerinden olan açık piyasa işlemleriyle (APİ) piyasalara müdahale edemez hale gelmiştir. Bu durumda bankacılık sektöründe yeterli döviz fazlasının oluşmasına engel olmasına, artan cari açıkla piyasalarda oluşan güvensizliğin panik havasına dönüştürmüştür. Tüm bu

---

<sup>20</sup> Metin Bayrak, Osman Cenk Kanca, "Türkiye'de 1970-2001 Yılları Arasında Oluşan Ekonomik ve Siyasi Gelişmelerin Seyri", *Akademik Bakış Dergisi E-Dergi*, S.35, (2013), s. 12, <http://www.akademikbakis.org>, (10.01.18)

<sup>21</sup> Emine Fırat, "Türkiye'de 1980 Sonrası Yaşanan Üç Büyük Kriz ve Sonuçlarının Ekonomi Politikası", *S.Ü.İ.B.F. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, s.510,

<sup>22</sup> Ali Alp, Fuat Oğuz, *Yeni Finansal Düzen: Krizlerin Sonu mu?*, İstanbul: Doğan Kitap, 2001, s.281.

faktörler bir araya geldiğinde Kasım 2000 de Türkiye ekonomisi, tarihinin en büyük likitide krizine sürüklemiştir.

Hükümet, oluşan krizin etkilerinin azaltılabilmesi için, para politikasında değişikliğe giderek net iç varlıklardaki taban değer uygulamasına son vermiştir. Bunun yanında 7.5 milyar IMF kredisi kullanmıştır. Ancak tüm bunlar yeteri kadar piyasaları iyileştirememiş ve sorunları çözememiştir. Merkez bankasının ve hükümetin yeni bir atak karşısında yapabilecekleri daha da sınırlı hale gelmiştir.

19 Şubat 2001'e gelindiğinde ise; siyasi faktörlerinde etkisiyle yeni bir spekülasyon atak başlamıştır ve bu kez ortaya döviz krizi çıkmıştır. 21 Şubat 2001 krizinin temelinde cari işlemler açığının çok yüksek oranda gerçekleşmesi yatmaktadır. 2000-2001 yılı krizlerinin ardı ardına bağlayan ve zemini hazırlayan faktörler; TL'nin aşırı değer kazanması, cari işlemler açığının kritik seviyeyi geçmesi, mali sektör içinde yaşanan sermaye eksikliği, kamu bankalarının yaşadığı zararlar, banka- reel sektör-kamunun açık pozisyonlar vermesi ve tüm bu unsurların sonucu olarak mali sektörde kar ve faiz riskinin üst düzeylerde artmış olmasıdır.<sup>23</sup> 21 Şubat tarihine gelindiğinde bankalar arası para piyasalarında gecelik faiz oranı %6200'e kadar çıkmıştır. Merkez Bankası gerçekleşen bu durumdan ötürü rezerv kaybı yaşamıştır. 16 Şubat'ta 27,94 milyar dolar rezervi var iken; 23 Şubat'ta 2.58 milyar dolara gerilemiştir. Bu gelişmelerden sonra iç piyasada döviz talebi yüksek oranda arttığı için, TCMB 21 Şubat'ta dalgalı kur sistemine geçildiğini açıklamıştır. Ancak bu durumdan sonra da döviz kur artışı durdurulamamış 10 gün içerisinde %40 oranında artış gerçekleşmiştir.

Yaşanan 2001 Şubat krizi döneminde ülkenin 28 milyar dolar olan döviz rezervi Mayıs 2001'de 18 milyar dolara gerilemiştir. İç borç faiz ödemeleri/GSMH oranı %2 civarından % 22' ye kadar artmıştır. İç borç stokunun/GSM oranı ise %68 e kadar çıkmıştır. Faizlerde meydana gelen bu yüksek artış, özel ve kamu bankalarında mali yapı bozukluğuna sebep olmuş ve uygulanan programa güven sıfırlanma noktasına gelmiştir. Bankalar likititeye olan ihtiyacın gittikçe artması, bankaları da ödeme

---

<sup>23</sup> Zeynep Karaçor, "Öğrenen Ekonomi Türkiye: Kasım 2000 –Şubat 2001 Krizinin Öğrettikleri, *Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ss.386-388,

yapamaz duruma getirmiş ve Şubat ayında meydana gelen döviz krizini tekrar ortaya çıkarmıştır.<sup>24</sup>

Kasım 2000 krizinde ek önlemler alınmasına rağmen Şubat 2001 krizinde piyasalar daha büyük bir şok yaşamışlar ve tüm dengeler bozulmuştur. Bu gerçekleşen krizden sonra bankacılık sektöründe köklü bir yapılandırılmaya gidilmesinin gerekliliği ortaya çıkmış bunun içinde çeşitli finansal yapılandırmalar gerçekleştirilmiştir. Öncelikle mali yapısında bozulan ve zayıf olan bankaların 2001 yılı sonuna kadar sermaye yeterliliği rasyosunun %8'e kadar yükselmesi için anlaşılmıştır. Bankalardan artık günlük kur bilgileri alınacaktır. TCMB, TL cinsinden mevduatlar için ayrılan munzam karşılıklara piyasa oranları üzerinden faiz ödeyerek bankaların kaynak maliyetlerini düşürme anlaşmasını kabul etmiştir.<sup>25</sup>

Bu krizler benzer alt yapıya sahip oluşlarıyla ikiz kriz (twin crisses) karakterine dönüşmüşlerdir. Bu iki ciddi krizin çok yakın tarihlerde gerçekleşmesi ve ciddi olarak bir çözüm getirilemediğinin görülmesi üzerine "Enflasyonu Düşürme Programı" terk edilerek, "Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı" uygulanmaya konulmuştur.

Türkiye, ekonomide uyguladığı "Enflasyonu Düşürme Programı" ile tüm aldığı önlemlere karşın başarılı olamadığını görünce IMF ile bir kez daha masaya oturmuştur ve diğer stand by anlaşmalarını devamı niteliğinde 14 Nisan ve 15 Mayıs tarihlerinde IMF öncülüğünde ve denetiminde iki aşamada yeni bir istikrar programını yürürlüğe koymuştur. İlk önce "Ulusal Program" olarak adlandırılan bu program sonra "Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı"(GEGP) olarak adlandırılmıştır. Bu programın alt yapısı; piyasalarda yaşanan güven bunalımını ve istikrarsızlığı hızlıca çözümlenerek ve bu durumun bir daha ortaya çıkmaması için kalıcı bir kamu ve ekonomik yönetimin kurulmasını sağlayacak yapının oluşturulması olmuştur.

Programın hedefi; ekonomi ve siyasetin birbirinden ayrıştırılması ve devletin temel fonksiyonlarının esas itibarıyla "adalet", "eğitim", "denetim" ve "sağlık" gibi kamu hizmetleriyle sınırlanacak bir düzen kurmaktır. Bu amaca yönelik olarak programın temel hedefi "sürdürülemez boyutlara" ulaşan kamu borçlarına sebep olan

---

<sup>24</sup>Bayrak, Kanca, "Türkiye'de 1970-2001 Yılları Arasında Oluşan Ekonomik ve Siyasi Gelişmelerin Seyri", s. 13,

<sup>25</sup> Emine Fırat, "Türkiye'de 1980 Sonrası Yaşanan Üç Büyük Kriz ve Sonuçlarının Ekonomi Politikası", ss. 511-513,

“borç dinamiğini” sonlandırarak, Türk ekonomisinin kendi kendine yetebilecek ve dış finans kaynaklarına ihtiyaç duymadan ekonomik yapısını ayakta tutabilecek sürdürülebilir bir iktisadi sistemin oluşturulmasıdır. Bu program ayrıca Türk ekonomisinin yapısal problemlerini çözümlenerek bunlara yönelik hedefler belirlemiştir. Bunlar; yapısal reformların gerçekleştirilmesini sağlamak, yapısal reformların yanında para ve bütçe politikalarının zaman zaman yeniden değerlendirilerek dönem şartlarına uygun önlemler almayı öngörmektedir. Bunlar; yabancı sermayenin girişini artırmak, muhasebe yapısı ve vergi reformunu gerçekleştirmek, faiz dışı fazlasının artırılmasına yönelik çalışmalar ve kağıt ihracının artırılması gibi çalışmaları kapsamaktadır.

Bunların ötesinde bu program uzun vadeli bir süreci kapsamaktadır. 2001-2023 dönemli gelişme stratejisinin temel amacını oluşturmaktadır. Bu program çerçevesindeki hedeflerden biride enflasyonla mücadeleyi tam olarak bırakmadan ideal seviyelere indirip ve o seviyelerde kalmasını sağlayacak maliye ve para politikaları oluşturulmasıdır. Programın hedeflerine ulaşmasının temel şartı; makro ekonomik dengelerin kurularak, uzun dönemli yapısal ve mali istikrarı tesis etmek olmuştur.<sup>26</sup>

Türkiye Cumhuriyet’i, 2001 krizi sonrası yeni bir yapılanmaya gitmiştir. Ekonomik açıdan çok yıpranmış olması bu sonucu doğurmuştur. “Güçlü Ekonomiye Geçiş Program”ını bu sürecin en önemli ve başlangıç adımı olarak sayabiliriz. 2002 yılına gelindiğinde ekonomik yapının yanında siyasi yapıda da önemli değişiklikler yaşanmıştır. Kasım 2002 de gerçekleşen erken seçimle Adalet ve Kalkınma Partisi tek başına iktidara gelerek uzun süredir parlamentoda var olmayan istikrarı sağlamayı başarmıştır. Bir partinin iktidara tek başına gelişi dönüm noktası niteliğinde olmuştur. Bu da alınan ekonomik kararlardan kısa dönemlerde vazgeçilmeyeceğinin ve uygulanabilirliğinin uzun vadeli olacağı kanaatine vardığıdır. Bu durum güven olarak algılandı ve uzun vadede olumlu yanıt verdi. AKP hükümeti GEGP programını aksatmadan uyguladı ve AB’ye tam üyelik için öne sürülen; sosyal, ekonomik ve politik uyum yasalarını da çıkarmayı başarmıştır.

2002 yılından itibaren kendini hem siyasi hem ekonomik yönden yenileyen ve önemli adımlar atan Türkiye ekonomisi, 2003 yılı itibariyle küresel eğilimlerin yukarı

---

<sup>26</sup> Alp, Oğuz, *a.g.e.*, s.299.

doğru yönde olmasını kullanarak güçlü bir büyüme sürecine sokmuştur. Makro ekonomik açıdan istikrarın iniş çıkışını durduracak, ekonomiyi esnek hale getirecek, etkin ve üretken bir yapıya kavuşturacak yapısal reformlarla birlikte uygulamaya konulan sıkı para ve maliye politikaları uygulamaya konmuştur.<sup>27</sup> Bu da istenilen sonucu doğurarak piyasalarda, istikrar ve güveni büyük ölçüde sağlamıştır. 2002 -2007 yılları arasında dış talebin genişlemesi ile ihracatın yükselmesi sağlanmıştır. Aynı zamanda, üretim artırılarak yüksek oranlı gelir elde edilmiş, enflasyon düşme eğilimine geçmiştir. TL'den altı sıfır atılmış, mali disiplin göreceli de olsa sağlanmıştır. Özellikle bankacılık sektöründe gerçekleştirilen reform niteliğindeki yeni yapılandırmalarla Türkiye finans sektörünün gücü ve etkinliği üst noktalara taşınmıştır. Türkiye'nin güçlü ekonomik performansını artırmasında bu dönemde gerçekleşen artan yabancı sermaye girişleri de büyük ölçüde desteklemiştir. Bu süre zarfında düşüşe geçen enflasyon hedeflendiği gibi tek haneli rakamlara indirilerek kontrol altına alınmış ve kamu net borcu sürdürülebilir seviyeye çekilmiştir.

Sonuç olarak; Türkiye ekonomisi 2002-2007 yılları arasında gerçekleştirilen reformlarla yol almıştır. Bu süreçte ekonomideki büyüme hızı %7 gibi bir değeri görerek, ortalama ihracat artışını %23'e çıkarmıştır. Ülke ekonomisi bu süre zarfında büyüme dönemlerinde cari açığını artırmış ve kriz öncesi dönemde oluşan küresel likitide bolluğu sayesinde finansman sorunu ile karşılaşılmamıştır.<sup>28</sup>

2008 yılına gelindiğinde, ABD merkezli tüm dünyayı az ya da çok etkileyecek bir ekonomik kriz ile karşı karşıya kalınmıştır. Büyük Buhrandan (1929 krizi) beri görülen en büyük şok olarak nitelendirilebilecek olan bu kriz, finansal sistemin merkezini oluşturan piyasaların ve kurumların ağır hasara uğramasına sebep olmuştur. Küresel kriz niteliğinde olan 2008 krizi; 2007 yılının Ağustos ayı içerisinde ABD'de baş göstermiştir. Ancak o dönem ABD Merkez Bankası (FED) ve ABD'li yetkilileri, özel teşebbüs ve bankalar olayı ciddiye almamışlardır. Bunun konut piyasasında meydana gelen ve kısa sürede toparlanabilecek küçük çaplı bir ekonomik şok olduğunu ifade ettiler. Adına da "mortgage" krizi dediler ve gereken önlemleri zamanında almadılar. Bu krizin bankaların ödenmeyen kredilerini kısa sürede toparlayacağını

---

<sup>27</sup> Fatih Acar, "Türkiye Ekonomisine Genel Bakış (2001-2013)",Ç.S.B.G. *Çalışma Dünyası Dergisi*, 2014, s.17.

<sup>28</sup>Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, *Ekonomik Rapor 2008*, <http://www.tobb.org.tr> , ss.15-16, (11.01.18)

düşünerek bir nevi geleceğe gözlerini kapattılar.<sup>29</sup> Ancak konut piyasasında ilk sinyallerini veren sorunlar erken çözüm oluşturulamadığı için kısa sürede diğer piyasalara da sıçradı ve küresel bir durum olmaya başladı. Bu durum öncelikle gelişmiş ülkelerde meydana geldi ve kısa süre içerisinde ekonomisi çokta sağlam temellere oturmayan gelişmekte olan ülkelere sirayet etti.

Mortgage olarak adlandırılan 2008 krizinin temellerini; piyasalarda bulunan likidite bolluğu ve bunun sonucunda finansal piyasalarda verilen ve hane halkına verilen özensiz krediler, aşırı menkul kıymetleştirme, derecelendirme kuruluşlarının faaliyetlerini yerine getirmedeki özensizlik, yetersizlik ve saydamlık dışı hareketler, düzenleyici ve denetleyici kuruluşların meydana gelen sorunlarda zamanında müdahale etmemesi oluşturmuştur.<sup>30</sup> Bu sıraladıklarımız bize gösteriyor ki bankacılık sisteminin yapısında büyük problemler oluşmuş ancak; krizi doğuran sebep sadece banka kuruluşlarının yaptığı hatalar veya hırsları olmamıştır, bunların yanında ekonominin içinde bulunduğu durgunluktan ötürü borç kullanmak teşvik edilerek bu eğilimden çıkılmaya çalışılmıştır. Esas sorun da buradan çıkmaktadır: Piyasaya bol miktarda borç para sürülerek ve spekülatif finansal varlık yatırımları olmaksızın büyüyemeyen bir ekonomik yapı meydana gelmiştir. Bu sebepler bu krizi diğer yaşanan krizlerden ayıran sebeplerden olmuştur.

Bu krizin diğer meydana gelen krizlerden ayıran diğer bir özellik ise oluşum şeklinin alışla gelmiş olandan farklı gerçekleşmiş olmasıdır. Bu krizin sorunu diğer krizlerde olduğu gibi piyasalarda likidite azlığı değildir. Piyasalarda yeterli miktarda likidite vardır. Ancak para sahipleri paralarını kullanmak noktasında çok istekli değillerdir. Çünkü paralarını geri alma noktasında belirsizlik gördükleri için paralarını kullandırmamaktadırlar. Diğer bir farkı ise talebi tetikleyen gelir değil borç olmuştur. Oluşan bu durumlar sadece finansal sektör içinde kısıtlı kalmamıştır. Dünya talebinin ve oluşan toplam talebinde üçte ikisinden fazlasına sahip olan ABD tüketimini kısmış olması piyasalarda büyük bir çöküntüye sebebiyet vermiştir.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> İbrahim Arıkan, *Tarih Ekonomiyi Ekonomi Tarihi Oluşturur*, 1.b.İstanbul: Arıkanlı Holding A.Ş., 2008, ss. 54-55

<sup>30</sup> Murat Birdal, *Bir Krizin Anatomisi*, 1.b., İstanbul: Kor Kitap, 2017, ss.92-97.

<sup>31</sup> Serdar Öztürk, Bekir Gövdere, “Küresel Finansal Kriz ve Türkiye Ekonomisine Etkileri”, *Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F.D. C.15, S.1 (2010)*, ss. 382-383.



Bu gelişmeler ışığında kriz dalga dalga tüm ülkelere yayılmıştır ve etkilenen ülkeler içinde ülkemiz de 2008'in son çeyreğinden itibaren yakından etkilenmiştir. Bu duruma sebebiyet veren problemler doğrudan iç dinamiklerimizden kaynaklanmasa da bu krizi derinden yaşayan piyasalarla dış ticaretimizin etkin bir şekilde sürdürülmesi, cari açığımızın finansmanına duyulan ihtiyacımızın bu bağlantılı ülkelere yapılan işlemlerle kapatılmaya çalışılmasıdır.

Bu krizin Türkiye ekonomisine etkileri en çok reel sektörde karşımıza çıkmıştır, finansal kaynaklı bir kriz olmasına rağmen. Türkiye'de GSYH büyüme oranları 2008 yılı içerisinde yavaşlama eğilimine girmiştir ve 2008 yılının son çeyreğinde ve 2009 yılının ilk çeyreğinde ekonomik faaliyetlerde oldukça sert bir düşüş meydana getirmiştir. 2009 yılı Türkiye ekonomisi için oldukça zor bir süreç olmuştur. Ancak 2001 krizinden sonra kamu maliyesi ve bankacılık sektörünün altyapısını temelden yapılandırarak gerçekleştirdiği reformların etkileriyle bu süreci ülkemiz ekonomisine teğet geçmiştir. Bunun yanında hükümet var olan krizin etkilerine de önlemler için 2008 2009 yılı içerisinde bazı önlemler almıştır. Bunlar: vergi destekleri uygulayarak reel sektörü canlı tutmaya çalışması, Varlık Barışı uygulamasını getirmesi, vergi borçlarının taksitler halinde ödenmesi kolaylığı, KDV ve ÖTV indirimlerinin yapılması, KOBİ'lere kurumlar vergisi muafiyetinin getirilmesi olarak sıralayabiliriz. Bunların yanı sıra istihdam desteklerinde bulunarak, artan işsizlik problemine de çözüm üretilmeye çalışılmıştır. Bu süreç de yatırım teşviklerinin uygulanması krizin atlatılması noktasında önemli bir paya sahip olmuştur.

2008 yılından sonra Türkiye ekonomisi ciddi bir bunalıma girmemiştir. Yurtdışı kaynaklı gerçekleşen olaylara uyguladığı siyasi ve ekonomik tedbirlerle eski dönemlere oranla etkilenme düzeyini düşürmüştür. Krizden hemen sonra piyasalar yabancı sermaye girişi sayesinde gerçekleşen rekor büyüme rakamlarına ulaşmıştır.

Kriz sonrası hazırlanan ve uygulanan program; iç Pazar olanaklarını daha etkin kullanmayı ve bunu da inşaat ve enerji sektörlerine dayandırmayı amaçlıyordu. Bu amacın yerine getirilebilmesi içinde makroekonomik çerçevede faiz oranlarının makul seviyelere indirilmesi gerekiyordu. Faizin düşürülmesinin başarılmasıyla birlikte piyasalarda kredi genişlemesi oluşmuştur ve bu durum da ekonomik büyümenin lokomotifini olmuştur. Bu süreçte özelleştirmenin de hız kazanması hem kamu

maliyetlerinin düşürülmesi açısından hem de özel sektör açısından oldukça olumlu sonuçlar vermiştir. Piyasalarda sermaye etkinliğini arttırmıştır.<sup>32</sup>

Kamu kurumları özertleştirilmiş veya özert kurumlar kurularak uluslar arası piyasalarda oluşabilecek dalgalanmalara karşı ekonomik yapı daha dayanıklı ve esnek hale getirilmiştir. En başta sermaye piyasaları yeniden düzenlenerek modern çağın anlayışına uygun şekle sokulmuştur, birçok bürokratik engel ya kaldırılmış, ya da asgarî ölçülere çekilmiştir. Bu gelişmeler yabancı yatırımcılar açısından güveni artırıcı etken olmuştur ve son yıllarda yabancı yatırımcı çekme potansiyeli artmıştır. Bu noktada; Türkiye ekonomisinin ekonomik şartlara uygun mali ve para politikaları uygulaması, güvenilir düzeyde makro-ekonomik stratejiler belirlemesi ve gerçekleştirilmesi, yüksek büyüme oranlarının elde edilmesi ve tüm yapısal reformlar Türkiye ekonomisine duyulan güveni arttırmıştır.

Son 10 yıllık sürecimize baktığımızda; gelişmiş düzeyde teknoloji alanında alt yapının oluştuğunu, enerji ve telekomünikasyon alanında önemli adımlar atıldığını, yurtiçi piyasamızın hacminin genişlediğini ve rekabetçi ve dinamik özel sektörümüzün oluştuğunu görmekteyiz.

Türkiye ekonomisi, Dünya Ekonomik Görünüm Raporu verilerine göre; 2017 yılı Nisan ayında, satın alma gücü paritesine (SGP) göre dünyanın 13. Ve Avrupa'nın 5. Büyük ekonomisi sıralamasına girmiştir. Bu veriler bize ülkemizin son dönemlerde ilerlediği yolu göstermektedir.<sup>33</sup>

Türk müteahhitlik sektörünün, dünya da en büyük 250 inşaat firması arasında 45 firması bulunmaktadır. Toplam 117 ülkede yaklaşık 344.7 milyar dolarlık 9 bin 50 projeye imza atmıştır.

117 ülkede, toplam değeri 344.7 milyar dolar olan 9 bin 18 projeye imza atmıştır. 2017 yılı itibariyle küresel ölçekte faaliyet gösteren dünyanın en büyük 250 inşaat firmasından 45'i Türk firmalarıdır. Yurt dışına yatırımlarımızda öncü bir rol oynamaya başlamıştır. Ülkenin ekonomik güven düzeyinin artması yurtdışında

---

<sup>32</sup> Ümit Akçay, "Küresel Krizin 2015Manzarası ve Türkiye Ekonomisi", *Heinrich Böll Stiftung Derneği Türkiye Temsilciliği*, <https://tr.boell.org/tr/2015>, 2015,(18.09.18)

<sup>33</sup> Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, *Türk Ekonomisinin Genel Görünümü*, <http://www.mfa.gov.tr> (20.01.18)

firmalarımızın iş sahalarını artırmasına ve güven tesis eden firmalar haline gelmesini sağlamıştır.

Ülkemiz turizme yaptığı yatırımlarla her geçen gün ülkeye giren turist sayısını artırmış ve dünyanın ilk 10 turizm ülkesi arasına girmeyi başarmıştır. Turizmde 2018 yılı içinde yaklaşık %29'luk artış yaşamıştır.2018 yılı Ocak- Ekim döneminde 41 milyondan fazla turist ülkemizi ziyaret etmiştir. Bu da ülkeye giren döviz miktarını artırarak cari açığa olumlu yönde bir gelişmenin öncülerinden olmuştur.

Ülkemiz ekonomisinde en büyük payı, sanayi almaktadır. Sanayi en verimli, en etkin kullanılan ve en dinamik sektördür. İhracatımızın yaklaşık olarak %90'lık bölümü sanayi ürünlerinden oluşmaktadır. Ülkemizde özellikle son dönemlerde sanayileşmeye verilen önemle birlikte daha önce dışarıdan ithal etmek durumunda olduğumuz mallar kendi ülkemizde üretilir konuma gelmiştir. Bu durum fabrika, üretim sahalarının sayısını artırmış bunun paralelinde de istihdam oranları artarak işsizlik oranlarına olumlu katkıda bulunmuştur. Birçok insana yeni iş sahaları oluşturmuş ve sanayinin gelişmesi ile birlikte yeni iş sahaları da meydana gelmiştir. Sanayileşmenin bir diğer faydası olarak da ülkemizde var olan zengin hammadde kaynaklarının değerlendirilip kullanılması olmuştur.

Ülkemiz tarımın fazla yapıldığı bir ülke olması sebebiyle sanayisini de tarıma dayalı olarak geliştirmiştir. Aynı zamanda ihraç edilen ürün yelpazesi genişlediği için ihracat hacmi artmış ve ekonomiye büyük katkılar sağlanmıştır.

Son yıllarda Türkiye sanayi ülkesi olma noktasında önemli kademeye gelmiştir.<sup>34</sup> Ancak sanayi alanındaki bu gelişmeler üretim potansiyeli yüksek olan ülkemiz için yeterli değildir. Ülkemizin son yıllarda büyüme rakamlarının giderek artması üretime bağlı olarak gerçekleşmediği görülmektedir. Hem tarım sanayisinde hem de ağır sanayi de üretime çok daha fazla önem verilip ülkemizin potansiyelinin kullanılarak artırılması gerekmektedir.

2016 yılında yaşadığı siyasi olumsuzluklar nedeniyle 2016 yılı büyümesi, ihracat ve turizm gelirleri beklenenin altında kalmasına rağmen 2017 yılında bu verilerin hepsi alınan önlemler ve siyasi problemlerin giderilmesiyle tekrar artışa geçmiştir. 2018 yılı ikinci yarısında ekonomik olarak döviz piyasalarında bir sarsıntı

---

<sup>34</sup> Ahmet İncekara, "Dünya ve Türkiye Ekonomisi", İktisadi Araştırmalar Vakfı, 2016, ss.26-29, <http://www.iav.org.tr> (12.04.18)

yaşansa da Merkez Bankasının ve hükümetin aldığı ekonomik tedbirler neticesinde problemlerin ateşi söndürülmüştür. Ancak ülkemiz halen sınırında gerçekleşen Suriye Savaşı ve Irak meselesi gibi sebeplerle çeşitli sıkıntılar yaşasa da ekonominin birçok alt dalında istikrarlı büyümesini devam ettirmektedir.

### 1.3. TÜRKİYE EKONOMİSİNDE ULUSLARARASI TİCARETTE İHRACAT

Türkiye Cumhuriyeti'nde Osmanlı Devleti'nin aksine genel olarak dış ticarete bir artış eğilimi olmuştur. Bu artış Cumhuriyetin ilk yıllarında çok daha az olmuş ancak 1980'li yıllardan sonra daha hızlı gelişme kaydetmiştir. Bu hızlı gelişmelerde uygulanan politikalarda ciddi değişikliklere gidilmesinin önemli katkısı vardır. 24 Ocak İstikrar Kararları bu politikalardan biridir. 1990'lı yıllarda gerçekleşen dış ticaret faaliyetleri; ithalat ve ihracat rakamlarının artması arasında bir paralellik yakalanmıştır. Bu süreç de Türkiye Dünya Ticaret Hükümlerini kabul etmiş ve AB ile Gümrük Birliğine girmiştir. Bu iki önemli olay bugün ki ihracat konumumuzu önemli derecede etkileyen iki önemli adım olmuştur.<sup>35</sup> Ülke ekonomisinin kalkınması açısından oldukça önemli bir kalem olan ihracat özellikle sanayi alanında büyük bir paya sahiptir. İhracatımızın %90'ına yakını sanayi alanında gerçekleştirilmektedir.

Ülkemizin dışa açılım sürecinde dönüm noktası olan 24 Ocak kararlarıyla dış ticaret yapısı değişen Türkiye ekonomisi,1990'lı yıllarda yaşadığı kriz dönemleriyle zaman zaman yavaşlama yaşasa da dönem şartlarına uygun olarak en büyük atılım rakamlarını o dönemlerde gerçekleştirmiştir. 1990'lı yılların sonlarına doğru ihracata verilen önem arttırılmış ve bu noktada çalışmalar yoğunlaşmıştır. Ancak 1999 Marmara depremi ülkenin sanayisinin can damarının olduğu bölgede; Kocaeli, İstanbul, Bursa, Düzce gibi şehirlerini büyük oranda etkilemesiyle sekteye uğratmıştır. Ardından yaşanan 2000 ve 2001 krizi ülke ekonomisini derinden sarsmıştır. Ancak 2001 krizinden sonra yapılan kalıcı reformlar ve sağlanan siyasi istikrar sayesinde ekonomi yukarı doğru ivme kazanmıştır. Ekonominin, bu olumlu gidişatı ihracat kalemini de

---

<sup>35</sup> Aykut Bedük, Mehmet İnce, "Türkiye'de İhracatın Geliştirilmesinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Önemi", *S.Ü.İ.İ.B.F.D., C.6., S.23. (2003), ss.170-172*

oldukça pozitif etkileyerek, ihracatta yapılan sektör ve kalem sayısını artırarak ithalatı karşılama sürecine girip, dönem dönem geçmiştir.

Günümüzde ihracat, ülke ekonomisi ve kuruluşlar açısından önemli rol oynamaktadır. İhracat, her ülke ekonomisi içinde büyüme ve kalkınması açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu yüzden günümüzde gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde, küçük, orta ve büyük ekonomilerde hatta küçük, orta ve büyük işletmelerde bile ihracat gerçekleştirilmektedir. Ülkemizde de özellikle son 15 yıldır küçük ve orta ölçekli şirketlerde ihracat faaliyetleri giderek artmaktadır.

Özellikle bazı sektörlerde ihracatı KOBİ olarak adlandırılan işletmeler gerçekleştirmektedir. KOBİ'lerin büyük işletmelere oranla ihracatta daha şanslı ve başarılı olduğu söylenebilir bunun en büyük sebebi de büyük işletmelere oranla daha esnek yapıya sahip olmalarıdır. Tabi bu özelliklerini profesyonellikle birleştirmeleri gerekmektedir.

Ülkemizde de ihracatın artırılması ve sektörel olarak çoğalması amacıyla çeşitli adımlar atılmaktadır ve bu konuda devlet eliyle önemli çalışmalar yapılmaktadır. Bunlar; ilgili bakanlık ve kuruluşlar aracılığıyla teşvik programları hazırlamak ve bu hususta hem ülke içi piyasaları hazırlamak hem de uluslararası piyasalara uyum sağlayacak çalışmalar yapmaktır. Bu çalışmalar arasında bölge ihracat birliklerinin oluşturulması ve hızla kurumsallaştırılarak çalışma niteliklerinin artırılması, Ticaret ve Sanayi Odaları aracılığıyla ihracata yönelik raporlar oluşturularak sektörlerin bilgilendirilmesi, avantaj ve dezavantajların tespit edilmesi, ülkeler arası yapılan antlaşmalar ile yeni pazarların oluşturulması, ihracat faaliyetinde bulunan işletmelere teşvik verilmesi, kredi kullanımında ve vergilerde ödeme kolaylıklarının oluşturulması ülkemizde ihracata verilen önemi göstermektedir.

Ülkemiz geçmiş dönemlerde uzun yıllar ve halen dönem dönem cari açıkla uğraşan bir ülke olmuştur. Döviz kaynağı açısından ihracat, ülke ekonomisinin kalkınmasında ve istikrarında önemli bir kalem olarak yerini almaktadır. Tüm bunlarda göstermektedir ki; ülkemizin dış ticarete dinamik taşı ihracattır.

Ülkemizde gerçekleştirilen dış ticaret faaliyetlerinin verilerini incelersek; Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İstatistik Kurumunun dış ticaret verilerine göre; ihracat 2018 yılında, 2017 yılının göre % 7 artarak 167.921 dolar olarak

gerçekleştirilmiştir.<sup>36</sup>. Aşağıdaki tablomuzda ise yıllara göre ihracat değişimi incelenmiştir.

**TABLO:1 1Yıllara Göre İhracat Verileri milyon (\$)**

Yıllar	İhracat değeri \$
2018	167.921
2017	157.000
2016	142.529
2015	143.838
2014	157.610
2013	151.802
2012	152.461
2011	134.906
2010	113.883
2009	102.142
2008	132.027
2007	107.271
2000	27.774
1990	12.959
1980	2.910
1970	588.476
1960	320.731

**Kaynak:** Ekonomi Bakanlığı, TUIK

2018 yılı itibariyle en çok ihracat yaptığımız ülke Almanya olmuştur. Almanya'ya yapılan ihracat 2018 Mart ayında 1 milyar 511 milyon dolar olurken, bu ülkeyi sırasıyla 1 milyar 45 milyon dolar ile İngiltere, 961 milyon dolar ile İtalya ve 738 milyon dolar ile Irak takip etmiştir. Buradan hareketle; en çok ihracat yaptığımız 10 ülkeyi aşağıda bir tablo yardımıyla 2015, 2016 ve 2017 yılının değeriyle inceleyeceğiz. Var olan ülkelere baktığımızda AB ülkeleri ile yoğun dış ticari ilişki içerisinde olduğumuzu görüyoruz. Geçmiş yıllarda neredeyse dış ilişkilerimiz sadece AB ülkeleri sınırlarında devam ederken yaklaşık son 15 yıl içerisinde pazar ağıımızı genişletip,

---

<sup>36</sup> Türkiye Cumhuriyeti Gümrük ve Ticaret Bakanlığı <http://risk.gtb.gov.tr/istatistikler/veri-bultenleri>, (20.06.2018)

Balkan ülkeleri, Türki ülkeler, Ortadoğu ülkeleri ve okyanus ötesi ülkelerle de bağlantı kurup ticari ilişkilerimizi geliştirdik.<sup>37</sup>

**TABLO:1 2 Türkiye'nin En Fazla İhracat Yaptığı 10 Ülke ( milyon \$)**

	2015	2016	2017
ÜLKELER	YILLIK	YILLIK	YILLIK
ALMANYA	13.417.033.186	14.004.847.979	15.119
İNGİLTERE	10.556.393.237	11.690.649.520	9.604
IRAK	8.549.966.625	7.640.286.761	3.259
İTALYA	6.887.398.874	7.583.077.087	8.473
ABD	6.395.841.688	6.627.393.551	8.654
FRANSA	5.845.032.377	6.024.261.559	6.584
B.A.E	4.681.255.355	5.406.223.535	9.184
İSPANYA	4.742.269.587	4.993.383.053	6.302
İRAN	3.663.759.780	4.968.851.481	3.407

<sup>37</sup> Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, *Türk Ekonomisinin Genel Görünümü*, <http://www.mfa.gov.tr> (20.06.18)

<b>HOLLANDA</b>	3.154.867.013	3.589.552.515	3.864
<b>TÜRKİYE GENEL İHRACATI</b>	<b>143.838.871.428</b>	142.606.247.403	157.000

**Kaynak:** Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi Başkanlığı

**TABLO:1 3 Türkiye de İhracat Yapılan Ürünler Sektör Bazında**

<b>SEKTÖRLER</b>		
<b>MADENCİLİK</b>	<b>TARIM</b>	<b>İMALAT SANAYİ</b>
Krom, Bakır, Bor, Civa, Manganez	Pamuk, Tütün, Sanayi bitkileri, İncir, Üzüm, Zeytin, Turunçgiller, Buğday, Arpa, Sebze ve Meyva, Canlı hayvan, Hayvan ürünleri, Su ürünleri	Dokuma ve Tekstil ürünleri, Bitkisel ve Hayvansal Yağlar, Unlu Mamuller, Plastik Maddeler, Orman Ürünleri, Kimyasal Maddeler, Demir Çelik Ürünleri, Madeni Eşya, Ev Eşyaları, Şeker, Lastik, Çimento

**Kaynak:** Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

Son olarak Türkiye de ihracat işleminin son 10 yıl içerisinde yıllara göre değişimini gösteren tabloyu inceleyerek en net şekilde ülke ekonomisindeki yerini görebiliriz.

#### 1.4. TÜRKİYE EKONOMİSİNDE ULUSLARARASI TİCARETTE İTHALAT

Yukarı da anlattığımız üzere ihracat bir ülkenin kalkınması ve büyümesi için hayati bir öneme sahiptir. Ancak ihracat yapılırken, ithalat ihracat dengesi de gözetilmelidir. Unutulmamalıdır ki; dış ticaret ilişkilerinin diğer tarafı olan ithalat, özellikle bizim gibi ekonomisi gelişmekte olan ve sanayi ürünlerinin üretiminde ham madde temininde ve/veya yan sanayi ürünlerinin temininde ithalattan faydalanan ülkeler



için oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Ülkemiz ekonomisinde ithalat kalemi, ihracat kaleminden daha büyük paya sahiptir. Bu nedenle ticarete gelirlerimiz giderlerimizden daha azdır. İthalatımızda da sanayi en fazla paya sahiptir. Türkiye’de ithalattan en az payı tarım almaktadır bunun sebebi de ülkemizde kendine yetebilecek düzeylerde tarım faaliyetlerinin gerçekleştirebilmesinden kaynaklanmaktadır. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İstatistik Kurumuyla birlikte hazırlanan dış ticaret verilerine göre; 2018 yılında 2017 yılına oranla ithalat işlemimiz %4.6 azalarak 223 milyar 047 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.<sup>38</sup>

**TABLO:1.4 Ülkemizin İthal Ettiği Başlıca Ürünler Sektör Bazında**

Sektörler		
Madencilik	Tarım	İmalat Sanayi
Ham petrol	Çay, Kahve, Muz, Pirinç, Kauçuk	Sanayi Hammaddeleri, İlaç, Boya, Madeni Yakıtlar, Q Yağlar, Suni Gübre

**Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı**

Sektör olarak ihracattan daha az kaleme sahip olsa da ithalat sektörü, sektörlerin aldığı paylar oldukça büyüktür.

TÜİK 2017 Ocak ayı verilerine göre; ara ham madde malları en büyük paya sahiptir, ithalat ürünleri içerisinde 11.886 değer ile ve bir önceki yıla göre %4 lük bir artış gözlenmektedir.

Ülkemizin başlıca ithalat işlemi gerçekleştirdiği ülkeler arasında en önemli paya sahip ülkeler; Çin, Almanya, Rusya, ABD, İtalya’dır.<sup>39</sup>Bu ülkeler baktığımızda sanayisi en güçlü ülkeler arasında oldukları dikkat çekmektedir. Bu durum da bizim sanayi alanında ara hammadde gereksinimi giderecek yatırımlara yönelip kendimize yetebilecek düzeye gelmemiz gerektiğini göstermektedir. Aşağıda ithalat yaptığımız ilk 10 ülkenin yer aldığı tablo da durumu daha iyi analiz edebiliriz.

<sup>38</sup> Türkiye Cumhuriyeti Gümrük ve Ticaret Bakanlığı <http://risk.gtb.gov.tr/istatistikler/veri-bultenleri>, (20.06.18)

<sup>39</sup> Türkiye İstatistik Kurumu [www.tuik.com.tr](http://www.tuik.com.tr), (21.06.18)

**TABLO:1. 5 Türkiye'nin En Fazla İthalat Yaptığı 10 Ülke ( Milyon \$)**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>ÜLKELER</b>	<b>YILLIK</b>	<b>YILLIK</b>	<b>YILLIK</b>
<b>ÇİN</b>	24.873	25.440.	23.370
<b>ALMANYA</b>	21.351	21.473	21.302
<b>RUSYA FEDERASYONU</b>	20.401	15.160	19.514
<b>ABD</b>	11.141	10.901	11.945
<b>İTALYA</b>	10.756	10.227	11.304
<b>FRANSA</b>	7.597	7.385	8.070
<b>GÜNEY KORE</b>	7.057	6.384	6.608
<b>HİNDİSTAN</b>	5.613	5.757	6.216
<b>İSPANYA</b>	5.588	5.678	6.373
<b>İNGİLTERE</b>	5.659.	5.374	6.548
<b>TÜRKİYE GENEL İTHALATI</b>	207.234	198.601	233.798

**Kaynak:** Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi Başkanlığı

Aşağıdaki tabloda ise; yıllara göre ithalat değerleri değişimi gösterilmiştir.

**TABLO:1. 6 Yıllara Göre İthalat Değişimi (\$ Milyon)**

<b>YILLAR</b>	<b>İthalat değeri \$</b>
2018	223.047
2017	233.798
2016	198.618
2015	207.234
2014	242.177
2013	251.661
2012	236.545
2011	240.281
2010	185.544
2009	140.928
2008	201.963
2007	170.062
2000	54.502
1990	22.302
1980	7.090
1970	947.604
1960	468.186

**Kaynak:** Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi Başkanlığı

## **2.TÜRKİYE EKONOMİSİNDE İNEGÖL'ÜN YERİ**

İnegöl, Bursa'nın güneydoğusunda ve Bursa şehir merkezine 47 km uzaklıkta olan önemli bir sanayi kentidir. TÜİK istatistiklerine göre Türkiye'nin 16. büyük sanayi merkezidir. Aynı zamanda günümüzde, büyük ve modern sanayi kenti olmasının yanı sıra Türkiye'deki birçok ilden büyüktür. İnegöl, Türkiye ekonomisine birçok ünlü mobilya markasını kazandırmış OSB (Organize Sanayi Bölgesi)'ne sahiptir. İnegöl Mobilyası; dünya çapında bilinen bir marka haline gelmiştir. İnegöl her ne kadar ilçe olsa da sahip olduğu coğrafi konumu, iklim şartları ve köklü tarihe sahip bir yerleşim yeri olması sebebiyle oldukça gözde ve birçok ilden gelişmiş bir yerleşim birimidir. Ekonomik anlamda birçok ilden gelişmiş bir yapıya sahiptir. Bunun sebebi de birçok iş koluna sahip olmasıdır. Bu sebeple özellikle Türkiye ekonomisinde işsizliğin sürekli arttığı bir dönemde işsizlik yaşanmayan nadir bölgedir ve bu da son zamanlarda çok fazla göç almasına sebep olmuştur.

İnegöl coğrafi ve iklim yapısının sağladığı imkanlarla birçok iş alanında faaliyet göstermektedir. Bu iş alanlarının başında ağaç işleri sanayisi ve tarım gelmektedir. Bu ikisi de halk için önemli geçim kaynağı konumundadır. Bunların yanında sanayi alanında; tekstil, otomotiv, yan sanayi ve diğer sanayi kolları da iş alanında bulunmaktadır. Tarım da ise; meyvecilik alanında çok fazla gelişmenin olduğu görülmektedir. İnegöl'de yöre halkının başlıca geçim kaynağı özellikle şeftali, armut, kiraz, elma ve çilektir. Son yıllarda ilçede meyve fidancılığına da önem verilerek gelişimi sağlanmıştır.

Tarım ürünleri ilçenin ihtiyacını karşıladığı gibi çevre il ve ilçelerle yurdun diğer bölgelerine de gönderilmektedir ve aynı zaman da ihracatı da yapılmaktadır. Orman kenarı ve orman içi köylerde ise çiftçinin gelir düzeyini yükseltmek için çilek, ahududu, kiraz, kestane, cevizcilik gibi tarım kolları ile hayvancılığın geliştirilmesi çalışması yapılarak ormanlara gelebilecek zararları en aza indirmek ve çevre köylülere geçim kaynakları oluşturulmaktadır. Aynı zamanda bölgede geniş çapta tarımı yapılan patates ve pancar sahalarında ikinci ürün olarak mısır, lahana, pırasa, karnabahar, gibi ürünlerin yetiştirilmesi de desteklenmektedir. Tarımın tamamen elverişsiz durumda olduğu köylerde ise hayvancılık desteklenmektedir. Tarım ve sanayi kollarına ek olarak turizmde önemli bir gelir kaynağıdır.

İnegöl, sahip olduğu ticari yaşamın ve kervan yollarının kilit noktası üzerinde yer alması nedeniyle İnegöl camileri, kervansarayları, hanları, hamamları, medreseleri, evleri ile hep mamur bir kent olarak anıla gelmiştir. Bu sebeple Osmanlıdan kalan birçok cami ve han a sahiptir. Ancak birçoğu yıkılarak aslına göre yeniden inşa edilmiştir.

İnegöl turizminin temel taşını ise Oylat Kaplıcaları oluşturur. Bunun yanı sıra Oylat Mağarası da önemli turizm alanıdır.<sup>40</sup>

İnegöl'de sanayi ve ticari faaliyetlerin başlangıcı, elde edilen eski ticari kayıtlara göre; 1904'te Hocaköy'de Ömer Bey ve arkadaşlarının kurduğu dokuma fabrikası ile başladığı söylenebilir. Daha sonra ise Cuma Mahallesi'nde Kasapzade

---

<sup>40</sup>İnegöl Tarihçesi, [www.inegol.bel.tr/inegol/inegoltarihi](http://www.inegol.bel.tr/inegol/inegoltarihi), (16.08.18).

Emin, Yenice Mahallesi'nde Ayazzade Efendi'ye ait tahin imalathanesi yanında Kemalpaşa Mahallesi'nde İsmail Zühtü Efendi'nin sandık imalathanesi ve Orhaniye Mahallesi'nde İlyas Usta'nın araba tekerleği başlığı imalathaneleri ile ticaret ve zanaat faaliyetleri devam etmiştir. 1927 yılında ise üç dokuma fabrikası, iki tahıl fabrikası, bir kereste fabrikası, iki tereyağı, yoğurt ve peynir imalathanesi, Romanya göçmeni Salih Anıl'ın mısır kırma makineleri ve yün tarakları ile bir de çorap ve fanila imalathaneleri kurularak ticari faaliyetlerin gelişmesi sürmüştür.

1927 yılında Ticaret Odası'nda 10 adet birinci sınıf, 15 adet ikinci sınıf, 60 adet üçüncü sınıf ve 285 adet dördüncü sınıf esnaf olmak üzere 370 üye kayıtlıdır. Ayrıca 102 adet de küçük esnaf ve zanaatkâr da tescil edilmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında dahi kendine yetecek düzeyde ticari faaliyetlerini devam ettiren İnegöl ilçesi, bu özelliğiyle ülke ekonomisinin içerisinde dönen çarkın bir parçası olmuştur. Zaman geçtikçe ülke ekonomisinin gelişmesine paralel olarak İnegöl ekonomisi de gelişmiştir. Özellikle ağaç işleri sanayisi alanında büyük ilerleme yaşamıştır. Ağaç işleri özellikle 1970'li yıllardan sonra tüm ülkede bilinmeye başlayan bir üretim merkezi haline gelmeye başlamıştır.

1990'lı yıllara gelindiğinde iç piyasada oldukça etkin bir rol oynamıştır. 1999 Marmara depreminden sonra iç piyasa da yaşanan talep eksikliğinden sonra kısa süreli bir durgunluk sürecine girmiş ve İnegöl sanayisinde etkin rol oynayan küçük ölçekli birçok firma kapanmış veya kapanma noktasına gelmiştir. Bu süreçte yeni pazar arayışıyla öncesinde çok az düzeyde yapılan yurtdışına ürün pazarlama başlamış ve böylece ihracat hız kazanmıştır. 2000 yılından sonra mobilyada büyük bir ihracat faaliyeti göze çarpmaktadır. İhracata bağlı olarak üretimde teknolojiye yenilikler, kalitede ve hedeflerde yükseliş, tasarımda ise modüler sistemler kendini hissettirmektedir. Yine 2000'li yıllardan itibaren mobilya sektöründe fabrikalaşma ve markalaşma faaliyetleri hız kazanmıştır. Bugün 4000 dönüme yakın kurulu alan üzerinde 3000 civarında iş yerinde üretilen mobilyaların çeşitleri ve modelleri oldukça zengindir.

Mobilya sanayisi; her zevk ve bütçeye uygun mobilya imalatı ile ülke ve dünya insanına hizmet vermektedir. <sup>41</sup> İnegöl Mobilyası iç pazar ve dünyada bir marka haline almıştır.

Mobilya sanayisinin gelişmesinin yanında faaliyetleri süren diğer sektörlerde gelişimini devam ettirmiş, tarımda yurtiçi piyasasının yanında ihracatta yapılmaya başlanmıştır. Meyve fidancılığında önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Tekstil ürünlerinin üretiminde de hem fabrika sayısı hem de istihdam edilen işçi sayısı artmaktadır.

İnegöl ekonomik yapısıyla ve sahip olduğu birden fazla iş koluyla Türkiye ekonomisinde önemli bir lokomotif görevini yerine getirmektedir.

## 2.1.İNEGÖL'ÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNE KATKISI

İnegöl'ün, Türkiye ekonomisi içerisinde önemli bir paya sahip olmasının birden fazla sebebi vardır. Birçok alanda katkı sağlamaktadır. Sağladığı katkılar ile Türkiye'de var olan birçok şehir ve büyük şehirden daha fazla ekonomiye katma değer kazandırmaktadır.

### 2.1.1.İş Kolu Çeşitliliği

İnegöl bir ilçe olmasına rağmen birden fazla iş kolu çeşitliliğine sahiptir. Bir sanayi kentidir. Birden fazla sanayi grubunda imalat gerçekleştirilmektedir. Bu iş sahaları organize sanayi bölgelerinde üretimlerini gerçekleştirmektedir. İnegöl'de bu sebeple birden fazla organize sanayi bölgesi bulunmaktadır. Birden fazla organize sanayi bölgesi olan nadir ilçelerdendir. Bu organize sanayi bölgeleri; İnegöl Organize Sanayi Bölgesi, İnegöl Ağaç İşleri İhtisas Sanayi Bölgesi ve Yenice Organize Sanayi bölgesidir.

İnegöl kentinde faaliyet gösteren sanayi kolları birden fazladır ve önemli sanayi kollarını içermektedir. Tekstil ürünlerinin imalatı, ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı, mobilya imalatı, gıda ürünleri imalatı, kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, diğer metalik olmayan mineral

---

<sup>41</sup> İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası Bilgi Hizmetleri ve Proje Müdürlüğü, *İnegöl Ekonomi Raporu 2018*, ss.44-53

ürünlerin imalatı (cam sanayi) kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı, diğer imalatlar olarak sınıflandırabiliriz. Bu faaliyette olan sanayi kollarının dış ticaretteki payları oldukça önemli yer kaplamaktadır. İnegöl kenti içerisinde gerçekleştirilen ihracatın %42'si mobilya sektörü tarafından gerçekleştirilmiş, %27'i ise tekstil sektörü tarafından gerçekleştirilmiştir. Buna karşın; 2018 yılında tekstil sektörü %44 oranında bir ithalat yaparken orman ürünleri %25 oranında bir ithalat gerçekleştirmiştir.

Sanayi kollarının yanında tarım da önemli iş alanlarından biridir. İnegöl ovası verimli bir tarım arazisidir. Aynı zamanda birden fazla çeşitli tarım ürünü yetiştirilmesine elverişlidir. Sulak arazi üzerinde var olan İnegöl ovası, mevsim özelliklerinden dolayı, birden fazla dönemde mahsulün yetiştirilmesine uygundur. İnegöl İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğünden alınan 2017 verilerine göre İnegöl'deki tarımsal üretimin toplam 689.094. milyon TL değerindedir. Tarım üretimi; sebze, meyve ve tahıl üretimi şeklinde üç türde yapılabilmektedir.<sup>42</sup> Aşağıda bu ürünlerin üretim çeşitlikleri ve üretim alanı ve üretim miktarları tablo şeklinde sunulmuştur.

**TABLO:1. 7 Üretilen Meyve ve Sebze Çeşit/Miktar**

ÜRÜN ADI/MEYVE	ÜRETİM ALANI	ÜRETİM(TON)
ARMUT	32.000	128.000
ŞEFTALİ	18.000	34.200
KİRAZ	14.000	18.200
ELMA	13.000	52.000
CEVİZ	24.000	13.200
ÇİLEK	3.600	7.200
ERİK	5.000	11.250
KESTANE	5.000	2.250
ÜZÜM(SOFRALIK)	2.300	3.450

---

<sup>42</sup> a.yer

**TABLO:1 8 Üretilen Sebze Çeşit/Miktar**

ÜRÜN ADI/ SEBZE	ÜRETİM ALANI	ÜRETİM(TON)
DOMATES/SALÇALIK	1500	8.250
DOMATES/SOFRALIK	700	2450
BİBER(SIVRI, ÇARLİSTON)	1000	1750
KABAK(BAL)	470	1175
KARPUZ	400	720
KAVUN	150	225
K.SOĞAN	500	1150
LAHANA(BEYAZ)	750	2250
PATLICAN	150	375
HIYAR	100	275

**TABLO:1 9 Üretilen Sebze Çeşit/Miktar**

ÜRÜN ADI/TAHİL	EKİM ALANI	ÜRETİM(TON)
BUĞDAY(EKMEKLİK)	60.000	30.000
ARPA	5000	2.338
YULAF(YEŞİL OT)	6300	2.678
AYÇİÇEĞİ(YAĞLIK)	22000	7.150
AYÇİÇEĞİ(ÇEREZLİK)	13300	5.655
YONCA (YEŞİL OT)	13000	26.000
FİĞ(YEŞİLOT)	4700	3.760
PATATES	10.600	34.450
MISIR(SİLAJ)	9400	51.700

Yukarıdaki tablolarda da incelediğimiz verilere göre tarım alanlarının ekim alanlarına oranla elde edilen üretim miktarı oldukça fazladır. Bu sonuçlarda bize tarım sektörünün İnegöl ekonomisinde katma değer oranının yüksekliğini göstermektedir.

Tarım sektörünün yanında hayvancılık da önemli bir iş alanıdır. Geniş meralara sahip olan İnegöl ve köyleri hayvancılık alanında önemli üretim yapmaktadır. Tarım ve Hayvancılık Müdürlünden alınan verilere göre İnegöl de 86.661.500 TL değerinde hayvansal üretim yapılmaktadır. Hayvansal üretim çeşitliliği aşağıda tablo halinde sunulmuştur.



**TABLO:1 10 Üretilen Hayvansal Ürün Çeşit/Miktar**

<b>HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	<b>ÜRETİM MİKTARI</b>
<b>KIRMIZI ET</b>	1.162.000 kg.
<b>SÜT</b>	16.000.000 lt.
<b>BAL</b>	105.000 kg.
<b>DERİ</b>	7.000 adet
<b>BAL MUMU</b>	1.500 kg.
<b>GÜBRE</b>	30.000ton
<b>YUMURTA</b>	70.000.000. adet

Sanayi ve tarımın yanında turizm de İnegöl'de var olan iş kollarındandır. İnegöl'ün antik dönemde adı; Ankedoma'dır. İlçenin sahip olduğu tarihi eserler Osmanlı döneminin eserleridir. İnegöl tarihi eserler tarafından zengin bir bölge olmasına rağmen bugüne dek fazla resmi kazı çalışması yapılmamıştır. Ancak bulunduğu jeopolitik konum ve yer altı kaynaklarının özellikleri sebebiyle kaplıca sularına sahiptir; bunun en önemlisi Oylat Kaplıcalarıdır. Özellikle sağlık turizminde önemli bir rol oynamaktadır. Oylat bölgesinde birçok otel ve motel yer almaktadır. Aynı zamanda sosyal tesisleri barındırmaktadır. Bunun yanında Oylat Mağarası ve doğal güzellikleri birçok yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir.

### **2.1.2. İstihdam Olanığı**

İnegöl ekonomisinde iş sahasının çokluğu beraberinde istihdam olanağını da beraberinde getirmiştir. İş sahasının fazlalığı sayesinde ilçe halkının dışında çevre ilçeler ve bölgelerden servis taşımacılığı yoluyla çok sayıda kişi ilçede faaliyet gösteren sanayi firmalarında ve tarım arazilerinde çalışabilmektedir. İlçede işsizlik yok denecek kadar azdır. Hatta mevcut durumda bölge de nitelikli personel eksikliği vardır. Mobilya sektöründe, Sosyal Güvenlik kurumundan alınan bilgilere göre yaklaşık 25.000 kişi istihdam edilebilmektedir. Bu oran Türkiye şartlarında oldukça önemli bir rakamdır. Aşağıda tabloda senelere göre işsizlik sayısı verilmiştir.

**TABLO:1 11 İşsiz Sayısı**

<b>YIL</b>	<b>İŞSİZ SAYISI</b>
<b>2010</b>	4812
<b>2011</b>	3665
<b>2012</b>	3665
<b>2013</b>	12330
<b>2014</b>	8234
<b>2015</b>	6906
<b>2016</b>	7161
<b>2017</b>	5789

### **2.1.3. Ucuz İş Gücü**

İnegöl ilçesi birçok ilçeden nüfus bakımından fazla olsa da iş sahası fazlalığı ve bu duruma bağlı olarak istihdam olanaklarının yüksekliği ve iklim şartlarının yaşam standartlarına uygun olması sebebiyle dışarıdan devamlı göç alır durumundadır. Bu sebeple iş gücü fazlalığı artmakta, böylece ucuz iş gücü olanakları artmaktadır.

### **2.1.4. Girdi Maliyeti Düşüklüğü**

İnegöl, ormanlık alanda yer aldığı için ağaç işleri sanayisi gelişiminde önemli rol oynamıştır. Bu sebeple ağaç işleri sanayisinde hammaddeye ulaşımında kolaylık sağlanmış ve ulaşım maliyetlerinin düşmesiyle birlikte girdi maliyetleri azalmıştır.

## **2.2. DIŞ TİCARETTE İNEGÖL**

İnegöl, Bursa ilinin bir ilçesi olmasına rağmen birçok ilden ekonomik açıdan büyük ve gelişmiş bir ilçedir. Bünyesinde birçok sektörü bulunduran güçlü sanayi kolları olan ve ülke ekonomisine katma değeri yüksek işler üreten ve istihdam noktasında önemli katkıları olan bir merkez denilebilir. Özellikle dış ticarete her yıl artan trendleri göze çarpmaktadır. 2018 yılında 671 firma ile 1.011. 66 milyar dolar ihracat, 41 firma ile de 320.0.43 milyon dolar ithalat gerçekleştirerek toplam dış ticaret

hacmini 1.191.222. milyar dolara çıkartmıştır. 2018 yılında İnegöl 691.619. milyon dolar dış ticaret fazlası vererek ülkemiz için model ekonomi şehri olma geleneğini sürdürmüştür.

Sektörel olarak incelediğimizde 2018 yılında en fazla ihracatın mobilya sektöründe olduğunu görmekteyiz. 2016 yılı öncesine kadar ihracatta tekstil sektörü öncü iken bu liderliği mobilya sektörüne kaptırmıştır. Aşağıda sektörel dağılımlarını ihracat ve ithalat başlıkları altında detaylı inceleyebiliriz.<sup>43</sup>

### 2.2.1. İnegöl'ün İhracat İçerisindeki Payı

Türkiye 2018 yılında toplam 67.921 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirmiş ve bunun 1.011.66 milyar'lık kısmını İnegöl tek başına gerçekleştirmiştir ve ülke ihracatında toplamda 0.60'lık bir pay sahibi olmuştur. Ülke ihracatında ilk 30 il arasında 21. Sırada yer almaktadır. Bu durumda göstermektedir ki İnegöl birçok ili gerisinde bırakmıştır. Ayrıca 1.331 milyar dolar dış ticaret hacmi oluşturmuş ve bu rakamla ilk 30 il arasında 22. sırada yer almıştır. Toplam dış ticaret fazlasında ise 610.964. milyon dolar değer ile iller sıralamasında 7. sırada yer almıştır.. Aşağıda İnegöl'ün bünyesinde faaliyet gösterdiği sektörlerin ihracat değerleri ve paylarını inceleyeceğiz.

**TABLO:1 12 2018 Yılı İnegöl'ün İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı ( milyon \$)**

SEKTÖR	İHRACAT DEĞERLERİ
MOBİLYA	424.505
TEKSTİL	270.425
ORMAN ÜRÜNLERİ	96.933
GIDA	71.540
DİĞER SEKTÖRLER	28.914

<sup>43</sup> İnegöl Marangozlar ve Mobilyacılar Odası, *İnegöl Mobilya Tarihi 2018*, <http://inmob.org.tr> (10.01.19)

<b>OTOMOTİV YAN SANAYİ</b>	53.718.923
<b>KİMYA</b>	48.881.419
<b>MAKİNE&amp;METAL</b>	16.276.978
<b>GENEL TOPLAM</b>	1.011.662.568

**Kaynak:** İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası

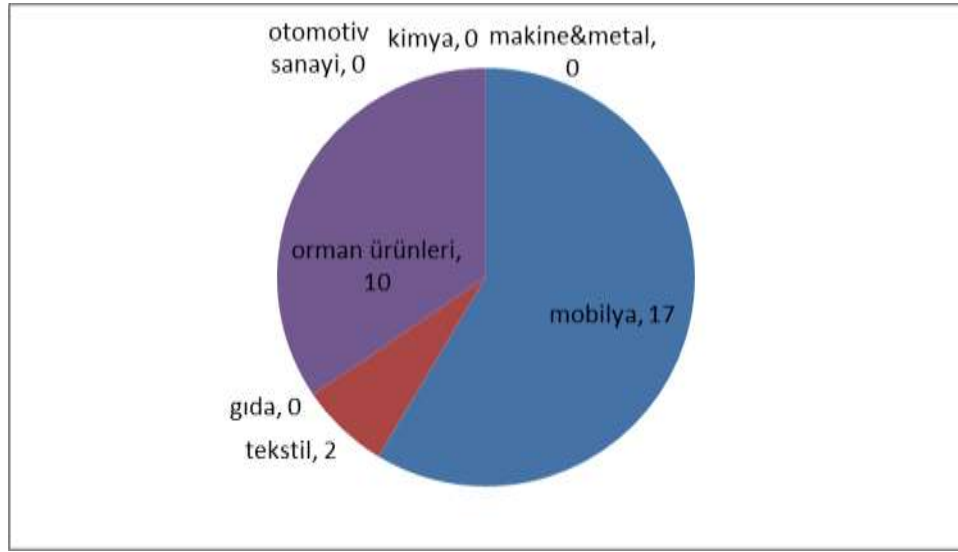
**TABLO:1 13 İnegöl'ün Sektörlere Göre İhracat Dağılımı 2017/2018 Yıllar Karşılaştırmalı (% ve Bin TL**

<b>İNEGÖL'ÜN SEKTÖRLERE GÖRE DAĞILIMI 2017/2018 KARŞILAŞTIRMALI</b>							
<b>İHRACAT SEKTÖR</b>	<b>FİRMA SAYISI</b>	<b>2017 YILI TOPLAMI</b>	<b>İNEGÖL İHRACATINDA PAYI</b>	<b>FİRMA SAYISI</b>	<b>2018 YILI TOPLAMI</b>	<b>İNEGÖL İHRACATIN DAKİ PAYI %</b>	<b>2017/2018 DEĞİŞİMİ %</b>
	2017	901.093		2018	\$1.011.662		12.27
<b>MOBİLYA</b>	606	378.505	%42.01	587	424.578	41.97	12.17
<b>TEKSTİL</b>	16	281.425	%31.23	17	270.618	26.75	-3.84
<b>GIDA</b>	9	55.540	%6.16	9	53.086	%6,84	29.58
<b>ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	13	76.933	%8.54	16	96.987	9.59	26.07
<b>OTOMOTİV YAN SANAYİ</b>	2	39.043	%4.33	2	53.718	5.31	37.59
<b>KİMYA</b>	7	10.881	%1.21	8	48.845	4.83	348.89
<b>DİĞER SEKTÖRLER</b>	16	50.485	%5.60	12	28.914	2.86	-42.73
<b>MAKİNE&amp;METAL</b>	19	8.276	%0.92	18	16.026	1.58	93.63
<b>TOPLAM FİRMA</b>	688			671	<b>FİRMA SAYISI DEĞİŞİMİ</b>		-2.47

**Kaynak:** İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası

Aşağıdaki tabloda ise İnegöl bölgesi içerisindeki sektörlerin yaptığı ihracat değerlerinin ülke ihracatındaki payları gösterilmiştir. Bu oranlara göre mobilya sektörü diğer birçok sektöre göre oldukça öndedir. %17'lik oranla ilk sırada gelmektedir. Mobilya sektörünü %10.13 oranıyla orman ürünleri sektörü takip etmektedir.

**Grafik:1. 1 İnegöl de Sektörlere Göre İhracat Payı 2017 (%)**



**Kaynak:** İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası

Bazı sektörler; gıda %0.52, otomotiv sanayi %0.68, kimya %0.14 ve makine&metal %0.04 gibi çok düşük paylara sahip olduğu için grafik de 0'a yuvarlanmıştır.

### 2.2.2. İnegöl'ün İthalat İçerisindeki Payı

Türkiye 2018 yılında toplam 223 milyar 47 milyon dolar değerinde ithalat gerçekleştirmiş ve bunun 320.043.452'lik kısmını İnegöl tek başına gerçekleştirmiştir. Ülke ithalatında ilk 30 il arasında 24. sırada yer almaktadır. Bu durum göstermektedir ki İnegöl birçok ili gerisinde bırakmıştır. Ayrıca 1.331.706 milyar dolar dış ticaret hacmi oluşturmuş ve bu rakamla ilk 30 il arasında 22. sırada yer almıştır. Toplam dış ticaret fazlasında ise 691.619. milyon dolar değer ile iller sıralamasında 7. sırada olmuştur.

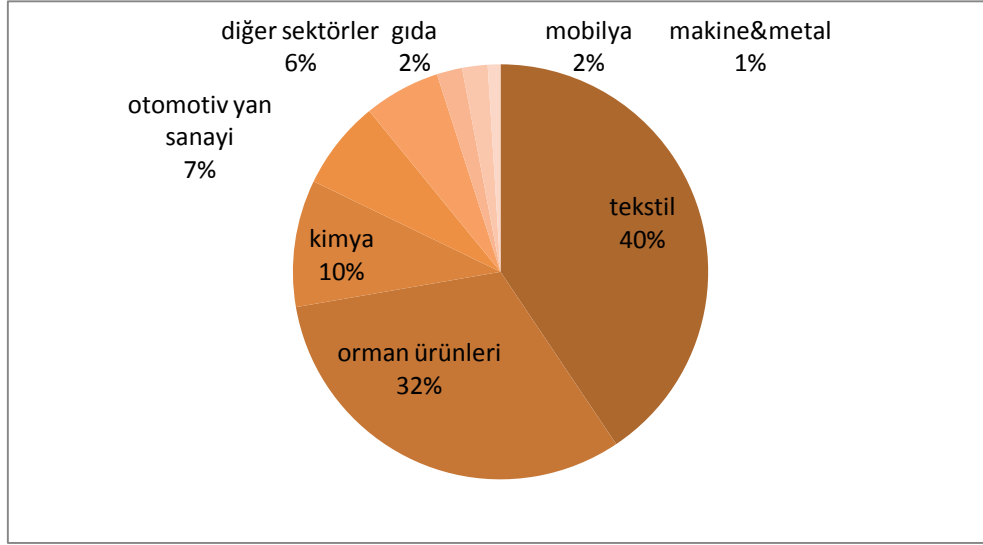
Aşağıda İnegöl'ün bünyesinde faaliyet gösterdiği sektörlerin ithalat değerleri ve paylarını inceleyeceğiz.

**TABLO:1 14 2018 Yılı İnegöl'ün İthalatının Sektörlere Göre Dağılımı (\$, Bin)**

<b>SEKTÖR</b>	<b>İTHALAT DEĞERİ</b>
<b>TEKSTİL</b>	140.615
<b>ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	78.579
<b>KİMYA</b>	62.399
<b>OTOMOTİV SANAYİ</b>	24.498
<b>DİĞER SEKTÖRLER</b>	5.364
<b>GIDA</b>	3.782
<b>MOBİLYA</b>	3.020
<b>MAKİNA&amp;METAL</b>	1.017
<b>GENEL TOPLAM</b>	320.043

Yukarıdaki tabloda gördüğümüz üzere İnegöl bölgesi en çok ithalatı tekstil sektöründe gerçekleştirmiştir. Onu takip eden sektör, orman ürünleri sektörü olmuştur. Mobilya sektörü ithalatta son sıralarda yer almaktadır. Bu sektörlerin toplam ithalat sektörü içerisinde aldıkları pay ise aşağıda grafikte gösterilmiştir.

**Grafik:1. 2 İnegöl de Sektörlere Göre İthalat Dağılımı 2017 (%)**



**TABLO:1 15 İnegöl'ün Sektörlere Göre Dağılımı 2017/2018 Yılları Karşılaştırmalı (% ve Bin TL)**

İNEGÖL'ÜN SEKTÖRLERE GÖRE İTHALATI 2017-2018 KARŞILAŞTIRMALI							
İTHALAT SEKTÖR	FİRM A SAYISI	2017 YIL TOPLAMI	İNEGÖL İTHALATIND AKİ PAY	FİRM A SAYISI	2018 YIL TOPLAMI	İNEGÖL İTHALATIND AKİ PAY %	2017/ 2016 DEĞİŞİM ORANI
	2017	290.129		2018	\$320.043		10.31
TEKSTİL	9	118.615.	40.88	12	140.863	44.01	18.76
ORMANÜRÜNLERİ	5	93.430	32.20	1	78.579	24.55	-15.90
KİMYA	3	30.399	10.48	5	62.373	19.49	105.18
OTOMOTİV SANAYİ	1	19.498	6.72	1	24.694	7.72	26.65
DİĞER SEKTÖRLER	6	17.364	5.98	5	5.058	1.58	-70.87
GIDA	5	4.782	1.65	6	3.770	1.18	-21.16
MOBİLYA	16	4.020	1.39	9	3.484	1.09	-13.35
MAKİNE& METAL	5	2.017	0.70	2	1.220	0.38	-39.52
TOPLAM FİRMA	50			41	FİRMA SAYISI ARTIŞI		-18

Yukarıdaki son tablomuzda da 2017 yılı ile 2016 yılını karşılaştırmalı olarak ithalat verilerini inceledik. Bu tablodan çıkardığımız verilere göre 2016/2017 yıllarında ki en önemli değişim oranı, 89.48 ile mobilya sektöründe meydana gelmiştir.

Bu bölüm boyunca Türkiye ekonomisini ve dış ticaret verilerini alt başlık şeklinde İnegöl bölgesinin ekonomisini inceledik. Elde ettiğimiz veriler ışığında söyleyebiliriz ki hem ülke ekonomisinde hem İnegöl ekonomisindeki payı ile dış ticaretimizde ihracat oranları ve yarattıkları katma değerler artmaktadır. Ancak bu oranlar yeterli düzeylerde değildir. Bu bölümün devamında ise, Dünya ekonomisi genelinden başlayarak Türkiye ekonomisinde ve İnegöl bölgesinde Mobilya Sektörü incelenecektir.



## İKİNCİ BÖLÜM

### DÜNYA TİCARETİNDE ve TÜRKİYE EKONOMİSİNDE MOBİLYA SEKTÖRÜ

#### 1. DÜNYA TİCARETİNDE MOBİLYA SEKTÖRÜ

Mobilya, günlük hayatımızın her alanında kullandığımız, hayatımızı kolaylaştırma adına vazgeçemeyeceğimiz objelerin başında gelmektedir. Mobilyayı; oturma, yatma, yemek yeme, seyahat etme, dinlenme, çalışma ve her türlü eşyanın yerleştirilmesi, korunması gibi birçok alanda ve sabit ve/veya taşınabilir eşyalar olarak nitelendirebiliriz.

Mobilya kelimesi, köken olarak İtalyanca "mobilia" kelimesinden gelmektedir. Mobilya, İngilizce furniture, Fransızca meuble veya mobilier, Almanca möble, İspanyolca muebles ve Rusça miyebel olarak telaffuz edilmektedir.

Mobilyalar; genel ana maddesi ağaç malzemelerden oluşturulmuş nesnelere olmak üzere ahşap, metal, plastik, sentetik, deri, kumaş, bambu, kamış, mermer, cam, taş veya bunların çeşitli karışımlarından (kompozit) imal edilmektedir. Mobilya tek tip şekilde üretilmemektedir ve bunları fonksiyonlarına göre sınıflandırabiliriz. Aşağıdaki şekilde bu sınıflandırma yapılmaktadır.<sup>44</sup>

- Yatak odası mobilyaları
- Mutfak mobilyaları
- Yemek odası ve oturma odası takımları
- Kütüphane, vitrin ve benzeri mobilyalar
- Büro mobilyaları
- Takım harici mobilyalar
- Oturmaya yönelik taşıt mobilyaları

---

<sup>44</sup> Dilek Şahin, "Türkiye'nin Mobilya Sektörü Dış Ticaret Yapısının Analizi", *Journal of Life Economics*, C.III, S.III, s.8,

Mobilyaları ayrıca;

- Kullanıcıya göre: Bireysel kullanıma yönelik-Toplu kullanıma yönelik
- Kullanım yerine göre: İç mekân mobilyaları-Dış mekân mobilyaları
- Stiline göre: Klasik, Rustik-Geleneksel, Modern, Çağdaş olarak da sınıflandırılabilir.<sup>45</sup>

Mobilya, yaşamımızda bir çok alanında olduğu için ekonomik anlamda da ticari yönü fazla olan eşyalar grubundadır. Bunun sonucunda dünyadaki ekonomik sektörler içerisinde önemli bir yere sahip olmuştur.<sup>46</sup>

Mobilya sektörü hem ana unsurları hem yardımcı ve yan unsurları ile birlikte yıllık ortalama 437 milyar dolarlık bir değer üretmektedir. Dünya mobilya üretiminin yaklaşık 150 milyar dolarlık bölümü gelişmiş ülkelerde tüketiciye arz edilirken, 70 milyar doları aşan bölümü uluslararası ticarete kendine yer edinmiştir. 2050 yılında mobilya pazarının 1 trilyon ABD dolarını geçeceği tahmin edilmektedir. Dünya genelinde yaklaşık 20 yıl öncesine kadar dünya mobilya üretiminde Avrupa üretimin merkezi iken, şimdilerde mobilya üretim ağırlığının Çin merkezli olmak üzere doğuya kaydığı görülmektedir. Mobilya üretiminde Çin açık ara önde olup, ABD, İtalya, Almanya dünya mobilya üretiminin yarısından fazlasını gerçekleştirmektedir. Diğer üreticiler olarak Japonya, Fransa, Kanada, İspanya ve Polonya'nın da dünya mobilya üretiminde önemli yere sahip olduğu görülmektedir.<sup>47</sup>

Mobilya sektörü gerek üretim, gerekse ithalat ve ihracat noktasında sürekli bir gelişme içerisinde. Mobilyanın geleceği artık insanların isteklerini ön planda tutan, ergonomik, fonksiyonel, kendine has çizgisi olan, estetik bir seyir göstermektedir. Artık müşterilerin isteklerini çabuk kavrayabilen, trendleri iyi takip edebilen, hızlı karar

---

<sup>45</sup> Tamer Kayacıklı, *Dünya da ve Türkiye de Mobilya Sektörü*, 1.b, İstanbul: İTO Yayınevi,2003,ss.7-9

<sup>46</sup>Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, *Mobilya Sektör Raporu 2016*, <http://www.turkishfurniture.org/TR> , (25.10.2017), s.7.

<sup>47</sup> Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, *TR72 Mobilya Sektör Raporu*,2016, <http://www.oran.org.tr> , (25.10.2017),s.10.

verebilen, termin süresi hızlı, ekonomik, kaliteli mobilyalar üreten firmalar gelecekte kendilerine yer bulabileceklerdir.<sup>48</sup>

Dünya mobilya sektörünün %35'i ev içi mobilya ve döşeme, ofis ve dış mekânlar için mobilya üreten üretici firmalardan oluşmaktadır. Bu alanda etkinlik gösteren dernek ve birlikler, fuarlar, ofisler ve sergiler %30'luk bir dilimi meydana getirmektedir. Aydınlatma ve aydınlatma malzemesi üreticileri ile birlikte ev eşyası üreticileri sektörde %27 oranında yer alırken; yardımcı malzeme, yarı mamul ve aksesuar üreticileri sektörde %6 oranında kendilerine yer bulmaktadır.<sup>49</sup>

Dünya genelinde mobilya sektörü kayda değer istihdam rakamlarına ulaşmaktadır. Yaklaşık son dönem istihdam oranı 260.000 kişi ile önemli bir çalışan kişi sayısına ulaşmıştır.

### 1.1. DÜNYA DIŞ TİCARETİNİN ÜLKELER İÇİN ÖNEMİ

İnsanlık tarihi boyunca oluşan insan topluluklarının birbiriyle iletişiminin artmasını sağlayan en önemli faktör birbirleri arasında yapmak zorunda oldukları ekonomik faaliyetler olmuştur. Ticaret adını verdiğimiz bu ekonomik süreç; en eski dönemlerden beri mevcuttur. Arkeolojik araştırmalar, ticaret hayatının toplumların kendi yaşamlarını sürdürmek için yaptıkları tarım faaliyetinden bile öncesine dayandığını göstermektedir<sup>50</sup>. Avrupa'da ticaretin izlerini Paleolitik dönemlerden itibaren görebildiğimizi tarihi kaynaklardan öğrenebilmekteyiz.<sup>51</sup> O süreçten günümüze devamlı gelişerek ilerleyen ekonomi günümüzdeki en genel tanımıyla; insan aktivitesi olarak üretim, ticaret, dağıtım ve tüketimden oluşan bir döngü olarak tanımlayabiliriz. İktisat sistem olarak; işgücünü, sermayeyi, doğal kaynakları, üretimi bir bütün halinde sarmal yapı içerisinde yoğrulmasını sağlar. Bu aktivitelerin tam anlamıyla gerçekleşebilmesi için, buldukları bölge içerisinde yoksun oldukları kaynakları elde

---

<sup>48</sup>Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, *Mobilya Sektör Raporu 2016*, <http://www.oaib.org.tr>, (25.10.2017), s.7.

<sup>49</sup>Güçgeldi Bashimov, "Mobilya Endüstrisi: Türkiye'nin Küresel Piyasadaki Karşılaştırmalı Üstünlüğü", Niğde: *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi Yenilik Dergisi*, C.4,S.2(2017),ss22-23

<sup>50</sup> R.E.Leakey, *The Making of Mankind*, New York, Dutton, 1981, p.212

<sup>51</sup> M.J.Herskovits., *Economic Anthropology, "a Study in Comparative Economics"*, New York:( Alfred Knopf,inc).1960

edebilmeleri için toplumların dışa açılmalarını gerektirmiştir. Tarihte mal ve paraya dayanan büyük ölçekte bir ekonomiyi Sümerler oluştururken, günümüzdeki ekonomik yapıyı tanımlar şekilde ilk Babilliler ve komşu şehir devletleri temellerini atmıştır.<sup>52</sup> Bu bilgilerden yola çıkarak diyebiliriz ki; tarih boyunca toplumlar yaşamlarını sürdürebilmek adına çeşitli ekonomik faaliyetlerin içerisinde bulunmak zorunda kalmışlardır ve bu faaliyetler sadece kendi toplumları arasında kısıtlı kalmamıştır.

Bu topluluklar kendi imkanlarıyla oluşturamadıkları mal ve hizmetlere sahip olabilmek için kendilerinin üretemediği ve ortaya koyamadığı ama hayati önem taşıyan bazı mal ve hizmetlere sahip olabilmek sebebiyle diğer toplumlar ile ticaret yaptıkları görülmektedir. Kendilerinde olmayan mal ve hizmetlere ulaşabilmek için, karşı tarafta olmayan ve kendilerinde olan mal ve hizmetleri diğer topluluklara, ülkelere satarak alışveriş yaptıkları görülmektedir.<sup>53</sup>

Toplumların ülkelere dönüşmesi ve belirli sınırların içerisine girmesiyle birlikte, birbirleriyle yapmış oldukları ticaretin gelişme kaydetmiştir. Günümüzde dış ticaret; dışa açılımın modern tabiri olmuştur. Ülkelerin dışa açılımı denildiğinde siyasal ve yönetim, kültürel ve ekonomik olarak açılımda bulduklarını görmekteyiz.<sup>54</sup>

Dış Ticaret aynı zamanda, sosya-politik süreçlere etki edebilme etkisine sahip ve sosyal yaşamın oluşumunda temel etkenlerden olma özelliğini taşımaktadır. Siyasi-sosyal-ekonomik yaşam üçlemesindeki sürdürülebilirliğin güvencesi görevini yerine getirmektedir. Serbest dış ticaret bir toplumun gelişiminin ve istikrarının temel ögesi konumuna gelmiştir.<sup>55</sup> Bir toplumun dışa açılımında kültürel, yönetsel ve ekonomik açılımların içerisinde dış ticaretin, diğerleri için (kültürel, yönetsel) kapıları açan bir anahtar olarak kullanıldığını söyleyebiliriz.

Bununla birlikte gelişme ve kalkınma süreçlerinde, dış ticaretin iki önemli rol oynadığını da görmekteyiz. Birincisi kısa dönemli olup; dışa açılımın bir yolu olarak, dış ticaretin bir tarafını oluşturan ithalatın dış ödeme dengelerinde bir açığa yol açmaması oluşmadan karşılama, yani dış ödeme gücünü temin etmesidir. Daha uzun vadeyi kapsayan ikincisi ise; dış ticaretin ekonomik yapı içerisinde gerçekleşmekte olan

---

<sup>52</sup> Aycan Türk, *Ekonomi*, İstanbul: hiperlink ebook, 2014, s.4.

<sup>53</sup> Hasan Kıyak, *Türkiye'nin Dış Ticaret Yapısı ve Ortadoğu Ülkeleri ile Dış Ticaret İlişkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü, 2005, s. 2.

<sup>54</sup> Mehmet Aktel, "*Küreselleşme Süreci ve Etki Alanları*", Isparta: S.D.Ü.İ.F.D., C.6,S.2,(2001), s.196

<sup>55</sup> Hacıyev, Bayramov, *a.g.e.*, s.191

yapısal değişikliklere uyum sağlayacak şekilde yeniden uyarlanması, ihtiyaç duyulan reformların gerçekleştirilmesi veya başka bir ifadeyle dış ticaretin uluslararası iş bölümünü etkileyecek şekilde kaynak dağılımının yeniden oluşmasını sağlayacak faktörleri uyarmasıdır.<sup>56</sup>

Günümüzde, dış ticaret faaliyetleri küresel bir boyut kazanmıştır; bunu, hızlı üretim imkanlarının oluşması, ulaşım, iletişim ve teknolojiye hızlı gelişmelerin gerçekleşmesi sağlamıştır.<sup>57</sup>

Birbirlerinden farklı coğrafyalarda yer alan, birbirlerinin hiç bilmedikleri ekonomik sistemlere, farklı para birimlerine ve ticari alışkanlıklara sahip olan, iş-yönetim kültürleri birbirinden farklı işletmelerin, kurum veya kuruluşların birbirleri arasında gerçekleştirdiği bu çok sayıda farklı işleve o ülkenin ekonomisine yön veren şekline göre ithalat veya ihracat adı verilmektedir. Bir ülkenin dış ticaretini ithalat ve ihracat oluşturmaktadır. İhracatın desteklenmesi ve ithalatın da devletin yararına olacak şekilde düzenlenmesi ülke ekonomisi açısından büyük önem taşımaktadır.<sup>58</sup>

## 1.2. SANAYİ DEVRİMİNDEN KÜRESELLEŞMEYE: DÜNYA DIŞ TİCARET GELİŞİMİ

Gülten Kazgan dünya ekonomisini karmaşık bir sistem olarak şöyle ifade etmiştir: “Dünya ekonomisi bir orman gibi yaratık zengini; aslandan başlayıp gözle görülmeyecek kadar küçük bakterilere dek uzanan çeşit zenginliği olan, dünyada ise ülkeler biçiminde var olan bir sistemdir.”<sup>59</sup>

Gerçekten dünya ekonomisi en ufak ekonomik güç olan ülke ile en büyük ekonomik güç olarak nitelendirilen tüm ülkeleri içinde barındıran bir sistem olarak düşünülebilir. Birbiri içine girmiş sarmal bir yapı olarak da nitelendirilebilir. Bu yapı

---

<sup>56</sup> Necdet Serin, “*Dış Ticaret ve Dış Ticaret Politikası (1990 Sonrası)*”, Türkiye Ekonomisi Sektörel Analiz, 1.b., Ankara: Turhan Yayınevi, 1998.

<sup>57</sup> Seda Çerçel, *Organize Sanayi Bölgelerinde Dış Ticaret Sorunları Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama*, (Yüksek Lisans Tezi), Mersin: Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013, s.3

<sup>58</sup> Engin Payal, *Türkiye'nin 2002-2013 Periyodunda Gerçekleştirdiği Dış Ticaretin İller Bazında İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015, s.2

<sup>59</sup> Kazgan, *Küreselleşme ve Ulus-Devlet Yeni Ekonomik Düzen*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2015, s.15.

içerisinde var olan biri, sistem dışına çeşitli nedenlerle itildiği zaman hem yapı zarar görmektedir hem de sistem dışında kalan o yapının parçası olan ülkenin ekonomik yapısı sarsıntı geçirmekte ve/veya yok olmaktadır. Tüm bu sebeplerden ötürü dünya ekonomik yapısı birbirini takip eden domino taşları gibi de diyebiliriz.

Dünya ekonomisi insanlık tarihinin de kilit noktası olmuştur. Tarih boyunca ticaret, ulusların yaşamlarını devam ettirebilmek adına en önemli yaşam mücadelesi içerisinde yer almıştır. İlk çağlarda göçebe hayatı yaşayan topluluklar avlanarak yaşamlarını sürdürmekteydiler ve bu durumda av hayvanı ticareti yapmalarına sebep olmaktadır. Bu ticareti, takas mal değişimi şeklinde gerçekleştirirlerdi. Daha sonra yerleşik düzende yaşamaya başlayan insanlar, kendi yerleşkeleri içinde alışveriş dönemini yaşamaya başladılar. Devam eden süreçte çeşitli ürünler imal ettiler. Bunlara örnek olarak; tarım ürünleri, baharatlar ve küçük tezgahlarda üretilmeye başlanan kumaşları gösterebiliriz. Bu ürünlerin yoksun olduğu bölgelere ticaret faaliyetlerinde bulunuldu. Bu ürünlerin üretim merkezi başta Hindistan olmak üzere Asya ülkeleriydi ve alıcıları ise Avrupa başta olmak üzere diğer ülkelerdi. Asya ile Avrupa arasındaki bu ticaretin iki güzergahı vardı. Birincisi Akdeniz ve Hint okyanusunun takip eden gemilerin ticaret yolu olan deniz yoluydu. İkincisi Osmanlı topraklarından geçen Avrupa'dan Hindistan'a uzanan ipek yolu ismi verilen kara yoluydu.<sup>60</sup> Dünya tarihini birçok yönden etkileyen keşifler sonucunda gelişen bu ticaret yolları, dünyada zenginliğin kaynağının ticaret olacağını, sosyo-ekonomik yaşamın kalbi haline geleceğini göstermiştir. Bu durumun gittikçe daha da fazla önem arz ettiğini de ortaya koymuştur. Bu tarihten itibaren ticaret, Avrupa ve dünya tarihinde toplumsal hayatta; ekonomik, sosyal ve siyasal alanlarında çok büyük dönüşümlere yol açmıştır.

Dünya ekonomisinin literatür açısından tarihsel sürecine baktığımızda başlangıç aşamasının XVI-XIX yüzyıllar olduğunu görmekteyiz. Bu yüzyıllar içerisinde gerçekleşen büyük coğrafi keşifler ve sömürge sisteminin kurulması gerçek nitelik arz eden piyasa ilişkilerinin coğrafi alan itibarıyla genişlemesinde ve sürdürülebilir olmasında önemli rol oynamıştır. Bu durum söz konusu dönemin dünya ekonomisinin

---

<sup>60</sup> Arıkan, “*Tarih Ekonomiyi Ekonomi Tarihi Oluşturur*”, ss.41-49

toplamı açısından ülkeler arası özellikle metropol ve sömürgelerde karşılıklı ticari ilişkilerin bir bütün olarak ele alındığı şeklinde nitelendirilmektedir.<sup>61</sup>

Dünya ekonomisinin başlangıç aşamasından şekillenmeye geçiş dönemi 1870'li yıllar ile 1913'lü yıllar arasına denk geldiği söylenebilir. Bu dönem arasında dünyada hem ekonomik hem sosyal açıdan birçok şekillendirici olay meydana gelmiştir. Oluşum sürecinin temel noktası, özellikle klasik piyasanın doğal ekonomik sistemin yerine meta üretiminin geçmesi olmuştur. Bu noktadan hareketle şekillenme sürecinin de ticari mal üretiminin oluşumu neolitik dönemden XIX yüzyılın birinci yarısına kadar bu şekilde devam etmiştir. Bu dönemde olgunluk dönemi yaşanmıştır. Ulus ötesi düzeyde karşılıklı ticari ilişkilerin geliştirilmesi ile birlikte genel olarak ekonomik ilişkilerin şekillenmesi üretim faktörlerinin sermaye iş gücü vb. uluslararası ölçekte gelişimi meydana getirmiştir. Bu süreç sadece ekonomik açıdan değil toplumsal açıdan da dışa açılımın önemli bir sürecini oluşturmaktadır. Özellikle toplumsal ekonomik yaşamın çok uluslaşması dönemini içine almaktadır. Bu dönem içerisinde Avrupa'dan göç edenlerin sayısı 36 milyon kişiden fazla olmuş ve bunun 2/3'si Amerika'ya göç etmiştir. Bu süreç hem ekonomik hem sosyal açıdan birçok yeni olayın başlangıcında etken olmuştur. Bunlardan ilki olarak üretim alanında iş birliğinin gelişimini ele alabiliriz.<sup>62</sup>

Dünya ekonomisinin gelişiminde üretimin birleşimi önemli rol oynamıştır. Üretim ve sermayenin yoğunlaşması tekelleri toplulukların ortaya çıkması dünya ekonomisinin sistemdeki bir olguya dönüşümünde önemli etken olmuştur. İkinci aşama olarak ise dünya ekonomisinin metropol, sömürgeler ve aynı zamanda gelişmiş ülkelerin kendi aralarında şekillenmiş uluslararası ekonomik ilişkilerinin bir bütünü olarak ele alınmasıdır. Bu da ekonomik yapının sarmallığını ortaya koymaktadır.

Dünya ekonomisinin şekillenmesi sürecinin en büyük etki edeni kaçınılmazdır ki sanayi devrimini yaşamış ve yaşamakta olan ülkelerin hızlı gelişimi olmuştur. Hem dünya geneline baktığımız da hem de bazı batı ülkelerinde sanayi üretimini harekete geçiren güçler yoğunluk göstermiştir. Bu sürecin bir sonucu olarak, Batının dünya lideri

---

<sup>61</sup> Zeki Kartal, "Kavramsal ve Tarihsel Yönleriyle Küreselleşme", Eskişehir, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.8, S.2, ss.258-260

<sup>62</sup> Durmuş Günay, "Sanayi ve Sanayi Tarihi", İstanbul, *Mimar ve Mühendis Dergisi*, C.I, S.31, 2002, ss.5-7

konumuna geliŖi endüstriyel ekonomik sistemin Ŗekillenmesine paralel olarak gerçekleŖmiŖtir.<sup>63</sup>

Endüstriyelizm öncesi ekonomik sistemde (tarım ekonomisi döneminde ) temel sorun hayatta kalmaya yönelik değerler sistemini düzenlenmesi olmuŖtur. Her toplumun öncelikli amacı ekonomik sistem içerisinde etkinlik gösterebilmektir. Ancak sanayi devriminin sonucunda meydana gelen endüstriyelizm de ise etkinlikler dıŖarıya yönelik olma niteliği taŖımıŖtır. İngiltere'den baŖlayarak dünyanın birçok yerine yayıldı. İngiltere 19. yüzyılın ortalarına kadar bütün ülkelerden önde oldu. 1765-1850 Sanayi Devrimi döneminde İngiltere, '*Dünyanın atölyesi*' olarak adlandırıldı. İngiltere'yi Belçika ve Fransa takip etti.. 19. yüzyılın son 30 yılında ise, Almanya ve ABD kendi sanayi devrimlerini gerçekleŖtirdiler. 20. yüzyılın baŖında da SSCB ve Japonya sanayileŖti. 20. yüzyılın ortalarında Çin ve Hindistan da sanayi devriminin içine girdi.

Dünya ekonomisinin Ŗekillenme sürecinin sonucu, geliŖim sürecini doęurmuŖtur. Bu dönem, 1913-1970'li yıllar arasını kapsamaktadır. Bu dönem ekonomi tarihi açısından, iki dünya savaŖını, bir ekonomik buhranı ve hem ekonomik hem sosyal açıdan önemli olayları kapsamaktadır. Bu dönemin insanlık tarihinde bir benzeri bulunmamaktadır. Meydana gelen iktisadi olayların bu kadar kısa bir süre zarfında hem de tüm toplulukları bu kadar derinden etkileyen bir süreç bir daha yaŖanmamıŖtır. Bu süreç içerisinde dünya ekonomik yapısının önemli dar boğazlara girmesine sebep olan üç önemli olay olmuŖtur.

- 1) I. Dünya SavaŖı (1914-1918)
- 2) Dünya Ekonomik Buhranı (1929-1933)
- 3) II. Dünya SavaŖı (1939-1945)<sup>64</sup>

Bu dönem içerisinde üretim ekonomisi devam ettirilmeye çalıŖılsa da yaŖanan krizler bu süreci devamlı sekteye uğratmıŖtır. Bu süreç içerisinde endüstrileŖmenin sonucu olarak daha fazla hammadde ihtiyacı ve üretilen ürünü satma gereksinimi oluŖmakta ancak bunun içinde pazar sorunu yaŖanmaktaydı. Tüm bunlar siyasi

---

<sup>63</sup> Mesut Küçükcalay, "Endüstri Devrimi ve Ekonomik Sonuçların Analizi", Isparta, *S.D.Ü.İ.İ.B.F.D.*, *S.II(GÜZ)*, 1997, ss.54-61

<sup>64</sup> Günay, a.g.e., s.7.



problemlerin yanında ekonomik problemlere de neden olmaktadır. Bu yaşanan problemler içinde iktisadi açıdan en büyük etki Büyük Buhran tarafından meydana getirilmiştir. Bu Buhranın sonucunda ekonomik anlayışı değişmiştir. <sup>65</sup>

Görünmez elin etki oluşturma mekanizmasına olan güven sarsılarak sınırsız serbest piyasa düzenine yönelik eleştiriler yapılmıştır ve bunun sonucunda da mutlak devletin yapacağı düzenlemelerle optimum uyumluluğun söylenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu yeni anlayış ile dünya ekonomisi hızlı bir toparlanma sürecine girmiş, savaşlardan minimum zararlı çıkan Amerika Birleşik Devletleri ekonomik başat güç haline gelerek diğer devletlerin toparlanma süreçlerinde etkin rol oynamıştır.

1950’li dönemlere gelindiğinde tüm dünya ülkeleri savaşların ve büyük buhranın etkisi altında çıkmıştır. Tüm ekonomik yapıların özü değiştirilerek temelinde Keynesyen yapının olduğu bir sistem benimsenmiştir. Bu yapısal değişiklikler dünyada olumlu sonuçlar vermiştir. Bu dönemden sonra 1950-1960 yılları arasında ekonomik büyüme oldukça istikrarlı bir özellik göstermiş. Özellikle batı ülkelerinde 1950’li yıllar “gümüş” ve 1960’lı yıllar ise “altın” yıl olarak nitelendirilmiştir. Batı ülkeleri bu dönemde kaybedilen yılların yerini doldurmaya çalışmışlardır. Bu süreç 1970’li yıllara kadar böyle devam etmiştir. Dünya ekonomisi adeta kaybettiği yılların acısını çıkarır gibi yaşamıştır. Ancak bu süreçte gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler için yine zorlu süreç etkisini devam ettirmekteydi. O ülkelerden biri olan ülkemizde imkanları dahilinde kendi gelişimini tamamlamış; sürece dahil olmaya çalışmıştır. Ancak 1970’li yıllara gelindiğinde süreç değişmeye başlamıştır. 1973’de meydana gelen petrol şokları krizi yeni bir sürecin başlangıcı olmuştur. <sup>66</sup>

1970 yılından itibaren dünya ekonomisi geride bıraktığı tüm süreçlerden çok daha farklı yeni bir sürecin içine girmiştir. Bu süreç yaklaşan yeni yüzyılın ekonomik yapısının vizyonist yapısının da temelini oluşturmaktaydı. Bu gerçekleşecek değişim ekonomiyi nitelik bakımından değişikliğe uğratacak ve farklı bir bütünleşme sürecinin içerisine sokmaktaydı. Bu süreç daha önce bahsettiğimiz dışa açılımın tam olarak

---

<sup>65</sup> Fırat Bayar, “Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye”, *Uluslar arası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, S.32, (2008), ss.26-29

<sup>66</sup> Mevlüt Karabıçak, “Küreselleşme Sürecinde Gelişmekte Olan Ülke Ekonomilerinde Ortaya Çıkan Yönelim ve Tepkiler”, Isparta, *S.D.Ü.İ.İ.F.D.*, C.7., S.1, (2002), ss.118-122.

gerçekleşme sürecini kapsayacak nitelikte olmuştur. Bu sürecin en önemli gelişmeleri olarak:

1. Bilgi(enformasyon) odaklı devrim
2. “Üretim” ekonomisinden “Hizmet” ekonomisine geçiş: dünya ekonomisinin nitel anlamda yeni gelişim aşamasına geçişi
3. Dünya sosyalist sisteminin çöküşü: geçiş ekonomisi ülkeleri grubunun oluşması
4. Dünya ekonomisinde küreselleşme süreci olarak sıralayabiliriz.

Bu yukarıdaki saydığımız maddeler bugün ki ekonomik sistemimizin temel taşlarının yerine oturmasında önemli söz hakkına sahiptir. Özellikle enformasyon devrimi ve küreselleşme olgusu dış ticaret kavramının önemli etkenlerindedir. <sup>67</sup>

1980’li yıllara gelindiğinde küreselleşme süreci tüm dünya da başta ekonomik alanda hız kazanmıştır. Ülke ekonomileri serbestleşme sürecine hız vererek tüm dünya ekonomilerini bir çatı altında gerçekleştiren bir faaliyet halini almasını sağlamak için çalışmışlardır. Bu sürece uluslararası kurulan ekonomik kuruluşlar ve uluslararası yapılan çok taraflı ticari antlaşmalar en büyük katkıyı sağlamıştır. Bu kuruluşlar ve antlaşmalar sayesinde ülkelerin güvenceleri artmış ve daha sağlam ticari ilişkiler kurulmuştur. Bu süreç teknolojik çalışmaların hız kazanması ve internetinde hayatımıza girmesiyle beraber ülkeler arası ticari sınırlamalar çok aza indirilmiştir. Küreselleşme ve bilgi ekonomisiyle birlikte dünya küçük bir köy halini almıştır.

Dış ticaret dünya ekonomisi için ayrılmaz bir parça haline gelmiştir. Bu sistem içerisinde dış ticaret dünya ekonomisi için; dış ticaret yapmayan ve/veya yapamayan ülkeler küreselleşmenin dışında kalmış ve getirisinden faydalanamamıştır.

Günümüzde dünya ekonomisi; bilgi ekonomisi denilen bilimsel bilginin kaynağa dönüştürülerek tüm üretim alanlarına yansısıyla kullanılan ve ekonomik faaliyetlerin her alanında var olan bilgi endüstrisi ve küreselleşme olgusuyla devam etmektedir. Fakat küreselleşme ile birlikte tüm dünya ekonomileri birbirine bağımlı hale

---

<sup>67</sup>Alan V. Deardoff, “Dünya Ekonomisi ve Dünya Ticaret Sistemi Nereye Gidiyor?”, *Uluslararası Ekonomi ve Dış Ticaret Politikaları Dergisi*, S.3, (2008) ss.8-10

gelmiştir. En büyük ekonomik yapıya sahip ülke dahi sistem içerisinde gerçekleşen ekonomik bir olumsuzluktan etkilenebilir durumdadır.<sup>68</sup>

Buna 2008 krizini örnek verebiliriz. Bu krizde de görüldüğü üzere dünya ülkelerinin toparlanma süreleri öncekilerine göre benzer süreçte olsa da krizin etki alanı ekonomik ilişkilerin bağımlı olduğu ülke ekonomisi sayısına göre artmakta veya azalmaktadır.

Dünya ekonomisi bugün, 2008 küresel krizden sonra yavaş büyüyen ekonomisinin hız alarak bir toparlanma sürecine girdiği görülmektedir. Globalleşen ticaretin hızlandığını görmekteyiz. Özellikle 2016 yılından itibaren Amerika ve Avrupa ülkelerinin ekonomik büyümesi artmış, işsizlik oranları küresel krizden bu yana en düşük seviyelerini görmüştür. Tabi bu durum gelişmekte olan ülkelerin küresel anlamda ekonomilerine olumlu yansımış, bu ülkeler de artan ticaretten paylarını almışlardır. Bu durum hem gelişmiş ülkelerde hem de gelişmekte olan ülkelerde bir bahar havası oluşturmuştur. 2017 yılında OECD bilgilerine göre; %3.58 civarında büyüyen dünya ekonomisi 2011-2015 yılları arasında ortalama büyümesi yüzde 2.5 civarında büyüyen ekonomiye göre oldukça iyi bir gelişme kat etmiştir. Tabi bu olumlu tablo ile beraber riskler de yok değildir. Bu risklerin en önemlilerinden ikisi, ABD Merkez Bankası FED'in ve Avrupa Merkez Bankası ECB'nin uyguladığı sıkılaştırıcı politikalar ve bu politikaların küresel sermayeler üzerinde oluşturduğu etkilerdir. Bu durumla birlikte gelişmekte olan ülkelerin piyasalarında ise kırılma yapısı hala sürmektedir.<sup>69</sup>

2018 yılı içerisinde de gerçekleşen büyümenin %3.74 civarında olduğu ve 2019 yılı içinde de yukarı eğimli ancak yavaş bir büyümenin gerçekleşeceği tahmin edilmektedir. Tüm bu gelişmeler dünya ekonomisinin tam anlamıyla dengesini bulamadığını ve set dalgalanmalarına hala açık durumda olduğunu göstermektedir. Küresel kriz öncesi ortalama %4-4.5 civarında olan dünya ekonomisinin büyüme hızına hala ulaşamadığı da görülmektedir. Tüm bu şartlara rağmen dünya ekonomisi, hiç

---

<sup>68</sup> Charles Oman, "Yeni Ekonominin Ticaret Modeli", Çev. Serkan Erkan, *Liberal Düşünce Dergisi*, C.6, S.21, (2001), ss. 115-117

<sup>69</sup> Yusuf Kaderli, Hatice Küçükkaya, "2008 Dünya Finansal Krizi Sonrası Türkiye Ekonomisinde Yaşanan Gelişmelerin Bazı Ülkelerle Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi", Pamukkale, *P.Ü.S.B.E.D.*, S.12, (2012), ss.86-87

olmadığı kadar açık ekonomiye sahip global bir köy haline gelmiştir ve her geçen gün ekonomik gelişimine yeni bir seviyeye taşımaktadır.<sup>70</sup>

### 1.3. RAKAMLARLA DÜNYA DIŞ TİCARETİ

Dış ticaret dediğimiz kavram iki veya daha fazla ülke arasında gerçekleştirilen hizmet ve/veya mal alışverişi olarak tanımlanmaktadır. Dış ticaret işlemleri ise; bir ülkeden bir başka ülkeye satılan veya bir başka ülkeden o ülkeye satın alınan malların giriş veya çıkışının gerçekleştirilmesidir. Dünya ticareti de bu kavramlarla gerçekleşmektedir. Bu sistemin bir ucunu ithalat işlemleri diğer ucunu ise ihracat işlemleri oluşturmaktadır. İthalat- ihracat işlemlerinin rakamlarının bütünü ise dünya dış ticaretinin rakamlarını oluşturmaktadır. Çalışmamızda dünya dış ticaretine ait rakamları ithalat ve ihracat başlıkları altında aşağıda alt başlıklar şeklinde ayrıntılı olarak incelenmiştir.

#### 1.3.1. Dünya’da İhracat

Dünyada uluslararası gerçekleştirilen ticaretin iki tarafından biri olan ihracat kalemi; ekonomik etkinliğin bir parçası olarak kişi ve/veya toplumların kazanç sağlamak amacıyla gerçekleştirdikleri ve bir yerden başka bir yere taşımak zorunda oldukları her türlü ham mamul, yarı mamul, tam mamul veya hizmet, değer, yiyecek gibi şeylerin satımını, değiş tokuşunu kapsamaktadır.

Dünya ticareti, geçirdiği süreç içerisinde devamlı gelişmiş, dünyada meydana gelen teknolojik gelişmelere paralel olarak büyümüştür.<sup>71</sup> Buradan hareketle diyebiliriz ki; dünya ekonomisinin parçası olan her ülke ihracat yapabilmek için oldukça çaba sarf etmektedir. Bu olayı en iyi şekilde başaran ülkeler ise güçlü sanayi ve teknolojiye sahip ülkelerdir.

Bazı ülkeler ise hiçbir şey üretmeden sadece jeopolitik konumunun kazandırdığı avantajlardan dolayı ihracat oranları ile dünya pazarında yer almaktadırlar.

---

<sup>70</sup> Tüsiad Ekonomik Araştırmalar Bölümü, *2018 Yılına Girerken Türkiye ve Dünya Ekonomisi*, 2018, <http://www.tusiad.org>, ss.3-5 (15.08.18)

<sup>71</sup> Nejat Bozkurt, “Ticaretin Felsefesi, Tarihçesi ve Etikle olan Sıkı Bağına İlişkin Bazı Saptamalar”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, b.1., İstanbul: 2002, ss.154-156

Bu ülkelere petrol rezervlerine sahip ülkeleri örnek verebiliriz. Dünyada ihracat yapan ülkeler, sadece karşı ülke de olan mal ve hizmetleri ihraç etmemektedir.

Günümüzde soysa-kültürel yapının değişmesi teknolojinin ilerlemesi ile ülkelerin arasında sınırların kalkması, global bir köy haline gelmesiyle birlikte ihtiyaç olmayan ürünleri de farklı ülkelere pazarlayabilme imkânı vermiştir. Örneğin; kendi toplumlarının dışında var olan farklı ve/veya farklılaştırılmış ilgilerini çeken bir ürün muhakkak vardır. İnsanlar, pazarlamanın en çok kullandığı yöntemlerden olan ürünü farklılaştırmak ile aynı ürünü başka bir markanın farklılaştırılması ile satın alabilirler. Bu duruma en iyi örnek; Güney Kore’de iPhone telefonların kendi ürünleri olan Samsung telefonlardan çok daha fazla satılması gösterilebilir.

Ürün farklılaştırması veya ürünün o ülkede hiç bulunmaması veya başka bir ülkede daha ucuz olması gibi sebeplerden dolayı insanlar kendi ülkeleri dışında üretilen ürünlere ihtiyaç duymaktadırlar.<sup>72</sup> Dünyada ihracat fonksiyonunu gerçekleştiren başat güç olarak birkaç ülke başı çekmektedir. Bu ülkeler arasında birinci sırayı Dünya Ticaret Örgütü’nün (DTÖ) verilerine göre; 2017 yılında dünyada ihracat alanında iki büyük ülke baş başa ticaret yapmıştır. Ancak son 10 yıllık süre içerisinde büyük atılım yaparak dünya pazarında varlığını kanıtlayan ve hâkim güç olmaya çalışan ve bunu başaracak gibi duran Çin birinci sırayı 2.263.329 dolarlık işlem gerçekleştirerek dünya pazarında %12.8’lik bir paya sahip olmuştur. İkinci sırada ise ABD 1.546.725 dolar ile dünya pazarında %8.7’lik bir paya sahip olmuştur. Üçüncü ülke ise Almanya 1.448.302 dolar ve %8.2 pay ile elde etmiştir.

Aşağıdaki tablo da dünya pazarında gerçekleşen ihracatı önemli bölgeler ve o bölgelerin içerisinde yer alan ihracat içerisinde önemli payları olan ülkelerin yıllara göre değişen verilerini daha net görebileceğiz.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Hakan Eryüzlü, *Herkes için Genel Ekonomi: Temel Kavramlar ve Teoremler*, 1.b., İstanbul: Seçkin Yayıncılık, 2016, ss. 149-150

<sup>73</sup> Dünya Ticaret Örgütü, “Dünya Ticaret Raporu”, 2017 <http://www.wto.org> ( 06.04.18)

**TABLO:2. 1 Dünya İhracat Verileri (Milyon\$)**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 %
<b>TOPLAM DÜNYA İHRACATI</b>	116.16	112.5	15.30	18.33	18.49	18.94	18.99	16.48	16.02	17.7	100.
<b>KUZEY AMERİKA</b>	22.035	1.601	1.964	2.283	2.372	2.417	2.492	2.293	2.215	2.37	100.
<b>ABD</b>	11.287	1.056	1.278	1.482	1.545	1.579	1.620	1.502	1.451	1.54	8.7
<b>GÜNEY VE ORTA AMERİKA</b>	661.7	474.2	591.9	761.4	752.1	732.4	684.9	541.4	515.9	583.	3.3
<b>AVRUPA</b>	66.483	5.021.	5.650.	6.654.	6.464.	6.774.	6.803	5.958.	5.948.	6.50	36.7
<b>AB(28)</b>	55.95	4.613.	5.183.	6.092.	5.808.	6.074.	6.154	5.389.	5.379.	5.90	33.3
<b>ALMANYA</b>	11.44	1.120.	1.258.	1.473.	1.401.	1.145.	1.494	1.326.	1.334.	1.44	8.2
<b>İNGİLTERE</b>	472.1	354.8	415.9	506.5	472.7	40.61	505.2	460.1	409.5	444	2.5
<b>FRANSA</b>	616.2	484.7	523.7	596.4	568.7	580.9	580.4	505.7	501.7	535.	3.0
<b>BELÇİKA</b>	471.8	370.1	407.6	475.6	445.9	468.7	472.3	396.9	398.0	429.	2.4
<b>HOLLANDA</b>	637.9	497.8	74.25	667.5	655.3	671.5	672.6	569.7	571.4	652.	3.7
<b>İTALYA</b>	542.7	406.9	47.30	523.2	501.3	518.2	529.8	457.4	461.8	506.	2.9
<b>TÜRKİYE</b>	132.0	102.1	113.8	134.9	152.4	151.8	157.6	143.8	142.5	157.	0.9
<b>ASYA</b>	4.724.	3.890.	4.076.	5.975.	6.120.	6.295.	6.440	5.960	5.766	6.37	35.9
<b>ÇİN</b>	1.430.	1.201	0.577	1.898.	2.048.	2.209.	2.342	2.273	2.097	2.26	12.8
<b>JAPONYA</b>	781.4	580.7	69.77	823.1	798.5	715.0	690.2	624.7	644.	698.	3.9
<b>BAĞIMSIZ DEVLETLER</b>	702.5	450.3	589.2	785.9	799.8	780.6	735.8	499.5	416.	517.	2.9
<b>RUSYA FEDERASYONU</b>	471.6	303.3	400.6	522.0	529.2	523.2	497.7	341.4	281.8	353.	2.0
<b>ORTADOĞU ÜLKELERİ</b>	1.034	722.2	906.8	1.267	1.348	1.346	1.286	845.8	814.	960.	5.4
<b>AFRİKA</b>	562.2	393.5	521.4	610.7	639.7	600.5	551.3	390.0	352.	416.	2.4

Kaynak: www.wto.org

Dünyada ihracatın fonksiyonunu gerçekleştirirken hangi ülkelerin hangi ürünlere ihracat yaptığını aşağıdaki harita üzerinden net bir şekilde görebiliriz ve aşağıdaki haritayı bölgelere ayırdığımızda her bölgenin aslında zenginliğinin paralelinde ihracat yaptığı anlaşılmaktadır.

Grafik: 2.1 Dünya İhracat Ürünleri Dağılımı



### 1.3.2. Dünyada İthalat

Yukarıda anlattığımız gibi ülkelerin gereksinimlerini ihtiyaçlarını ve/veya bir başka ülkenin sahip olduğu farklılaştırılmış ürününü alma gereksinimi doğrultusunda oluşan ve dış ticaretin diğer tarafında duran önemli ikinci fonksiyonu ise ithalattır. İthalat özellikle az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler için sanayilerinde üretim yapabilmek adına en önemli gereksinimdir. Tarımdan yoksun olan ülkeler için ise belki de yaşam fonksiyonlarını sürdürebilmek için olmazsa olmazdır. Bu yüzden ithalat yapan ülkeler dışa bağımlı hale gelebilmektedir. İthalatta da ihracatta olduğu gibi başat ülkeler yer almaktadır. Dünya ithalat liginde ABD'nin rakipsiz liderliği ile 2017 yılında da küresel ithalatın 2.409.495 milyar dolarla ve yüzde 13,4'ünü tek başına bu ülke gerçekleştirmiştir. İthalat sıralamasında Çin 1.841.889 milyar dolarla ve % 10.2 oranla ithalat liginde ikici olmuştur. Üçüncü ülke ise yine ekonomisi gelişmiş olan ülke Almaya 1.167.035 milyar dolarla olmuştur.

Aşağıdaki tabloda dünya pazarında gerçekleşen ithalatın önemli bölgeler ve o bölgelerin içerisinde yer alan, ithalat içerisinde önemli payları olan ülkelerin yıllara göre değişen verilerini daha net görülebilecektir.<sup>74</sup>

**TABLO:2. 2 Dünya İthalat Verileri (milyon \$)**

YILLAR	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 %
<b>TOPLAM DÜNYA İHRACATI</b>	16.57	12.78	15.51	18.50	18.70	19.01	19.1	16.74	16.28	18.02	100
<b>KUZEY AMERİKA</b>	2.908	2.177.	2.683.	3.091.	3.194.	3.196.	3.30	3.157.	3.061	3.284	18.2
<b>ABD</b>	2.169.	1.605.	1.969.	2.266.	2.336.	2.329.	2.41	2.315.	2.250	2.409.	13.4
<b>GÜNEY VE ORTA AMERİKA</b>	608.6	451.8	584.7	735.6	746.4	770.1	739.	622.9	536.9	578.6	3.2
<b>AVRUPA</b>	6.895.	5.217.	5.904.	6.923.	6.620.	6.720.	6.79	5.907.	5.935	6.520.	36.2

<sup>74</sup>Dünya Ticaret Örgütü, "Dünya Ticaret Raporu", <http://www.wto.org>, 2017, (06.04.18)



<b>AB(28)</b>	2.358.	4,809,	5,421,	6,330,	5,950,	6,004,	613.	53328	5344 3	58780	32.6
<b>ALMANYA</b>	1.185	926.3	1.054	1.254	1.154	1.181	1.20	1.051	1.055	1.167	6.5
<b>İNGİLTERE</b>	657.7	519.0	591.0	676.8	695.2	660.0	690.	626.3	636.3	644.0	3.6
<b>FRANSA</b>	716.7	560.8	611.0	720.0	674.4	681.4	676.	573.4	572.2	624.7	3.5
<b>BELÇİKA</b>	466.3	353.3	391.1	466.9	439.1	451.6	454.	375.1	372.7	403.0	.2
<b>HOLLAND A</b>	580.9	443.1	516.4	594.3	586.9	589.6	589.	513.2	505.0	574.3	3.2
<b>İTALYA</b>	561.9	415.1	487.0	558.7	488.6	479.4	474.	411.0	406.9	452.6	2.5
<b>TÜRKİYE</b>	201.9	140.9	185.5	240.8	236.5	251.6	242.	207.2	198.6	233.8	1.3
<b>ASYA</b>	4.574.	3.677.	4.861.	965.6	6.219.	6.347.	6.32	5.443.	5.221	5.992.	33.2
<b>ÇİN</b>	1.13	1.00	1.396	1.743	1.818	1.949	1.95	1.679	1.587	1.841.	10.2
<b>JAPONYA</b>	762.5	551.9	694.0	855.3	885.8	833.1	812.	647.9	607.6	671.9	3.7
<b>BAĞIMSIZ DEVLETLE R</b>	500.0	333.3	415.4	541.1	571.8	571.3	506.	341.4	332.3	401.5	2.2
<b>RUSYA FEDERASY ONU</b>	291.8	191.8	248.6	323.8	335.4	341.3	308.	192.9	191.5	237.7	1.3
<b>ORTADOĞ U ÜLKELERİ</b>	603.4	512.3	581.4	679.4	736.5	768.9	782.	716.7	704.2	711.9	3.9
<b>AFRİKA</b>	481.4	411.2	479.0	566.7	615.6	635.5	648.	553.3	495.0	533.	3.0

**Kaynak:** www.wto.org

#### 1.4.DÜNYA MOBİLYA SEKTÖRÜNDE DİŞ TİCARET

Mobilya, dünyada belli başlı ekonomik sektörlerin içerisinde yer almaktadır. Mobilya sektörü 1970'lerden sonra sanayileşmeye başlamış, yapı sektörünün gelişmesi ve mobilyanın kullanım alanının artması ile hızla büyümüştür. Özellikle gelişmiş ülkelerde hem tüketim hem de üretimde önemli bir hacme ulaşmıştır.

Mobilyacılık sektöründe son yıllarda artan rekabet karşısında ekonomik ölçekte ve dünya standartlarında üretim yapan tesisler kurulmuş ve bayilik teşkilatları oluşturulmuştur. Tüm bu gelişmeler mobilyacılık sektörünü, bütün ülkelerin dış

ticaretinde önemli kalem olan büyük bir sektör konumuna getirmiştir.<sup>75</sup> Bu sektör dünya ekonomisinde oldukça önemli bir değer üretmektedir. Hem ana unsurları hem de yardımcı ve yan unsurları ile birlikte yıllık ortalama üretimi 2004 yılında yaklaşık 220 milyar ABD doları şeklinde gerçekleşmiştir. Bu üretim 150 milyar dolarlık kısmı üretici ülkelerde iç piyasada tüketiciyle buluşmuştur ve 70 milyar doları aşan kısmı ise uluslararası ticarete konu olmuştur. 2010 yılına gelindiğinde, üretim yaklaşık olarak 376 milyar dolar olurken, bunun 200 milyar dolarlık kısmı üretici ülkelerde tüketilmiş, 176 milyar dolarlık kısmı ise dünya mobilya ticaretine konu olmuştur.

Bugün bu sektör ortalama yıllık 437 milyar dolar bir değer üretmektedir. Mobilya sektörünün bu hızlı artan ivmesinin devam edeceği düşünülmekte ve 2050 yılında mobilya pazarının 1 trilyon ABD dolarını geçeceği tahmin edilmektedir.<sup>76</sup>

Mobilya sektörü yoğun emek isteyen bir sektördür ve batıda hammadde kaynakları azalmakta, işçilik ve enerji maliyetleri artmaktadır. Bu gelişmelerin sonucunda birçok gelişmiş ülke yatırımlarını işçiliğin, enerji maliyetlerinin düşük olduğu ve sanayi teşviklerinin fazla olduğu doğu ülkelerine kaydırmaktadır. Burada dikkat çeken Asya ülkeleri olmuştur. Çin, Vietnam ve Malezya gibi ülkeler dünya mobilya piyasasında gittikçe önemli paya sahip olmaya başlamışlardır. Bu ülkelerin başında da Çin gelmektedir ve Avrupa devletlerinin elinde bulundurduğu mobilya üretim merkezi olma özelliklerinden uzaklaştığı görülmektedir. Ancak bu değişime rağmen Almanya, İtalya ve Polonya gibi ülkeler halen dünya mobilya sektörü açısından önemli role sahiptirler. Bugün mobilya üretiminde Çin tek başına açık ara önde olup, ABD, İtalya, Almanya dünya mobilya üretiminin yarısından fazlasını gerçekleştirmektedir. Diğer üreticiler olarak Japonya, Fransa, Kanada, İspanya ve Polonya'nın dünya mobilya üretiminde önemli yere sahip oldukları görülmektedir.

Almanya ve İtalya, hem üretim hem ithalat ve hem de tüketim konusunda diğer Avrupa ülkelerine kıyasla daha ön planda bulunmaktadırlar.<sup>77</sup> Bu veriler bize göstermektedir ki; dünyada mobilya ticaretinde de gelişmiş ülkeler büyük oranda pay

---

<sup>75</sup> Mobilya Çalışma Grubu Raporu 2023, *T.C.Kalkınma Bakanlığı Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018*, Ankara: 2015

<sup>76</sup> Bashimov, "Mobilya Endüstrisi: Türkiye'nin Küresel Piyasadaki Karşılaştırmalı Üstünlüğü", ss. 22-23

<sup>77</sup> Ankara Sanayi Odası, "*Ankara'dan Dünyaya Mobilya*" *Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Sektörel Değerlendirme ve Hedef Pazar Analizi Raporu*, 2014, s.21, <http://www.aso.org.tr>

sahibidirler. Gerçekleşen mobilya üretiminin yaklaşık %58'ini gelişmiş ülkeler gerçekleştirmektedir. Bu ülkelerin başında ABD, İtalya, Almanya ön planda gelmektedir. Gelişmekte olan ülkeler ise dünya üretiminin %42'sini gerçekleştirmektedir. Bu ülkeler arasında Çin, Polonya, Vietnam, Brezilya ve Türkiye yer almaktadır. Son zamanlarda bu ülkeler dış piyasada pay sahibi olabilmek için ihracata yönelik tasarlanan ve üretim yapan yeni tesisleri ile üretim yapmaya başlamışlardır. Böylece hızlı bir üretim artışı göstererek dünya piyasasında yerlerini almaya başlamışlardır. Ekonomisi gelişmekte olan ülkemiz Türkiye, dünya üretiminde yaklaşık %1.2'lik payı ile Brezilya ve Vietnam'dan sonra gelmektedir.<sup>78</sup>

Dünya mobilya sektörü istihdam anlamında da dikkate değer bir sayıya sahiptir. Bütün dünyada üretilen mobilya ile birlikte 260.000 kişilik istihdamla sektör her geçen gün alanını genişletmektedir. Mobilya sektörünü daha gelişkin hale getirmek açısından çeşitli ülkelerde çok sayıda fuarlar düzenlenmektedir. Yapılan bu fuarlarla birlikte hem üretilen mobilyalar tasarım, çeşitlilik vs. bağlamında değerlendirilmekte hem de sektörün durumuna ilişkin birinci elden, üreticilerden doğrudan haberdar olunmaktadır.<sup>79</sup>

#### **1.4.1. Dünyada Mobilya İhracatı**

Dünyada mobilya ihracatı, 2002 yılında 63,9 milyar dolar, 2008 yılında ise 132,3 milyar dolara ulaşmıştır. Ancak gerçekleşen küresel ekonomik krizin etkisiyle 2009 yılında bu oran 108,2 milyar dolara düşmüştür. Son 10 yıllık süre içerisinde yaklaşık olarak yıllık ortalama %8 civarında bir büyümeyi ifade eden rakamlardaki bu artışın kriz sonrası dönemde biraz yavaşlama göstererek bu oranın etrafında bir rakam gerçekleşeceği öngörülmektedir ve böylede olmuştur. 2014 yılında dünya mobilya ihracatı bir önceki döneme göre %5,5 oranında bir artış göstererek 178,8 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2016 yılında ise; 172 milyar \$'a yükselmiştir. Dünyanın en büyük mobilya ihracatçıları Çin, Almanya, İtalya, Polonya ve ABD'dir. Dünya genelinde mobilya ihracatı yapan ilk 20 ülke nezdinde genel olarak ihracat rakamlarında

---

<sup>78</sup>Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, *Mobilya Sektör Raporu 2016*, <http://www.oaib.org.tr> , (25.10.2017), s.8

<sup>79</sup> Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Maden, Metal ve Orman Daire Başkanlığı, *Mobilya Sektör Raporu 2016*, <http://www.ekonomi.gov.tr>, s.12.

bir artış gözlenmektedir. Bu ülkeler, dünya mobilya ihracatının yaklaşık %86'sını gerçekleştirmektedir ve sektörün öne çıkan ülkeleri arasındadır. Türkiye'nin dünya mobilya ihracatındaki 2013 yılı payı %1,32 olup, bu oran 2014 yılında % 1,35 seviyesine çıkmıştır ve 2016 yılında ise 2.23 seviyesinde gerçekleşmiştir.<sup>80</sup> Aşağıdaki tabloda da dünya da ihracat değerleri ile ilk 20 de olan ülkeleri son yedi yıl içerisinde ekonomiye kattıkları değerleri dolar cinsinden net şekilde görebiliriz.

**TABLO:2. 3 Dünya Mobilya İhracatında Başlıca Ülkeler (milyon \$)**

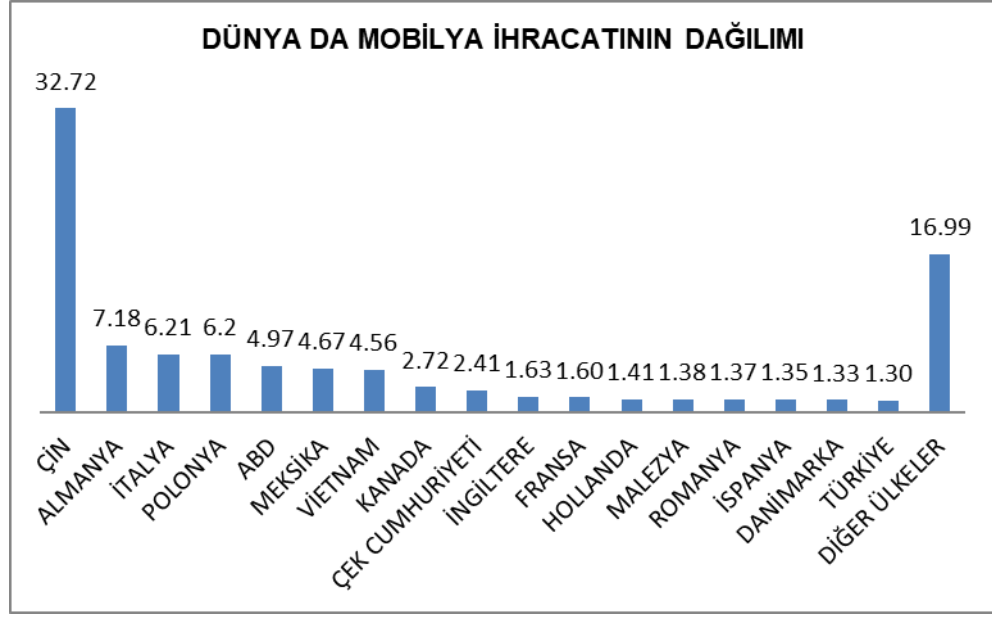
ÜLKE	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
DÜNYA	132.043	149.238	160.956	170.764	178.431	171.230	172.009
ÇİN	39.261	45.189	56.721	60.083	60.623	61.39 6	56.280
ALMANYA	11.330	13.672	12.848	13.056	13.609	12.227	12.348
İTALYA	10.659	11.640	10.918	11.592	11.977	10.626	10.676
POLONYA	7.909	9.395	8.696	9.873	11.117	9.994	10.657
ABD	6.411	7.007	7.829	8.188	8.761	8.679	8.550
MEKSİKA	4.424	4.909	5.960	6.682	7.719	7.799	8.036
VİETNAM	2.979	3.163	3.666	4.060	4.748	5.206	7.849
KANADA	3.624	3.888	3.989	3.948	4.165	4.389	4.682
ÇEK CUMHURİYETİ	2.370	2.809	2.610	3.137	3.623	3.532	4.144
İNGİLTERE	1.883	2.254	2.189	2.353	2.801	2.747	2.801
FRANSA	2.824	3.043	2.793	2.971	2.965	2.695	2.749
HOLLANDA	1.672	2.229	2.211	2.247	2.300	2.234	2.426
MALEZYA	2.556	2.589	2.674	2.416	2.542	2.429	2.378
ROMANYA	1.521	1.842	1.775	2.106	2.431	2.205	2.359
İSPANYA	1.801	1.903	1.824	2.169	2.293	2.097	2.323
DANİMARKA	2.116	2.306	2.214	2.283	2.433	2.214	2.294
TÜRKİYE	1.415	1.658	1.899	2.237	2.421	2.257	2.231
İSVEÇ	2.266	2.598	2.445	2.399	2.325	2.011	1.999
PORTEKİZ	1.348	1.518	1.459	1.638	1.855	1.741	1.866
BELÇİKA	2.091	2.117	1.864	1.998	1.824	1.585	1.660

**Kaynak:**<https://m.trademap.org>

<sup>80</sup>Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Maden, Metal ve Orman Daire Başkanlığı, *Mobilya Sektör Raporu 2016*, <http://www.ekonomi.gov.tr>, s.13.

Dış ticarete ekonomik değer yaratan ülkelerin pazardan aldıkları pay oranlarını ise grafik şeklinde inceleyebiliriz.

Grafik: 2. 2 Dünyada Mobilya İhracat Dağılımı (%)



#### 1.4.2. Dünyada Mobilya İthalatı

Dünya’da mobilya ithalatı yıllar boyunca artış eğilimli olmuştur. 2002 yılında 68 milyar dolardan 2011 yılında 139,6 milyar dolara yükselmiştir. 2014 yılında ise ithalat bir önceki yıla göre %7,7 oranında artış göstererek 130,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılında ise; 167 milyar \$’a çıkmıştır. İthalatta en büyük pay ihracatta olduğu gibi AB ülkelerine aittir.

Dünyanın en büyük mobilya ithalatçısı ülke ABD’dir. ABD 2016’da 51.536 milyar dolar değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. ABD, en büyük ithalatçı ülke olarak %30.2 pay almıştır. İkinci sırada ise Almanya gelmektedir ve 2016’da 14.697 milyar dolarlık ithalatı ile dünya mobilya ithalatının %8.79’unu gerçekleştirmiştir. Diğer önemli ithalatçı ülkeler ise şöyledir; İngiltere, Fransa, Japonya, Kanada ve

Hollanda'dır.<sup>81</sup> Bu bilgileri daha net görebilmemiz için aşağıda; dünyada mobilya ithalatını en fazla yaparak ekonomide oluşturdukları değerlere göre sıralanan ilk 20 ülkenin son 7 yıl içerisindeki yarattıkları değerlerini ve bu ülkelerin ithalat dağılımındaki paylarını inceleyeceğiz.

**TABLO:2. 4 Dünya Mobilya İthalatında Başlıca Ülkeler ( milyon \$)**

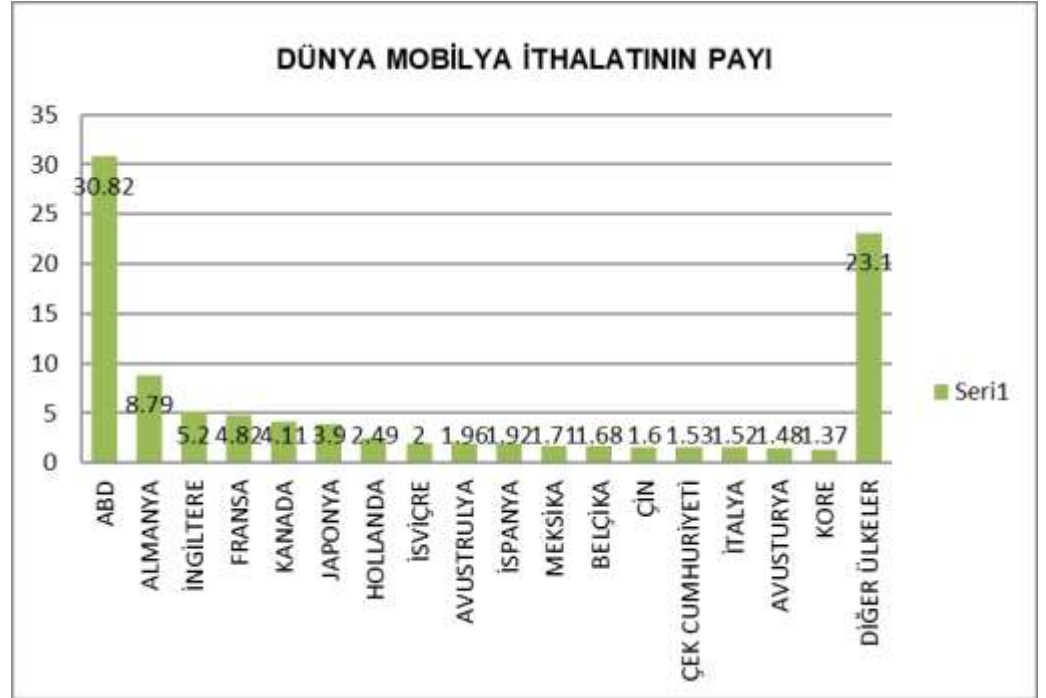
ÜLKELER	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>DÜNYA</b>	134.393	148.054	150.849	157.810	168.610	165.393	167.238
<b>ABD</b>	34.820	35.982	39.515	42.025	45.656	50.136	51.536
<b>ALMANYA</b>	12.567	14.547	13.709	14.302	16.093	14.479	14.697
<b>İNGİLTERE</b>	8.519	8.052	7.528	7.911	8.961	9.014	8.702
<b>FRANSA</b>	8.519	9.251	8.643	8.081	8.420	7.579	8.058
<b>KANADA</b>	5.988	6.350	6.850	6.807	6.980	6.738	6.874
<b>JAPONYA</b>	5.568	6.339	7.021	6.927	7.009	6.425	6.522
<b>HOLLANDA</b>	3.327	3.969	3.601	3.539	3.748	3.855	4.159
<b>İSVİÇRE</b>	3.032	3.562	3.414	3.620	3.653	3.359	3.344
<b>AVUSTRALYA</b>	2.756	2.926	3.073	3.141	3.367	3.353	3.282
<b>İSPANYA</b>	3.398	3.211	2.540	2.633	3.038	2.991	3.216
<b>MEKSİKA</b>	1.740	2.039	2.404	2.772	2.884	2.985	2.853
<b>BELÇİKA</b>	3.172	3.525	3.154	3.831	3.444	2.657	2.806
<b>ÇİN</b>	1.732	2.252	2.334	2.547	2.792	2.532	2.683
<b>ÇEK CUMHURİYETİ</b>	1.195	1.471	1.432	1.659	2.046	2.148	2.563
<b>İTALYA</b>	2.687	2.825	2.333	2.396	2.667	2.419	2.544

<sup>81</sup>Mehmet Emin Aykurt, *Türk Mobilya Sektöründe Faaliyet Gösteren Büyük Firmaların Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Etkisinin Tasarım Perspektifinden Değerlendirilmesi: Kayseri Örneği*, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, ( Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: 2014, s.19.

AVUSTURYA	2.397	2.792	2.851	2.873	2.876	2.412	2.473
KORE	1.510	1.609	1.588	1.737	2.053	2.278	2.287
İSVEÇ	2.060	2.317	2.133	2.244	2.374	2.149	2.183
POLONYA	1.302	1.521	1.334	1.553	1.887	1.803	1.926
NORVEÇ	1.796	2.046	2.157	2.130	2.181	1.910	1.812

**Kaynak:** <https://m..trademap.org>

**Grafik: 2. 3 Dünya da Mobilya İthalat Dağılımı (%)**



## 2.TÜRKİYE EKONOMİSİNDE MOBİLYA SEKTÖRÜ

Türkiye, dünya mobilya sektöründe diğer ülkelere göre mobilya sektöründe en hızlı gelişim gösteren ülkelerden biri olmuştur son 15 yıl içerisinde. Birçok önemli büyük, orta ve küçük ölçekli imalat firmaları ülkenin çeşitli bölgelerinde mevcuttur. Bu bölgelerin başında Kayseri, İstanbul, Ankara, Bursa-İnegöl, İzmir ve Kocaeli gibi şehirler gelmektedir. Bu şehirlerde özellikle son yıllarda Kayseri ve Bursa- İnegöl

bölgesi hem iç pazarda hem de dış pazarda hatırı sayılır ekonomik değerler yaratmaktadır. Bu bölgelerde gerçekleştirilen ticaret küreselleşmenin etkisi, iç pazarın çeşitli dönemlerde daralması ve tüm sektöre yetememesinden dolayı, mobilya sektörünü dış piyasalara da açarak ülke ekonomisine katma değeri yüksek bir sektör kazandırmıştır. Ticaret, sadece bu bölgelerle sınırlı kalmamaktadır. Yukarıda saydığımız tüm şehirlerin dışında küçük çaplı üretimler ülkenin her yerinde devam etmektedir. Ancak bu işletmeler daha çok geleneksel yöntemlerle üretimlerine devam etmektedir. Kayseri, Bursa-İnegöl, İstanbul gibi bölgelerde daha çok teknolojinin de yardımıyla modern üretim tesisleri kurulmuş ve dış piyasaları tatmin edecek, modern, konforlu, şık ve günün trendlerini takip edebilen ürünler piyasaya sürülmektedir.

Mobilyacılık sektöründe trendleri yakalamak oldukça önemli olması nedeniyle son yıllarda AR-GE çalışmalarına hız verilmiş ve dünyanın çeşitli ülkelerinde yılda 60 defa gerçekleştirilen fuarlara katılmaya başlanmıştır. Bu fuarlardan iki tanesi de bizim ülkemizde gerçekleşmektedir. Tüm bu faaliyetler Türk mobilyacılık sektöründe dış ticarete yukarı yönlü bir yol çizelgesi oluşturmuştur. Dönem dönem çeşitli etkenlerden dolayı duraksama veya yavaşlama yaşansa da ekonomi açısından oldukça önemli bir sektör haline gelmiştir.<sup>82</sup> Aşağıda tablo ve grafik yardımıyla mobilya sektörü içerisinde çalışan işçi ve girişimci sayılarını ve 2013-2017yılları arasındaki kapasite kullanım oranlarını da inceleyeceğiz.

Net üretim miktarlarına ulaşamamaktadır çünkü firmalar çeşitli sebeplerle bunları resmi kurumlarla paylaşmamaktadır.

---

<sup>82</sup> Türkiye Mobilya Sanayii, TC Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sanayi Genel Müdürlüğü, Ankara. [www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/mobilya-31032010112146.doc](http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/mobilya-31032010112146.doc), ( 29.09.2017)



**TABLO:2. 5 Mobilya Sektöründe İşçi ve Girişimci Sayısı**

GENEL TOPLAM	GİRİŞİMCİ	ÇALIŞAN SAYISI
	2.591.372	11.538.561
İMALAT SANAYİ	334.593	3.171.767
İMALAT SANAYİ İÇERİSİNDEKİ PAY	10.7	5.5
MOBİLYA SEKTÖRÜ	35.858	174.915

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr

**TABLO:2. 6 Türkiye Mobilya Sektörü Kapasite Kullanım Oranı (%)**

YILLAR	2013	2014	2015	2016	2017
ORANLAR	71,41	71,78	72,40	71,25	74,34

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr

## 2.1. TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN DOĞUŞU

Mobilya sektörü, Türkiye'nin en eski ve gelişmekte olan sektörlerinin içinde yer almaktadır. Sektörün geçmişi 19.yy'a kadar dayanmaktadır. Sektör, geçmişten günümüze kadar kendini geliştirerek var olmayı başarmıştır. Küçük atölyelerde ustaların ellerinden çıkan mobilyalar, günümüzde atölye üretimiyle birlikte sanayi boyutunda üretime yönelmiştir.

Türk Mobilya Sanayiinin yapısal görünümüne bakıldığında; çoğu geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu bir görünüme sahiptir. Son yıllarda küreselleşmenin getirdiği rekabet baskısı ile geleneksel üretim anlayışının bilgi, sermaye ve tasarım ağırlıklı bir üretim yaklaşımına doğru dönüşmektedir. Bu dönüşüm sonucunda, dünya standartlarında üretim yapan orta ve

büyük ölçekli işletmelerin de sayısı artmaya başlamıştır.<sup>83</sup> Sektörde son yıllarda dünya standartlarında üretim yapan tesisler kurulmuş, bayilik teşkilatlarıyla ülkenin birçok noktasına ve dünyaya ürün satar bir konuma ulaşılmıştır. Sektör her yıl ürün yelpazesini geliştirmek de ve çeşitliliğini artırmaktadır. Türkiye'nin 12,5 milyar \$ değerinde olduğu düşünülen üretim kapasitesi ise dünya mobilya üretiminin %3,6'sını oluşturmaktadır.

İç ve dış pazarlara yönelen Türk mobilya sektöründe, panel mobilya, masif mobilya, kanepeler, oturma grubu, tablalı mobilya (mutfak, banyo, ofis yatak odası), bahçe mobilyaları, mobilya aksesuarları ve parçaları, taşıt mobilyaları, hastane mobilyaları, otel mobilyaları, aksesuarlar gibi geniş yelpazede üretim yapılmaktadır. 1980'li yıllardan sonra Türkiye'deki sosyo-ekonomik gelişmeler özellikle büyük metropollerde, fonksiyonel ve modern mobilya taleplerini artırmıştır.<sup>84</sup>

Sektör, TÜİK tarafından yapılan 'gelirler ve yaşam koşulları' araştırmasına göre harcamalardan aldığı pay bakımından hane halkı gider kalemleri içerisinde; %5,1 ile 5. sırada yer almaktadır. Mobilya sıralamada, kira-konut, gıda, ulaşım, lokanta-otel harcamalarından sonra yer almaktadır.<sup>85</sup>

Mobilya sektörünün, toplam imalat sanayi üretimi içindeki payı %1,3'tür. Genellikle atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerin çoğunlukta olduğu bir sektördür. Buna karşın özellikle son 15-20 yıllık dönem içerisinde küçük ölçekli işletmelerin yanı sıra orta ve büyük ölçekli işletmelerin sayısı da artmaya başlamıştır. İlk 500 şirket içinde orman ürünleri ve mobilya endüstrisi işletmelerinin 2002 yılından sonra ani bir sıçrama yaptığı gözlenmektedir. Mobilya sektörü, 1999 yılında yaşanan deprem ve ekonomik krizlerden olumsuz biçimde etkilenmiştir. Bunun sonucu olarak da çok sayıda işletme kapanmış, birçoğu düşük kapasitelerle çalışmak zorunda kalmıştır. Ancak bu durum büyük işletmelerde yaşanmamıştır. Büyük işletmeler azalan iç talep karşısında

---

<sup>83</sup>Devrim Karademir, *Türkiye Mobilya Endüstrisindeki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ'LERİN) Avrupa Birliğine Uyumlaştırılması*, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Doktora Tezi), İstanbul, 2014, s.118.

<sup>84</sup>Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, *Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu 2013,2014*, Ankara, <http://www.tobb.gov.tr>

<sup>85</sup> Hikmet Yazıcı, Selman Karayılmazlar, "Türkiye Ahşap Mobilya Sektörü ve Ekonomik Geişimi", *ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, C.3S.3,2001, ss.4-12

ihracata yönelerek krizden daha az etkilenmişlerdir.<sup>86</sup> Küçük işletmeler ise buldukları kötü piyasa şartlarına alternatif üretemeyip piyasadan birer birer silinmişlerdir.

Günümüzde mobilya endüstrisi, pazarın yoğunlaştığı ve/veya orman ürünlerinin yoğun olduğu belirli bölgelerde toplanmıştır. 2017 yılı SGK verilerine göre mobilya sektörü imalat sanayi içinde 20.867 işletme ile dördüncü, yarattığı 165.118 kişilik istihdam ile yedinci sırada yer almaktadır. Türkiye’de mobilya sektörünün üretim yaptığı iller incelendiğinde; ilk sıralarda İstanbul, Kayseri, Bursa, Ankara ve İzmir bulunmaktadır. Bunun dışında Bolu, Eskişehir, Sakarya, Zonguldak, Trabzon, Balıkesir, Antalya ve Burdur’da da mobilya üretiminin yapılmakta olduğu görülmektedir.<sup>87</sup> Önemli üretim bölgelerinin toplam üretimdeki payları sırasıyla şöyledir; Ankara %30, İstanbul %18, İzmir %9, Adana %9, Bursa %6, Eskişehir %4 ve Kayseri %5’tir.<sup>88</sup> Bu bölgeler arasında en dikkat çekici olanları ise Bursa-İnegöl Bölgesi ve Kayseri bölgesidir. Bursa İnegöl bölgesi; ticaret dinamiği yüksek bir bölgedir. Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunmasının getirdiği ticari hareketliliği ve hammadde kaynaklarına yakın olmasının avantajını iyi değerlendiren İnegöl bugün artık mobilyasıyla da anılmaktadır. Bölgenin ihracatta yakaladığı başarı, Bursa İnegöl’ün mobilyada önemli bir uluslararası merkez olma yolunda ilerlediğini göstermektedir. Kayseri bölgesi ise teknolojik gelişmeler ve yeni yatırımlarla bugün mobilyanın her dalında üretim yapan firmaları ile Türkiye’nin önemli bir mobilya merkezi haline gelmesini sağlamıştır. Sektörün en büyükleri Kayseri Şehri içinde yer almaktadır.<sup>89</sup>

---

<sup>86</sup> Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, *Mobilya Sektör Raporu 2016*, <http://www.oaib.org.tr> ,(25.10.2017),s.12

<sup>87</sup>Karademir, a.g.e., 120-121).

<sup>88</sup> Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, *Mobilya Sektör Raporu 2016*, <http://www.oaib.org.tr> ,(25.10.2017),s.12.

<sup>89</sup> Beyza Köksal, “Türkiye de Mobilya Sektörünün Gelişimi: Kayseri Örneği”, *Journal of Advanced Technology Sciences*, C6.S3.2017,ss 411-414

## 2.2. TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ

Mobilya sektörü; gelişime, yeniliğe açık bir sektör olması ve ülkemizin ekonomik açıdan kalkınma ve yeni atılımlar içerisinde olması nedeniyle, gelişme trendini hızlandırmıştır. Sektörün hem iç piyasada yarattığı hareketlilik hem dış ticaretle oluşturduğu katma değerler buradan kaynaklanmaktadır.

Mobilyacılık sektörünün ülkemizde devlet destekli olarak büyümesinin sağlanması firmalar için cazip bir sektör olmaktadır. Birçok bakanlığın ve resmi kuruluşun yaptığı ortak çalışmalarla sektör içindeki hem üretim ve üretim merkezleri artmakta hem istihdam oluşturulmaktadır. Oluşturduğu istihdam ve katma değer ile ülke ekonomisine büyük katkılar sağlamaktadır.

Türkiye de mobilya sektörü son 12 yıllık dönem içerisinde dış ticaret açığı vermeyen nadir sektörlerden birisi haline gelmiştir. Hızlı gelişim ve değişim sürecinde olan bu sektör, markası, kalitesi, sektördeki küçük – büyük ölçekli işletmeleri, coğrafi konumu, ülkenin genel büyüme yönlü politikası, genç nüfusu, kişi başına düşen milli gelirin iyileşmesi, hammadde kaynakları gibi faktörler doğrultusunda iç ve dış pazarlarda potansiyel arz eden sektör konumuna gelmesine neden olmuştur. Bu etmenler ülke ekonomisi için sektörü stratejik bir önem haline getirmiştir. Bu durumun fazlaca önemsenmeye başlanmasından dolayı hem resmi hem özel sektörde ekonominin yöneticileri bir dizi çalışmalar yapmaktadır.

9. Kalkınma Planı'nda mobilya sektörü 'Ağaç ürünleri ve Mobilya Sektörü' başlığı ile ilk kez anılmış ve 10. Kalkınma Planında ise mobilya sektörü adına rapor hazırlanmıştır.

Oluşturulan 59 sektör meclisinden birisi 'Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi' olmuştur. Bugüne kadar ağaç işleri sektöründe alt sektör olarak yer alan mobilya sektörü ilk olarak, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından ana sektör olarak tanımlanmıştır.<sup>90</sup> Ancak; Türkiye'de mobilya sektörünün diğer sektörlerle kıyasla küçük çaplı olması ve düşük teknoloji kullanarak üretim yapması sebebiyle Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) kaynaklarından çok fazla bilgi elde edilememektedir. TCMB son beş yıldır dış ödemeler dengesine dair raporlarında,

---

<sup>90</sup> Cengiz Yardibi, *Mobilya Sektöründe Uluslararasılaşma ve Rekabet Stratejiler: Türkiye Örneği*, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Doktora Tezi), Ankara: 2016,s.55.

mobilya sektörünün yurtdışına sermaye çıkışlarını sadece tutar olarak göstermektedir. Türkiye’de doğrudan dış yatırımlara ilişkin verilerin toplanması ve bu alandaki faaliyetlerin izlenmesi için görevlendirilmiş bir resmi birim yoktur. Farklı kurum ya da kuruluşlarca farklı maksatlarla toplanıp, farklı sınıflandırma ve değerlendirme kriterlerine dayanan verilerin tam olarak gerçekçi bilgileri ifade ettiği bu sebeple söylenemez.<sup>91</sup> Sektör adına atılan bu adımlar Türk ekonomisi içerisinde mobilya sektörünün ne denli önem arz ettiğini göstermektedir ve bu durum git gide daha önemli pozisyona gelmektedir.

Sektör, bugün yaklaşık 220 ülkeye 1,9 milyar dolar ihracat yapan, 2001 yılından beri sürekli artış gösteren ihracat değeri ile dış ticaret açığı vermeyen sayılı sanayi sektörlerinden birisi olmuştur. 2023 yılı için 25 milyar dolar üretim ve 10 milyar dolar ihracat hedefi ile dünyanın ilk 10, Avrupa’nın ise ilk 5 büyük mobilya üreticileri arasına girmeyi hedeflemektedir.

### **2.2.1. Türkiye’de Mobilya İhracatı**

Türkiye’de mobilya ihracatı 1980’li yıllardan sonra artmıştır. Ancak dış ekonomik göstergelerde etkisini 1990’lı yılların sonu ve 2000’li yılların başından itibaren göstermiştir. İç pazarın yanında dış pazarda da etki alanı oluşturmaya başlamıştır. Bu gelişmede en çok etki teknolojinin gelişmesi ve küresel ekonominin yaygınlaşma hızı ile gerçekleşmiştir. Büyük ölçekli firmaların modern üretim tesisleri kurması ve bunun paralelinde dış piyasa talebini karşılayacak ürünlerin imal edilmesiyle birlikte her geçen gün pazar ağı genişletilmektedir. Aşağıda ülkemizin en çok mobilya ihracatı yaptığı ülkeleri ve onların ihracat paylarını tablo ve grafik yardımıyla incelenecektir.

---

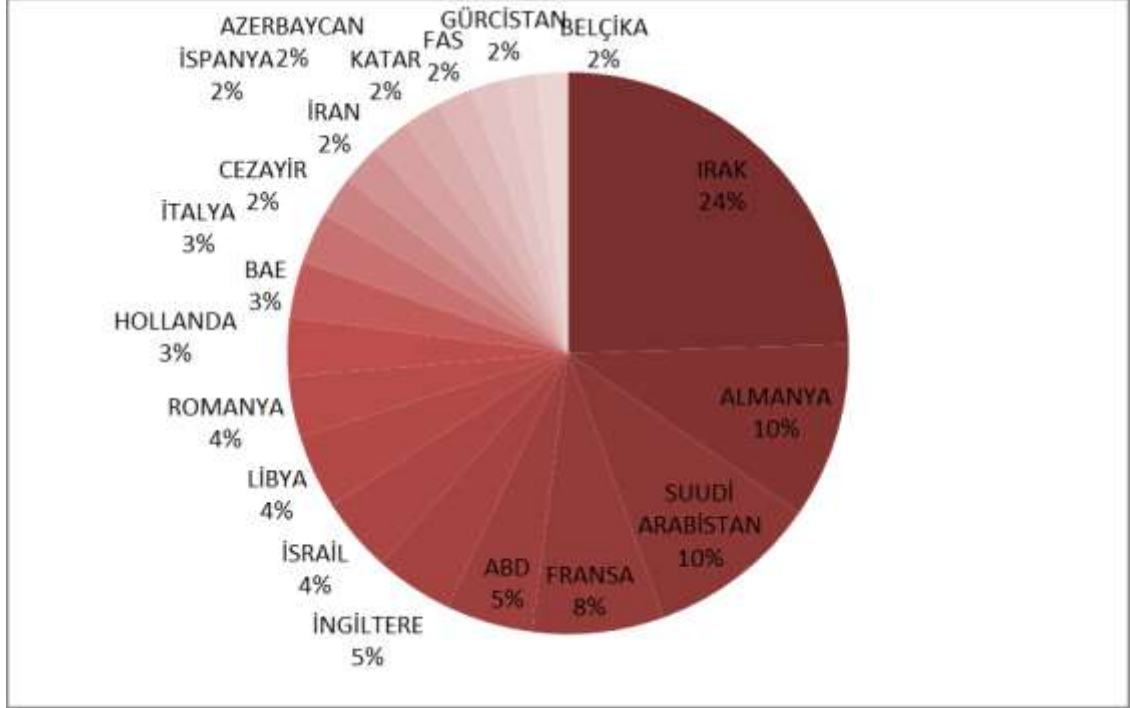
<sup>91</sup> İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası Bilgi Hizmetleri ve Proje Müdürlüğü, *İnegöl Ekonomi Raporu 2016*, s.44

**TABLO:2. 7 Türkiye'nin Mobilya İhracatı ( milyon \$)**

<b>ÜLKELER</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>İRAK</b>	455,15	481,16	428,65	420,12	427,82
<b>ALMANYA</b>	143,94	149,20	155,75	167,23	177,16
<b>SUUDİ ARABİSTAN</b>	84,10	116,31	165,24	156,36	172,49
<b>FRANSA</b>	105,69	118,99	126,12	134,12	132,40
<b>ABD</b>	38,95	64,04	91,22	98,02	87,43
<b>İNGİLTERE</b>	57,60	63,31	63,13	74,03	78,83
<b>İSRAİL</b>	30,51	33,08	36,96	54,84	75,41
<b>LİBYA</b>	237,10	189,94	137,56	80,34	75,09
<b>ROMANYA</b>	27,98	47,49	44,69	56,68	61,27
<b>HOLLANDA</b>	46,35	46,57	44,42	49,88	58,89
<b>BAE</b>	41,03	40,80	58,05	62,07	56,18
<b>İTALYA</b>	33,90	35,96	37,80	42,53	51,97
<b>CEZAYİR</b>	18,53	32,22	39,19	45,29	41,54
<b>İRAN</b>	31,36	37,85	41,31	40,77	39,96
<b>İSPANYA</b>	22,35	24,85	23,96	32,91	39,34
<b>AZERBAYCAN</b>	166,78	177,95	102,19	51,38	38,16
<b>KATAR</b>	18,77	16,34	21,66	27,17	36,10
<b>FAS</b>	12,70	16,46	18,68	23,34	34,10
<b>GÜRCİSTAN</b>	30,89	43,84	30,80	30,18	31,95
<b>BELÇİKA</b>	22,05	25,56	24,48	31,15	31,76
<b>TOPLAM</b>	2,237,	2,421,	2,256,	2,233,	2,361,

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistem

Grafik: 2. 4 Türkiye Mobilya İhracat Payı (%)



**Kaynak:** <https://m.trademap.org>

Yukarıdaki verilerden hareketle Türkiye mobilya ihracatında en fazla ihracatı Irak'a yapmıştır. Onun takip eden ülkeler ise Almanya, Suudi Arabistan, Fransa olmuştur. İhracat rakamlarına baktığımızda ülkelerin düzenli bir seyir içinde olmadığını yıllara göre artış veya azalışlar gösterdiğini görmekteyiz.

### 2.2.2. Türkiye'de Mobilya İthalatı

Türkiye mobilyacılık sektöründe yapılan dış ticarete ihracatla birlikte ithalatta önemli bir yere sahiptir. Ülkemizin mobilya sektöründe yaptığı ithalatta en başta gelen ilk 20 ülkeyi ve bu ülkelerin ithalat paylarını aşağıda tablo ve grafik yardımıyla inceleyeceğiz.

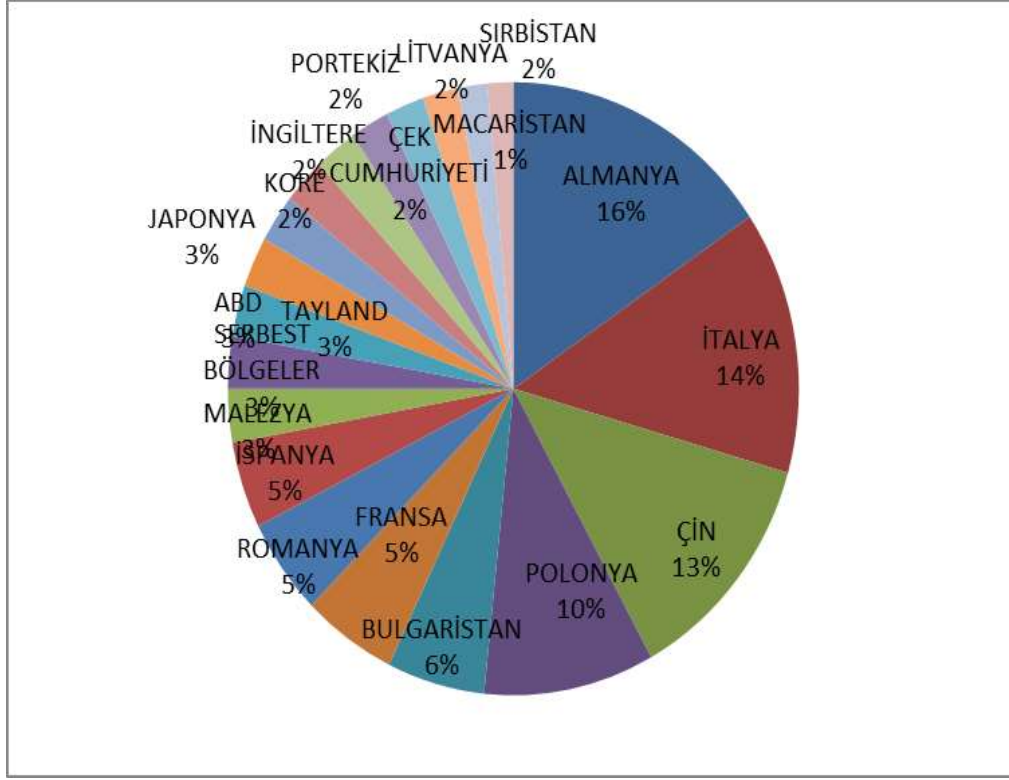
**TABLO:2. 8 Türkiye'nin Mobilya İthalatı ( milyon \$)**

ÜLKE	2013	2014	2015	2016	2017
<b>TOPLAM</b>	968,66	991,68	850,60	605,77	614,83
<b>İTALYA</b>	118,83	108,75	88,17	88,18	76,07
<b>ÇİN</b>	333,95	349,16	277,15	76,95	68,66
<b>POLONYA</b>	56,75	52,12	49,67	50,29	52,80
<b>ALMANYA</b>	103,66	96,05	86,87	78,88	84,88
<b>BULGARİSTAN</b>	9,65	11,71	20,82	28,05	30,28
<b>FRANSA</b>	42,93	39,34	35,63	34,60	29,1
<b>ROMANYA</b>	30,78	31,90	33,92	22,66	27,82
<b>İSPANYA</b>	44,91	31,66	15,28	15,32	25,02
<b>MALEZYA</b>	5,55	4,64	5,05	13,64	15,41
<b>SERBEST BÖLGELER</b>	31,82	53,63	27,88	18,27	15,14
<b>ABD</b>	16,35	16,35	20,14	15,81	14,86
<b>TAYLAND</b>	13,58	13,69	11,53	14,72	14,50
<b>JAPONYA</b>	15,18	13,48	12,00	11,43	13,83
<b>KORE</b>	15,29	11,83	18,98	16,21	13,29
<b>İNGİLTERE</b>	9,33	9,36	12,04	11,42	13,20
<b>ÇEK CUMHURİYETİ</b>	10,80	17,78	12,39	15,73	12,01
<b>PORTEKİZ</b>	4,09	4,06	3,95	6,65	11,98
<b>LİTVANYA</b>	9,43	7,86	8,61	10,11	10,77
<b>SİRBİSTAN</b>	0,15	0,21	0,11	4,53	9,19
<b>MACARİSTAN</b>	7,22	8,61	9,90	9,19	8,00

**Kaynak:**<https://m.trademap.org>



**Grafik:2.5TürkiyeMobilyaİthalatPayı**



**Kaynak:**<https://m.trademap.org>

Yukarıdaki verilerden hareketle en fazla ithalat yaptığımız ülkelerin ilk sırasında Almanya gelmektedir. Almanya'yı, İtalya, Çin, Polonya takip etmektedir. İthalat rakamlarının da ihracatta olduğu gibi düzenli bir seyir seyretmediğini görüyoruz. Ünelere yıllara göre yaptığımız rakamlar değişmektedir.

### 2.3.TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER

Mobilya sektöründe küçük işletmelerin yoğunluğuna rağmen, modern tasarımın öne çıkmaya başlaması, marka bilincinin oluşması/oluşturulması, mobilya tasarımcılarının yetiştirilmesine gereken ilginin gösterilmeye başlanması ve istihdamlarının sağlanması, tüketim toplumunun bir sonucu olarak sosyal yaşamda

mobilyanın bir statü göstergesi kabul edilmesi gibi çeşitli soyut ve somut faktörler sektörün gelişimi açısından oldukça önem arz etmektedir.<sup>92</sup>

Mobilya gerek tasarım yönüyle gerek fonksiyon yönüyle, gerekse üretim ve malzeme gibi teknik detayları yönüyle zaman, şart ve yaklaşımlara bağlı olarak kendini yenilemiş ve değişiklikler göstermiştir.

Binlerce yıldır süregelen geleneksel mobilya üretimi Sanayi Devrimi gibi çok önemli bir süreçten geçmiş ve önemli bir sınavı atlatıp kendini yeni yeni tanıyan bir sektör haline gelmiştir. Ancak üretimin artıp, ürünlerin bolladığı ve ucuzladığı bu dönem sonrasında mobilya sektörü küreselleşmeyle karşı karşıya gelmiş ve tekrar bir adaptasyon sürecine girmiştir. 20. yy'ın sonlarına doğru başlayan hızlı teknolojik gelişmeler ve internetin tarih sahnesine çıkmasıyla iyice küçülen dünyada bu sektör rekabetçiliğin zorlu arenasına çıkmış ve kendine bir yer edinmeye çalışmıştır.<sup>93</sup> Küreselleşmenin etkisiyle oluşan rekabet koşullarında işletmeler kendilerine yer edinmeye çalışırken, hızla değişen iç ve dış çevre koşullarının etkisi altına girmiştir. Uzun dönemli karlılık ve rekabet avantajı elde edebilmek için çevrelerinde meydana gelen değişikliklere uyum sağlamanın ötesinde değişimi gerçekleştirerek çevreyi etkilemek zorunda kalmışlardır.<sup>94</sup>

Sektörel olarak sahip olduğu düşük teknoloji ve mobilya ürünlerine olan fazla talep, mobilya endüstrisini özellikle düşük teknolojiye sahip ülkelerin uluslararası ticarete söz sahibi olabilmeleri için bir imkân ve hareket noktası olmuştur. Türkiye'nin de bu noktadan hareket ederek bu anlamda kendisini geliştirebilmek ve dünya arenasına çıkabilmek için bu sektör adına sahip olduğu olumlu ve olumsuz yönlerini iyi analiz etmeli ve bu sektör içindeki gelişimin dünyada bir parçası olabilmelidir. Aşağıda bu anlamda Türkiye'nin sahip olduğu avantaj ve dezavantaj yönlerine değinilmektedir.

---

<sup>92</sup>Aykurt, a.g.e., s.7.

<sup>93</sup> Ersin Eskiler, Müjdat Özmen, Cevahir Uzkurt, "Bilgi Yönetimi Pazar Odaklılık ve Pazarlama Yeniliği İlişkisi: Mobilya Sektöründe Bir Araştırma", *Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.6, S.1, 2011, s.32.

<sup>94</sup> Küçük Hüseyin Koç, Ahmet Kurtoğlu, Emine Seda Erdinler, Ender Hazar, Türkiye Mobilya Endüstrisine Stratejik Bir Bakış, *Selçuk Üniversitesi 3. Ulusal Mobilya Kongresi 2015*, s.1157.

### 2.3.1.Sektörel Avantajlar

Türkiye mobilya endüstrisi, her sektörde olduğu gibi kendi içerisinde avantaj ve dezavantajlarını da barındırmaktadır. Bu noktada önemli olan husus, burada dezavantajları azaltabilmek ya da var olan avantajları en iyi şekilde kullanarak dezavantajların etki alanını azaltabilmektir. Mobilyacılık sektörü her daim dinamik bir sektördür.<sup>95</sup> Gelişime ve yeniliğe dönük olan bu sektör bu özelliğini avantaj olarak kullanmaktadır. Ülkemizde genç nüfusa oranı fazladır. Her bireyin artık kendi dünyasını kurması ve bu dünyanın her alanında mobilya eşyalarının olmazsa olmaz haline gelmesi sektörü hem ürün çeşitliliğini hem fonksiyon çeşitliliğini artırmıştır. Bu durumda pazar da hareketliliğini fazlalaştırmıştır. Dış piyasa açısından ise devlet desteklerinin artırılmaya başlanması sektörün üreticiler açısından avantajlı sektör haline getirmektedir. Kurulan üretim sahaları düşük teknoloji ile oluşturulması maliyetleri azaltmasından dolayı en büyük avantajlarından olmaktadır.

Türkiye bulunduğu coğrafi konum itibariyle Asya ile Avrupa arasında köprü görevi görmektedir ve birçok ülke arasında transit yol görevini yerine getirmektedir. Bu yönlerde dağıtım hacmini güçlendirmektedir ve aynı zamanda dağıtım maliyetlerinde de azalmasına sebep olmaktadır. Özellikle Avrupa Ülkelerine dağıtım maliyetlerinde ucuzluk önem arz etmektedir. Ayrıca sahip olduğu iş gücü potansiyeliyle üretim alanında maliyetleri oldukça düşürmektedir. Diğer sanayi sektörlerinde olduğu gibi yapılan üretimler için yüksek oranlı ithalatlara ihtiyaç duymadan üretim yapabilme kapasitesine sahiptir. Özellikle son zamanlarda yenilikçi düşünce tarzıyla hareket etmeye başlayan, dünyaya açılan yeni teknolojik alt yapılarıyla üretim kapasitelerini güçlendiren büyük ölçekli firmalara sahip olması ve son zamanlarda pazar çeşitliliğini artırarak sadece AB ülkelerine değil Güney Amerika'dan Rusya'ya, Afrika'ya ve Asya'ya kadar uzanan bir hat üzerinde devam ettirmektedir.<sup>96</sup> Son birkaç yıldır Ortadoğu pazarında yaşanan gelişmeler ihracatı olumsuz etkilemiş olsa da ülkemizin Irak, İran ve Libya gibi Ortadoğu ülkelerine yaptığı ihracat oranı 2009'dan beri

---

<sup>95</sup>Bülent Altay, Koray Gürpınar, "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F.Dergisi*, C.10, S.1, 2008, ss.258-262

<sup>96</sup>Mehmet Çolak, Tahsin Çetin, "Qualifications Sought in Tecnicical Employees by SME Businesses(Furniture Industry Sample)", *Global Business Research Congress 2016, PRESS Academia Procedia*, ss.610-613

genellikle pozitif bir seyir izlemektedir. Ayrıca, Türki Cumhuriyetler ile de geliştirilen ilişkilerin mobilyacılık sektörüne ihracat anlamında katkı sağladığı söylenebilir ve bunların Türkiye açısından oldukça önemli avantajlar olarak değerlendirilmektedir.

### 2.3.2. Sektörel Dezavantajlar

Türkiye’de mobilya sektörünün geçmişi uzun yıllara dayanmaktadır ve geleneksel sistem uzun süre devam etmiştir. Bu sebeple yeniliğe karşı direnç oldukça fazladır. Son 20 yıllık dönemde Türkiye mobilya sektörü gerek ülke gerekse dünya ticaretindeki payını arttırmasına rağmen ihracatta henüz istenilen başarı yakalanamamıştır. Bunun başlıca nedenleri arasında hammaddenin verimli kullanılmaması ve sermaye kaynaklarının yetersiz olması, üretimin ağırlıklı olarak geleneksel atölye tipi, küçük ve orta ölçekli işletmelerde yapılması, bu tarz işletmelerin yoğunluğu ve bu işletmeler de emek yoğun çalışılması, aynı zamanda mesleki eğitim ve kalifiye eleman yetersizliği, tasarım konusunda zayıf olunması ve bu konu da bilgi eksikliğinin yaşanması, markalaşma konusunda zayıf olunması, kalite ve üretim standartlarının düşük olması, tanıtım eksikliğinin az olması yıl da sadece iki defa uluslararası fuarın düzenlenmesi, bu sektördeki şirketlerin çoğunluğunun aile şirketi olması ve kurumsal yapıdan uzak olmalarının kırılğan yapıda olmalarına neden olması, devlet desteklerinin yetersizliği ve finansman sorununun var olması,<sup>97</sup> sektörde kayıt dışılığın fazla olması ve dış piyasalar ile ilgili deneyim ve bilgi yetersizliği gelmektedir.<sup>98</sup>

---

<sup>97</sup>Bashimov, ”Mobilya Endüstrisi: Türkiye’nin Küresel Piyasadaki Karşılaştırmalı Üstünlüğü”, ss23-26

<sup>98</sup>Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, *Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu 2013*, <http://www.tobb.org.tr>. (04.11.2017),s.VI

## 2.4. TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜNDE İNEGÖL

İnegöl'de mobilyacılığın geçmişi, Türkiye'de mobilyacılığın başlangıcının öncesine dayanmaktadır ve 1700'lü yıllara kadar gitmektedir. Coğrafi yapısı ile etrafının ormanlarla çevrili oluşu, ağacın kereste atölyelerinde işlenip kalas halini alarak yurt içinde ihtiyaç olan yerlere gönderilmesi ile başlamıştır. Cumhuriyet'in kurulduğu yıllarda kerestecilik, yumurta sandığı, at arabası imalatı ile devam etmiş, daha sonra sandalyecilik, sehpacılık ve koltuk imalatları yerini günümüzde son teknolojik imkânların, makinelerin kullanıldığı bir dönemde her türlü ağaç işlerinin yapılabildiği bir üretim sahasına bırakmıştır. Sektörde büyük beğeni toplayan çeşitlerden modern ve klasik koltuk takımları, yatak odası ve yemek odası takımları, oturma grupları, çekyat, kanepeler, çocuk ve genç odası mobilyaları, mutfak ve mobilya aksesuarları vardır. İnegöl mobilyacılığın bugünkü ekonomiye katkısı küçümsenemeyecek kadar büyüktür. Kurulduğu yıllarda parmakla sayılabilecek kadar az ve küçük işletmelerde üretim yapılan bölge, bugün yerini yüzlercesine ve büyümekte olan işletmelere bırakmıştır. Bu iş yerlerinde üretilen mobilyaların çeşitleri ve modelleri oldukça zengindir. Sektördeki firmalarımız, İnegöl'ün her yıl ev sahipliği yaptığı mobilya dekorasyon fuarları ile hem ulusal hem de uluslararası düzeyde iş adamları ve nihai tüketicileri misafir etmekte ve onlara İnegöl mobilyasını tanıtmaya fırsatı yakalamaktadır.<sup>99</sup>

### 2.4.1. İnegöl Mobilya Sektörünün Doğuşu

İnegöl mobilya sektörünün temeli ağaç işletmeciliğine dayanmaktadır. Bölgenin coğrafi özelliklerinin sağladığı imkanlarla ağaç işleri açısından zengin hammadde kaynağına sahip olduğu görülmektedir ve ağaç işletmeciliğinin geçmişi tarihinin çok öncelerinde başladığı görülmektedir.

İnegöl'deki ahşap işçiliği ile ilgili ilk bilgiler 1523 tarihli Hüdavendigâr Livası Tahrir Defterinde rastlanmaktadır. Kayıtlarda kürek üretimi yapan köylerden bahsedilir. "Kürekçidirler" diye kayda alınan hanelerin kadirga küreği imalatı yaptıkları

---

<sup>99</sup> İnegöl Belediyesi Başkanlığı, *İnegöl Tarihçesi*, <http://www.inegol.bel.tr/inegol/inegoltarihi>, (04.12.2017)

düşünülmektedir. 17. Yüzyıl sonlarına doğru ise İnegöl'den Gemlik ve İstanbul tersanelerine kereste ticaretinin yapıldığı görülmektedir. Cumhuriyet'in ilk yıllarına gelindiğinde kereste ticaretinin yanında "Hazeran Sandalye" denilen sandalye üretimine başlanmıştır. İnegöl'ün ilk ciddi üretimi bu sandalyelerdir. Tüm Türkiye'ye bu bölgeden pazarlanmıştır. Hazeran sandalye üretimi İnegöl'ün iptidai koşullarından sanayi tipi üretime geçiş noktasıdır, denilebilir.1950'li yıllara gelindiğinde ise mobilya talebi yükselmiş ve piyasaya artık metal sandalyeler girmiştir. Üreticilerde 1960'lı yılların başları itibariyle imalatlarında yön değiştirmiş ve koltuk iskeleti imalatına başlamışlardır. Aynı zamanda Türkiye'de sunta fabrikalarının da kurulmaya başlanmasıyla birlikte ahşabı yakından tanıyan İnegöl tamamen mobilya üretimine yönelmiştir. 1970'li yıllarda Türkiye bilinen bir mobilya bölgesi haline gelmiştir. Bu yıllarda tesis edilen Organize Sanayi Bölgesi, mobilya sanayisine önemli katkılar sağlamıştır. Tüm bu gelişmeler bize İnegöl mobilya bölgesinin doğuşunun uzun bir süreç kapsamında gerçekleştiğini göstermektedir.<sup>100</sup>

#### **2.4.2.İnegöl Mobilya Sektörünün Gelişimi**

Mobilya sektörü Türkiye'nin diğer bölgelerinde olduğu gibi Bursa-İnegöl sanayi bölgesinde de 1990'lı yıllarla birlikte gelişmesi hız kazanmıştır. 1990'lı yılların başlarında suntalem malzemesi ile tanışan İnegöl mobilya sanayisi, geleneksel atölye sisteminden fabrikasyon sistemine geçmeye başlamıştır. O dönemlerde ülkede gerçekleşen sosyo-ekonomik gelişmelerinde etkisiyle tüketicilerin de beğenilerinde gerçekleşen değişimlerle birlikte sektörde fabrikasyon mobilya ürünlerine talep artmaya başlamış ve bu da küçük firmalarında fabrikasyona yönelmesini hızlandırmıştır. Ancak 1999 yılında meydana gelen deprem felaketi nedeniyle iç pazar durma noktasına gelmiş ve fabrikasyona dönüşemeyen geleneksel firmalar kendilerine yeni pazar bulamamalarından ötürü tek tek kapanmaya başlamışlardır. Bu yıllarda İnegöl mobilya sektörü kısa dönemli durağan dönem yaşasa da krizi fırsata çevirerek 2000'li yılların başından itibaren öncesinde çok az olan ihracata yönelip dış pazarlarda kendine yer

---

<sup>100</sup>İnegöl Belediyesi Başkanlığı, *İnegöl Tarihçesi*, <http://www.inegol.bel.tr/Inegol/Inegoltarihi>, (04.12.2017)

edinmeye başlamıştır. Bu tarihten sonra hızlı bir başarı ivmesi gösteren Bursa- İnegöl sanayi bölgesi, Türkiye mobilya sektörü içerisinde hem iç pazarda hem dış pazarda bilinir marka olma yolunda hızla ilerlemiştir. Her geçen yıl yükselen bir trendle İnegöl Mobilyası üretim, pazarlama, dış ticaret, kurumsallaşma, kalite ve fuarcılık bağlamında önemli bir noktaya gelmektedir. İnegöl Mobilyası bugün geldiği noktada iç piyasa ve yurtdışına hitap eden çok güçlü mobilya markalarına sahiptir. 2005 yılında İnegöl Belediyesi, İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası ile İnegöl Mobilyacılar ve Marangozlar Odasının ortaklığı ile kurulan Mobilya ve Dekorasyon Fuar Şirketi ile birlikte, MODEF, MODEF EXPO adlı fuarları, her yıl Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği fuar takvimine göre düzenlemektedir. İnegöl, Türkiye mobilya sektörünün 2016 yılı itibarıyla yaklaşık %10'luk ihracatını gerçekleştirmiştir. Ülke de yaşanan ekonomik krizlerden en az etkilenen sektörler arasında yer almaktadır. Bu anlamda ekonomik açıdan önemli yer tutmaktadır İnegöl mobilya bölgesi.<sup>101</sup>

#### **2.4.3.İnegöl Mobilyasının Dış Ticarete İhracat Payı**

Büyük ormanlık alanlara sahip olan ve bunun sonucu olarak ağaç sanayinin hızlı bir gelişme gösterdiği Bursa-İnegöl Bölgesi gelişme dinamiği yüksek bir bölgedir. Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunmasının getirdiği ticari hareketliliği ve hammadde kaynaklarına yakın olmasının avantajını iyi değerlendiren İnegöl bugün artık mobilyasıyla bir marka olma yolunda ilerlemektedir. Yurtiçi piyasada artık her bölgede bilinen bir marka haline gelen İnegöl mobilyası, yurtdışı piyasalarda da bu bilinirliğini ve markalaşmasını hızlı bir şekilde ilerletmektedir.

Bölgenin ihracatta yakaladığı başarı, Bursa-İnegöl'ün mobilyada önemli bir uluslararası merkez olma yolunda olduğunu göstermektedir. Türkiye ekonomisine büyük katkı sağlayan İnegöl, Türkiye toplam ihracatının %1'ini, mobilya ihracatının %10'unu, yurt içi mobilya talebinin ise %40'unu karşılamaktadır. Aşağıdaki tabloyu incelediğimizde mobilya sektöründe ihracat değerleri her yıl artmıştır. Özellikle 2011

---

<sup>101</sup>İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası Bilgi Hizmetleri ve Proje Müdürlüğü, *İnegöl 2017 Dış Ticaret İstatistikleri Raporu*, ss.5-20

yılından sonra ihracatta önemli bir artış gözükmektedir. Bu artışa sebep ise çeşitli devlet kuruluşları ve kurumlarla birlikte firmalarında ihracat yapabilmek için birçok adım atmış olmasının etkisi çok fazladır. Kendisine bir vizyon belirleyen İnegöl Mobilya Üreticileri, Mobilyanın başkenti olmak için yola çıkmıştır. Türkiye'nin yurtdışına açılan kapısı olarak uluslararası fuarlarla birlikte dünya pazarlarında varlığını hissettirmeye başlamışlardır.

İnegöl mobilyasının mobilyacılık sektöründe ihracat değerleriyle ne kadar önemli bir noktaya gelmeye başladığını göstermektedir.<sup>102</sup>

**TABLO:2. 9 İnegöl'ün Mobilya Sektöründe İhracatı (milyon \$)**

İHRACAT	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
MOBİLYA	114,6	143,46	176,5	251,24	312,8	343,34	330,24	342,6	378,5	424,5
ORMAN ÜRÜNLERİ	43,28	38,10	47,07	52,57	52,42	73,94	43,23	43,83	76,93	53,71

**Kaynak:** İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası

**TABLO:2. 10 İnegöl'ün 2017/2018 Mobilya İhracat Değişimi (%ve \$)**

İHRACAT SEKTÖRÜ	FİRMA SAYISI	2017 YILI TOPLAM \$	İNEGÖL İHRACATINDAKİ PAYI %	FİRMA SAYISI	2018 YILI TOPLAM \$	İNEGÖL İHRACATINDAKİ PAYI	2017/2018 DEĞİŞİM ORANI
		\$901,09			\$1.011.		12,27
MOBİLYA	609	378,505	44,01	587	424.578	41,97	12,17

**Kaynak:** İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası

<sup>102</sup> a.yer



#### 2.4.4. Türkiye Mobilya Sektöründe İnegöl'ün Önemi

Yukarıdaki bölümlerde de bahsettiğimiz üzere Bursa-İnegöl mobilya sektörü Türkiye mobilya sektörü üzerinde azımsanamayacak bir ölçüde ekonomik değer taşımaktadır. Ülkemizde gerçekleştirilmekte olan dış ticaret faaliyeti olarak ihracattan aldığı payını her geçen yıl artırmaktadır. İnegöl 2018 İhracat rakamları içerisinde en yüksek orana mobilya sektörü sahiptir. İnegöl 2018 yılında 671 firma ile 1.011.662 milyar dolar ihracat gerçekleştirmiştir. İhracat rakamları içerisinde en yüksek orana mobilya sektörü sahiptir. 587 firma ile toplam ihracatın %42'si bu sektör tarafından gerçekleştirilmiştir. Bir önceki yılın ihracat rakamlarına baktığımız zaman ise 2017 yılında 656 firma ile 901.093. milyon dolar ihracat gerçekleştirilmiş ve Türkiye mobilya sektöründe %42.01 oranında ihracat payı aldığı görülmektedir. Bu oranlar bize 2017 ile 2018 yılları arasında %12.17 oranında bir değişimin olduğunu göstermektedir<sup>103</sup>. Türkiye ekonomisi içerisinde İnegöl mobilyası gerçekleştirdiği 424.578 milyon dolar ile %18'lik bir pay elde etmiştir. Bu oran bir sektörde bir bölgenin tek başına elde ettiği önemli bir göstergedir.

Tüm bu verilerden hareketle söylenebilir ki Türkiye mobilya sektöründe Bursa-İnegöl bölgesi her geçen zaman içerisinde hem iç pazar hem dış pazarda İnegöl Mobilyası markasını en üst seviyelere çıkarmaktadır.

##### 2.4.4.1. İnegöl Mobilyasında Sektörel Avantajlar

İnegöl, mobilyasının Türkiye mobilya sektöründe önemli bir konuma gelmesini sağlayan birçok avantaja sahiptir. Bu avantajları kullanarak özellikle son 10 yıl içerisinde hem iç piyasa da hem de dış piyasalarda hâkim, bilinen bir marka yolunda ilerlemektedir. Bu avantajları sıralarsak;

❖ İnegöl'ün sahip olduğu coğrafik özellikler sebebiyle transit yol güzergahları üzerinde bulunmaktadır. İstanbul ve Ankara yolları üzerinde

---

<sup>103</sup> İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası Bilgi Hizmetleri ve Proje Müdürlüğü, *İnegöl Ekonomi Raporu 2018*, ss.33-36

olması ve yeni yapılan köprüler ile birlikte özellikle İstanbul'a ulaşımın çok kısa mesafeye inmesi ve Gemlik limanına yakın olması ihracatta büyük kolaylık sağlamakta ve ulaşım maliyetlerini düşürmektedir.

❖ İnegöl'ün çevresi ormanlık alanlarla kaplı olmasından ve mobilya sektörünün hammaddesinin kereste olmasıyla birlikte hammaddeye yakınlık girdi maliyetlerini düşürmektedir.

❖ Geniş arazilere sahip olunması sebebiyle üretim alanları için yeterli arazi tahsis edilebilmekte ve büyük üretim sahalarına kolaylık sağlanmaktadır. Bu durumda fabrikasyona geçişte kolaylık sağlayıp profesyonel üretimin önünü açmaktadır.

❖ Profesyonel üretimin yanında butik ürünlerin üretilmesi sebebiyle hem iç pazarda hem de dış pazarda ilgi çekiyor ve talep ediliyor.

❖ Modüler mobilyanın yanında ahşap- işçilik gerektiren mobilyaların da üretilmesiyle birlikte her tür talebe cevap veren bir merkez halini alıyor.

❖ Uzun yılların birikimi olan ağaç tecrübesi mobilyacılık sektöründe doğru ağaçlara doğru işlemlerin uygulanmasıyla piyasa da öncü modellerin yer almasını sağlamaktadır.

Yukarıda sıraladığımız İnegöl mobilya sektörünün sahip olduğu özellikler İnegöl Mobilyası için sektörel avantajları oluşturmaktadır.

#### **2.4.4.2. İnegöl Mobilyasında Sektörel Dezavantajlar**

İnegöl mobilyası sahip olduğu birçok özellik sebebiyle avantajlı konumdadır ancak bazı özellikleri sebebiyle de dezavantajlara sahiptir. Bu özellikleri sıralarsak;

❖ İnegöl mobilyası kalifiye eleman eksikliği yaşamaktadır. Hem üretim hem de pazarlama aşamasında yeterli nitelikte elamana sahip değildir.

❖ Yurtdışında bilinirliği azdır. Bu da dış alıcıların temkinli olmasına sebep vermekte ve satış aşamasında zorlanmasına neden olmaktadır.

❖ Tasarım konusunda Avrupa ülkeleriyle yarışmamakta ve bu yüzden daha çok Arap ülkelerine ve Afrika ülkelerinde pazar payı bulabilmektedir.

❖ Dış pazarlara yönelik tanıtım çalışmaları yapılsa da yapılan uluslararası fuar sayısı iki tanedir ve bu sebeple dış piyasalarda bilinirliği azdır.

❖ Teknolojik üretim alanları son dönemlerde kurulmaya başlanmıştır. Halen geleneksel yöntemlerle üretim yapan firmalar vardır. Bu durumda istenilen üretim seviyesine çıkılamamaktadır.

Tüm bu yukarıda sıraladığımız özellikler İnegöl mobilya sektörünün dezavantajlarını oluşturmaktadır. Bu dezavantajlara çözüm üretilerek çok daha iyi seviyelere kısa süre içerisinde çıkılabilecektir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### İNEGÖL MOBİLYA SEKTÖRÜNDE İHRACAT POTANSİYELİNE YÖNELİK ANKET ÇALIŞMASI

#### 1. ARAŞTIRMA KAPSAMI

Aşağıda İnegöl mobilya sektörünün ihracat potansiyelini ortaya koymak amacıyla yapılan anket çalışmasının sonuçları verilecektir. Bu amaçla ilk olarak araştırmanın amacı ve önemi verilecek daha sonra araştırmanın yöntemi, problemi ve varsayımları belirtilecektir. Son olarak anket çalışmasında elde edilen bulgular analiz edilecektir.

##### 1.1.ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Çalışmamızın temel amacı; ülkemizde dış ticaret alanında önemli bir paya ulaşan Bursa İnegöl mobilya sektörü örneğinde, mobilya sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin sahip oldukları ihracat potansiyelini artırma konusunda karşılaştıkları sorunları sektör bazında inceleyerek önerilerde bulunmaktır.

Bu çalışmanın temel önemi ise; Türkiye’de ihracatta önemli bir paya sahip olan İnegöl’ün bu başarıya ulaşmasında rol oynayan temel faktörleri ortaya koymak ve bu başarısını daha ileriye götürmesine imkan verecek tespitler yapmaktır.

##### 1.2.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmamızda anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmamızda firmaların seçimi basit tesadüfi yöntemi ile belirlenmiştir. Basit tesadüfi yöntem; evreni oluşturan her elemanın örnekleme girme şansının eşit olma halidir. Bu nedenle hesaplama gerecek her elemana verilecek ağırlık eşittir. Bu yöntemin kullanılabilir olması için evrende kullanılacak her bilginin homojen(benzer) olması gerekmektedir. Yaptığımız

çalışmamız bu şartları sağlamaktadır. Bu çalışmamızda en uygun veri toplama yöntemi olarak birincil veri türlerinden ankette karar kılınmış ve anket çalışması yapılmıştır.<sup>104</sup>

Anket çalışmamız toplam 2 bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm 26 sorudan oluşan çoktan seçmeli ve ucu açık soru şeklinde şirketlerin genel özelliklerine ulaşmayı amaçlayan soruları içermektedir: (Bkz. Ek-1) İkinci bölüm ise 15 sorudan oluşmaktadır ve bu sorular 5’li likert ölçeği ile sorulmuştur. Cevaplayıcı 1-5 arasında karar verecektir. 1- Hiç Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Karasızım, 4- Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum şeklinde ifade etmektedir.(Bkz. Ek-1) Anket sorularımızı oluştururken literatürde kullanılmış ölçeklerden faydalanılmıştır. Anket çalışmamızda daha önce mobilya sektöründe analiz çalışması yapmış ve anket yöntemini kullanmış ve güvenilirliği ölçülmüş anketlerden faydalanılmıştır. İlk 26 soru oluşturulurken İnegöl mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların özellikleri göz önüne alınmış ve genel mobilya firmalarına yönelik sorulardan faydalanılmıştır.<sup>105 106</sup>Anketin ikinci bölümünde yer alan sorularda ise daha önce kullanılmış ölçeklerden faydalanılarak sorular oluşturulmuştur.<sup>107 108</sup>

Anket verileri yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analizi için Windows programı olan SPSS 21.0 ve Excell programı kullanılmıştır.<sup>109</sup>

---

<sup>104</sup> Nuray Bayram, *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*, 6.b., Bursa: Ezgi kitabevi,2009

<sup>105</sup> Ferhat Eroğlu, *Ankara Mobilyacılar Sitesinde Faaliyet Gösteren Küçük Orta Ölçekli Mobilya İşletmelerinin Analizi ve Çözüm Önerileri*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2007,s.63.

<sup>106</sup> Ali Rıza Arslan, *Türkiye'nin Mobilya İhracatındaki Sorunların Belirlenmesi ve Çözüm Önerileri*, Ankara: Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2006,p.121.

<sup>107</sup>Todd McCracken, “ Small Business Exporting Survey 2016”, National Small Business Association, Small Business Exporters Association

<sup>108</sup> Süleyman Şenol, *Kütahya Mobilya İmalat Sanayinde Mobilya Tasarım-Üretim Süreci Etkileşimi*, (Yüksek Lisans Tezi), Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü,2010,p.84.

<sup>109</sup>Murat Çetin, Eyyup Ecevit, “İhracatın Sürükleyici Gücü Olarak Tekstil Sektörü: Kahraman Maraş İli Örneği”, *Manisa, Yönetim ve Ekonomi*, C.15, S.II, (2008), ss.119-121

### 1.3. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

AraŐtırmamızın temel problemi; İnegöl mobilya sektöründe faaliyette bulunan firmaların sahip oldukları potansiyeli ortaya çıkarmada karşılaştıkları sorunların neler olduğudur.

### 1.4.ARAŞTIRMANIN VARSAYIMI

Yapılan çalışmamıza katılan tüm firma yetkililerinin anket içerisinde yer alan tüm soruları emin olarak cevapladıkları ve firmanın ihracatıyla ilgili bilgiye sahibi oldukları varsayılmıŐtır.

### 1.5. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEM GRUBU

Çalışmamız Bursa-İnegöl ilçesinde faaliyet gösteren ve ihracat faaliyetinde bulunan yaklaşık 546 mobilya firması çalışmanın evrenini oluştururken örneklem büyüklüğü 219 civarında belirlenmiş ancak görüşmeye gidilen firmalardan sadece 186 tanesi ankete cevap verdiği için anket verilerinde 186 firma analize dahil olabilmıştir.<sup>110</sup> Bu sayı gerekli analizleri yorumlayabilmek için istatistiksel olarak yeterli sayıdadır. (Bkz:106) Çalışma kapsamında tüm anketler daha önce de belirtildiği gibi yüz yüze yapılmıştır. Bu çalışma yaklaşık 35 iş günü sürmüştür.

---

<sup>110</sup> Recai Coşkun, vd., *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*, 8.b.,Sakarya: Sakarya Yayıncılık, 2015 s.137

## 1.6.BULGULAR

Anket çalışmamız toplam 41 sorudan oluşmaktadır. Bu sorular çoktan seçmeli, ucu açık sorular ve likert ölçeğiyle oluşturulan soru türlerini kapsamaktadır. İlk önce analiz çalışmasına Güvenirlik analizi yapılarak başlanmıştır. Güvenirlik analizi belirlendikten sonra frekans analizleri yapılarak, uygun olan Mann Whitney U Testi ve Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır. Son olarak Ki Kare Testi tabloları elde edilmiştir. Çalışma kapsamında analiz edilerek, değerlendirilip yorumlanmıştır.

### 1.6.1.Güvenirlik Analizi

Güvenirlik analizinde; Güvenlik katsayısı (Alpha Değeri), 0,00 ile 1,00 arasında değer almaktadır. Bu değer katsayı olarak 1,00'a yaklaştıkça verilerin güvenilirliği artmakta; 0,00' yaklaştıkça da verilerin güvenilirliği azalmakta olarak yorumlanmaktadır. 186 firma üzerinde gerçekleştirilen bu çalışma sonucunda güvenilirlik analizinde Alfa değeri 0.703 olarak bulunmuştur. Bu değer 1.00 yakın bir değer olduğu için anket sonuçlarının oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Böylece anketin uygulanabilirliği kanıtlanmış ve anket analizi yapılmıştır.<sup>111</sup>

### 1.6.2. İşletmelerin Mevcut Durum Analizleri

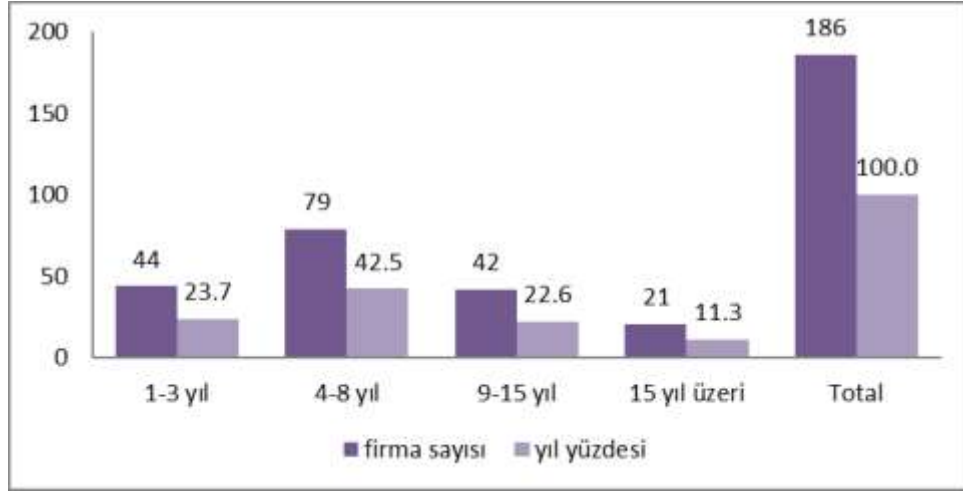
Anket çalışmamıza katılan 186 firmanın anket sorularına vermiş olduğu cevaplara yönelik elde edilen grafikler, tablolar ve analizler aşağıda verilmiştir.

1) Katılımcıların kaç yıldır ihracat yapıyorsunuz, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.1'de gösterilmiştir. Grafik 3.1'de görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi sektöründe ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %42.5'i 4-8 yıldır ihracat faaliyetinde bulunurken %23.7'si 1-3 yıldır, % 22.6 'sı 9-15 yıldır ve %11.3'ü de 15 yıl ve üzerinde ihracat faaliyetinde bulunmaktadır.

---

<sup>111</sup>a.g.e., s.124.

Grafik: 3. 1 İhracat Faaliyet Süresi

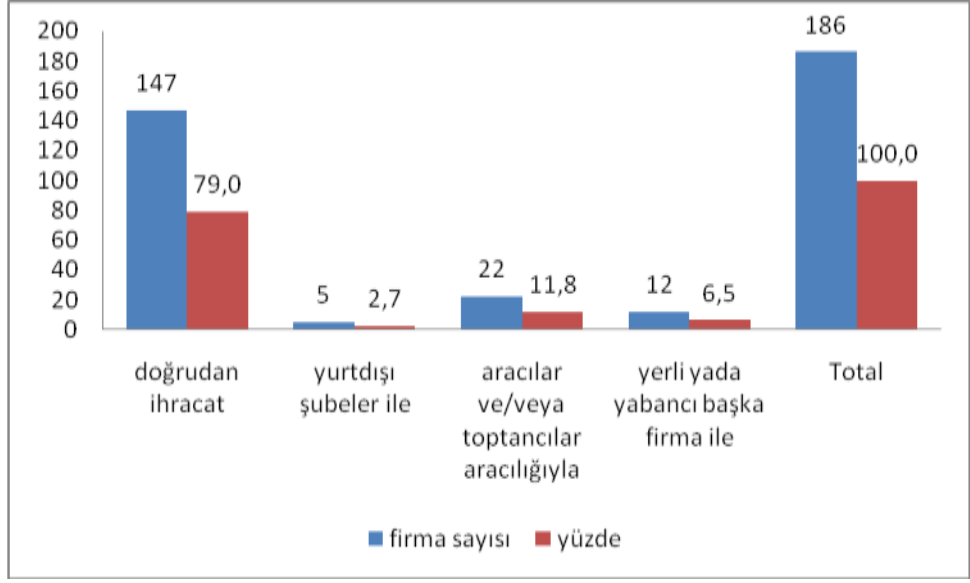


Çalışmamız sonucunda elde ettiğimiz verilere göre katılımcıların çoğunluğunun faaliyet süresi 4-8 yıl arasında gerçekleşmektedir. En yakın çoğunluk 1-3 yıl arasında yer almaktadır. Bu veriler bize gösteriyor ki; ihracat yapan firmalar genç soluklu işletmeler ve bu işletmeler artmaktadır.

2) Katılımcıların ihracat faaliyetlerini hangi yöntemle yapıyorsunuz, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.2'de gösterilmiştir. Grafik 3.2'de görüldüğü üzere, İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %79'u ihracat faaliyetini doğrudan ihracat olarak gerçekleştirirken, %11.8'i araçlar veya toptancılar aracılığıyla, % 6.5'i yerli ya da yabancı firmalarla ve %2.7'si de yurtdışı şubeler vasıtasıyla ihracat faaliyetinde bulunmaktadır.



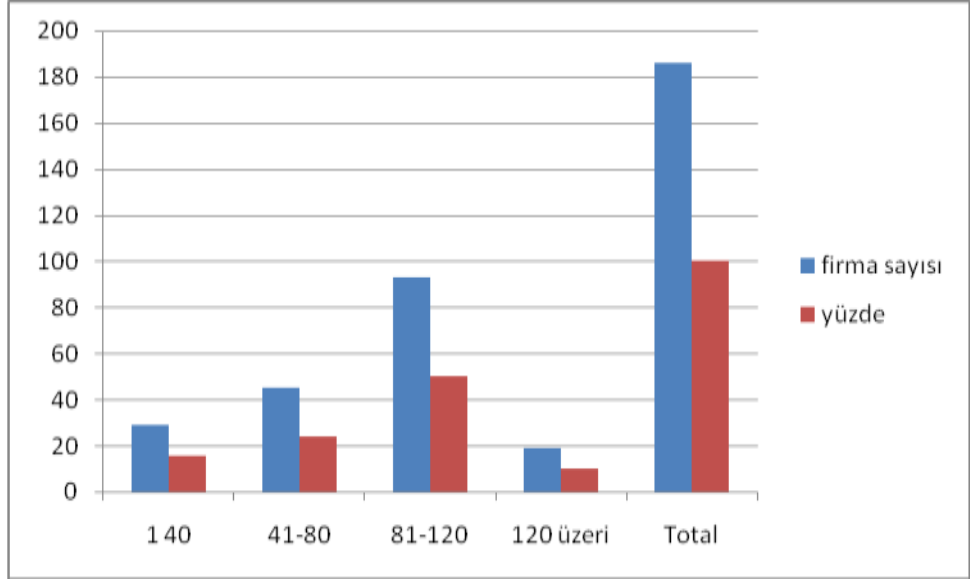
**Grafik: 3. 2 İhracat Faaliyetini Gerçekleştirme Yöntemi**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan işletmelerin %79'u doğrudan ihracat faaliyetini kullandıkları görülmüştür. Buradan hareketle bu işletmelerin ihracat yaparken herhangi bir kuruluş veya kişiden faydalanmadıkları kendi kendilerine yaptıkları görülmüştür. İşletmelerin, ihracat faaliyetini kendi işletmeleri ile gerçekleştirmeleri özellikle yeni ihracata başlayan firmalar için zorluklar oluşturabilir. Bu yüzden özellikle ihracata yeni başlayan işletmeler farklı bir işletme ile iş birliği yaparak veya yurtdışında başka şubeler ile çalışarak ihracat yaparken karşılaşılabilecekleri zorlukları azaltabilirler.

3) Katılımcıların işletmenizde kaç kişi çalışıyor, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.3'de gösterilmiştir. Grafik 3.3'de görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %50'si 81-120 kişi arasında çalışana sahipken % 24.2'i 42-80 çalışan, %15.6'sı 1-40 çalışan arasında ve % 10.2'si 120 ve üzeri çalışana sahiptir.

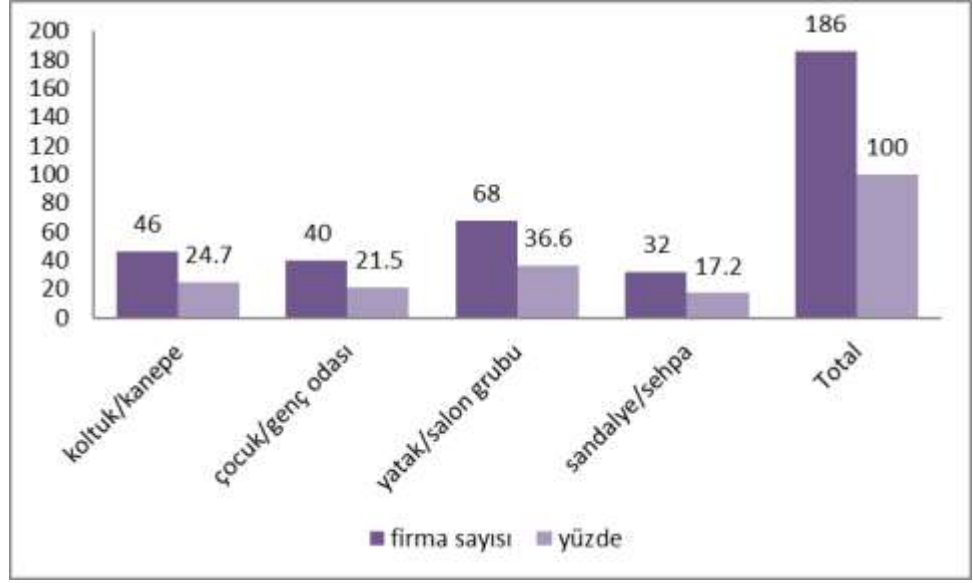
**Grafik: 3. 3 Çalışan Kişi Sayısı**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmalarda çalışan sayısının % 50'sinin 81 ile 120 kişi arasında olduğunu görmekteyiz. Bu oran da bize bu firmaların çoğunluğunun küçük veya orta ölçekli firmalar olan “KOBİ” özelliğini taşıdığını göstermektedir. Bu durumda fabrikasyon tarzında üretimin çok fazla yapılmadığını, seri üretimin az olduğunu göstermiştir.

4) Katılımcıların işletmelerinde hangi ürün grubu satılmaktadır, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.4'te gösterilmiştir. Grafik 3.4'te görüldüğü üzere, İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %36.6'sı yatak/salon grubu üretimi yaparken, % 24.7'si koltuk/kanepeler üretimi, %21.5'u, çocuk/genç odası üretimi ve %17.2'si sandalye/sehpa üretimi yapmaktadır

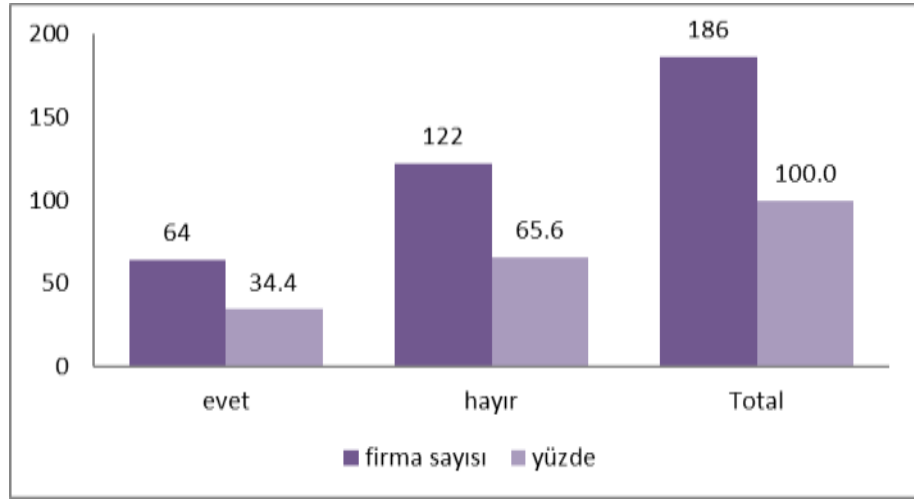
**Grafik: 3. 4 Hangi Ürün Grubu**



Katılımcıların üretim yaptıkları ürün yelpazesi birbirine yakın oranda yer almaktadır. Ancak çoğunluğu ana mobilya grubu sayılan yatak/salon grubunun oluşturduğu görülmektedir. Devamında ise bu mobilyaları destekleyici ürün grupları gelmektedir. İnegöl mobilyasının temel ürün grubunun yatak/salon grubu etrafında şekillendiğini söyleyebiliriz.

5) Katılımcıların işletmeniz marka sahibi mi, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.5'te gösterilmiştir. Grafik 3.5'te görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %65.6'sı marka sahibi değilken, % 34.4'ü marka sahibidir.

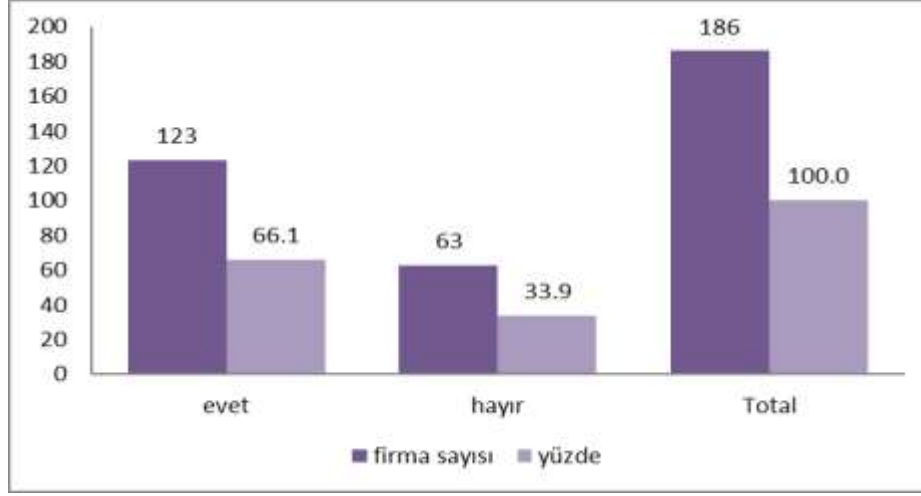
**Grafik: 3.5 Marka Sahipliği**



Katılımcıların %70'e yakını marka sahibi olmadan ihracat yaptıklarını belirtmiştir. Bu durum bize İnegöl'de faaliyette olan firmaların markalaşma stratejisini kullanmadıklarını, ürünlerini genel bir marka adı altında İnegöl mobilyası olarak pazarladıklarını ortaya koymaktadır.

6) Katılımcıların işletmeniz dış ticaret birimine sahip mi, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.6'da gösterilmiştir. Grafik 3.6'da görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %66.1'i dış ticaret birimine sahipken, % 33.9'u dış ticaret birimi sahibi değildir.

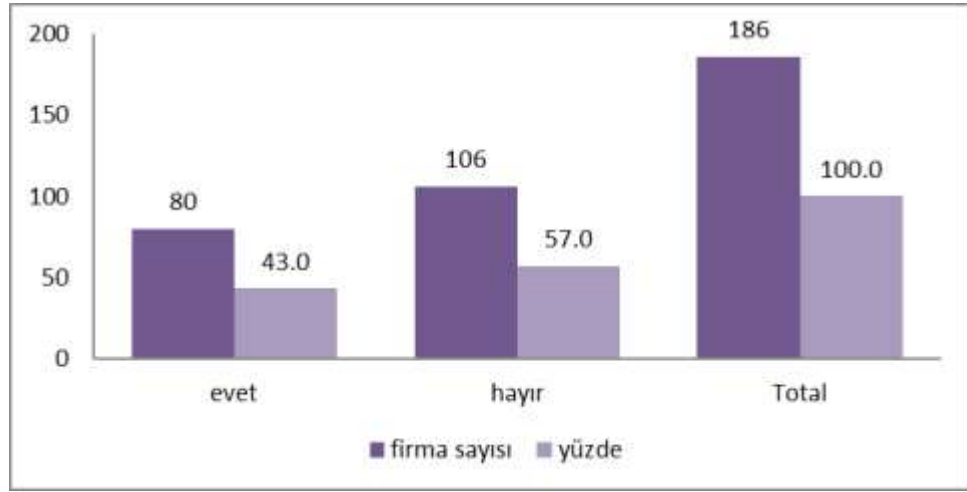
Grafik: 3. 6 Dış Ticaret Birim Sahipliği



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmaların % 66.1'i dış ticaret birimine sahip olması ihracat yapan firmaların çoğunluğunun ihracat yapmak için özel birim kurduklarını göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğunun dış ticaret birimine sahip olmaları ihracat yaparken daha bilinçli ihracat yapmak istediklerini göstermektedir. Ancak %30'a yakın firmanın halen dış ticaret biriminin olmayışının ihracat yapan firmalar arasında hala bilinçsiz çok fazla firmanın olduğunu göstermektedir. Bu da ihracatta verimi düşürmektedir.

7) Katılımcıların işletmeniz AR-GE birimine sahip mi? sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.7'de gösterilmiştir. Grafik 3.7'de görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %57'si AR-GE birimine sahipken, % 43'ü AR-GE birimi sahibi değildir.

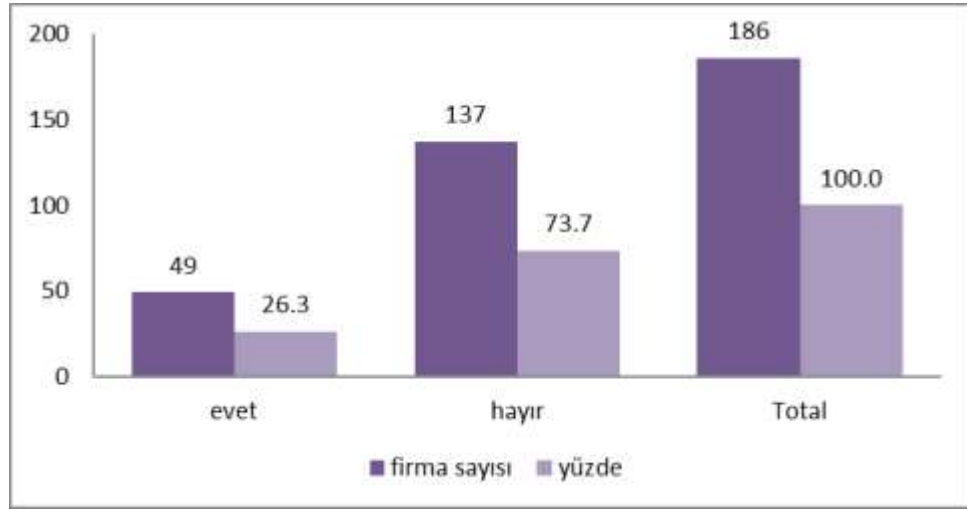
**Grafik: 3. 7 AR-GE Birim Sahipliği**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmalarının sadece % 43'ünün AR-GE birimine sahip olmaları ihracat yapmakta olan bu firmaların mal ve hizmetlerini geliştirmekte zayıf olduklarını göstermektedir. İhracat yapma faaliyetinde yeni pazarlara girmek, hedef pazarların istek, beklenti ve pazar bilgisini araştırmak ve bu veriler doğrultusunda ürünleri geliştirmek çok fazla önem arz etmektedir. Ancak İnegöl mobilya sanayisinde olan firmaların %60'a yakını bu faaliyetleri gerçekleştiren AR-GE birimine sahip değildir. Bu durumda gösteriyor ki; ürünlerin hedef pazarlara göre üretilmediği önceden herhangi bir araştırma veya ürün geliştirmesi yapılmadan standart üretildiği ve üretilen ürünlerin genel özelliklerde pazarlandığını göstermektedir.

8) Katılımcıların işletmelerinin yurtdışında tanıtım, satış ve geliştirme için kullandığı yabancı dil seçenekleri olan bir web sitesi var mı, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.8'de gösterilmiştir. Grafik 3.8'de görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %26.3'ü yabancı dil web sitesine sahipken, % 73.7'si yabancı dil web sitesi sahibi değildir.

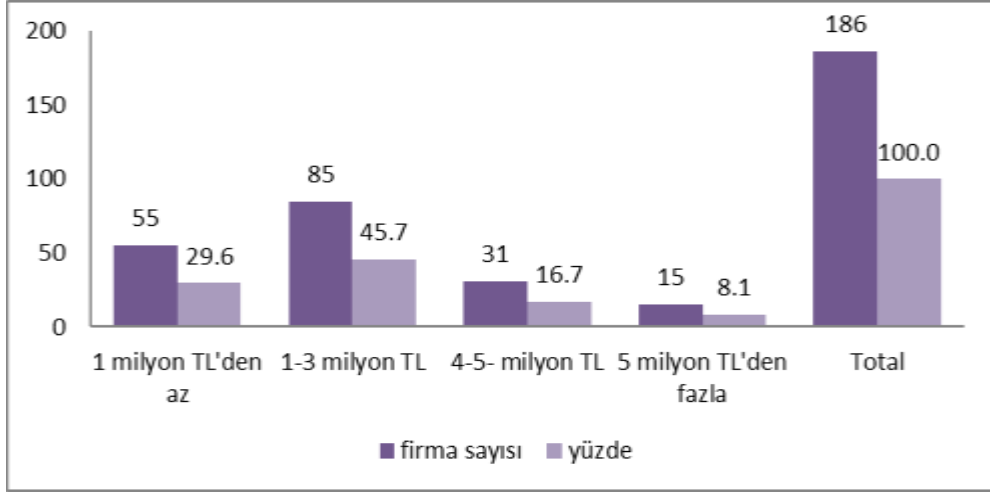
**Grafik: 3. 8 Yabancı Dil Web Sitesi**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmalarının% 73.7'sinin yabancı dilde web sitesine sahip olmamaları yurtdışında firmalarını tanıtmakta eksik olduklarını göstermektedir. İhracat faaliyetinde önemli olan en önemli faktörlerden biri de dış pazarlarda tanıtım ve bilinirliktir. Bunun için tanıtımlarını kolaylaştıracak çeşitli çalışmalar yapılmalıdır. Bunlardan biri de yabancı dilde web sitesine sahip olmaktır. Yabancı müşterilerin kolayca ürünlere ulaşabileceği ve kendi dillerinde ürünleri tanıyıp satın alabilecekleri bir web sitesi, dış piyasalarda firmalar için satış açısından oldukça verimli olacak ve satış potansiyelini artıracaktır. Bu açıdan İnegöl sanayi bölgesinde faaliyette bulunan firmaların yabancı dilde web sitesi açmaları oldukça önemlidir.

9) Katılımcıların geçen yıl rakamları itibariyle toplam ihracat geliriniz ya da satışınız ne kadardır, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.9'da gösterilmiştir. Grafik 3.9'da görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından 45.7'si bir önceki sene 1-3 milyon TL ihracat geliri elde ederken, %29.6'sı 1 milyon TL'den az, %16.7'si 4-5 milyon TL ve %8.1'i 5 milyon TL'den fazla ihracat geliri elde etmiştir

**Grafik: 3. 9 Geçmiş Yıl İhracat Geliri**

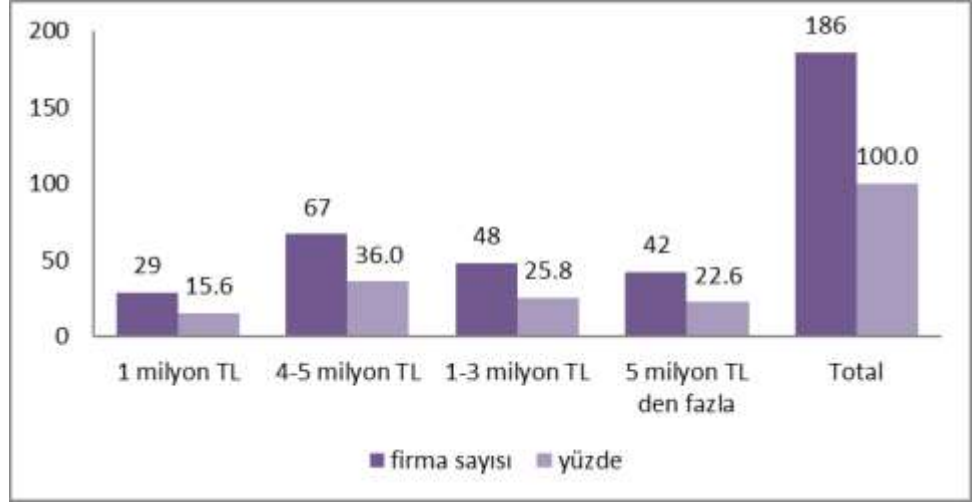


Faaliyette bulunan firmaların geçmiş yılki ihracat/satış gelirleri en fazla 1-3 milyon TL aralığındadır. Takip eden en fazla gelir 1 milyon TL den azdır. Firma sayılarına baktığımızda da sonuç bize gösteriyor ki elde edilen gelirler 3 milyon TL'yi aşamamaktadır. Sadece katılımcılardan %25'i kadarı 3 milyon TL'den fazla gelir elde edebilmiştir. Bu durum ihracat yaparken çok fazla eksikliğin olduğunu ve İnegöl bölgesinde var olan potansiyelin firmaların %75'i tarafından kullanılmadığını göstermektedir.

10) Katılımcıların gelecek 5 yıl içerisinde ihracat hedefiniz nedir, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.10'da gösterilmiştir. Grafik 3.10'da görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %36'sı 4-5 milyon TL ihracat geliri hedeflerken %25.8'i 1-3 milyon TL, %22.6'sı 5 milyon TL'den fazla ve %15.6'sı 1 milyon TL'den az ihracat geliri elde etmeyi hedeflemektedir.



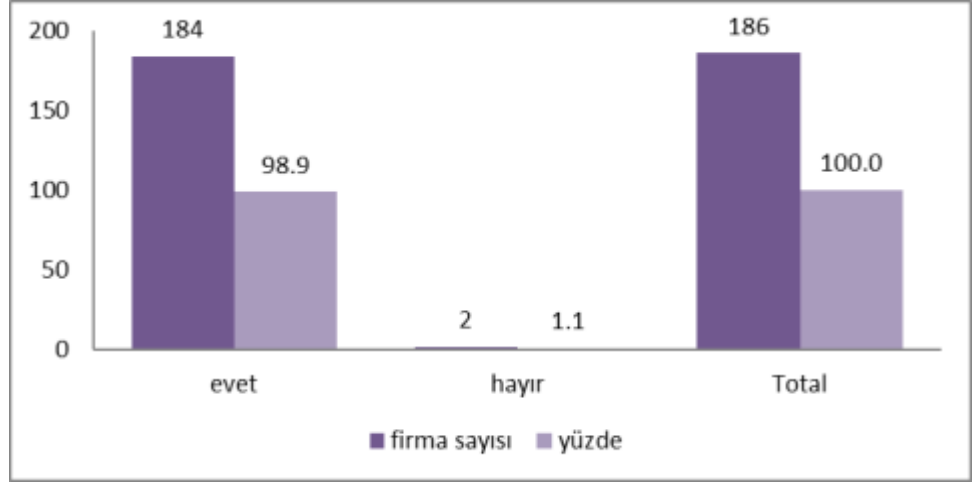
**Grafik: 3. 10 Gelecek Yıl İhracat Hedefi**



Katılımcıların gelecek 5 yıl içerisinde ihracat/satış geliri hedeflerini planlarken temkinli olduklarını şimdiki ihracat/satış gelirlerine paralel cevaplar verdikleri görülmüştür. Bu durum gösteriyor ki; firmaların bir anda büyüme hedeflerinin olmadığını daha yavaş hareket etmeyi tercih etmektedirler.

11) Katılımcıların işletmeniz gelecek yıl içerisinde ihracat potansiyelini artırmayı düşünüyor mu, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.11’de gösterilmiştir. Grafik 3.11’de görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %98.9’u gelecek yıl ihracat potansiyellerini artırmayı planlarken %1.1’ i planlamamaktadır.

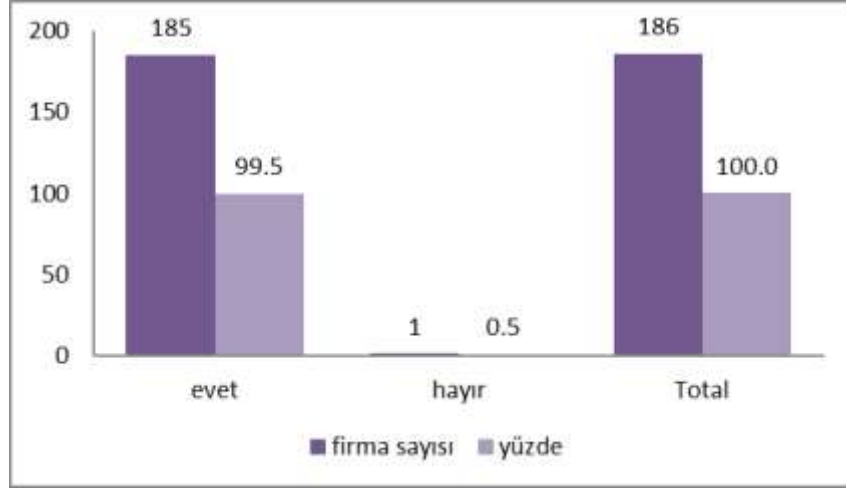
**Grafik: 3. 11 İşletmelerin İhracat Potansiyelini Artırma Planı**



Katılımcı firmaların %1'lik kısmı hariç tamamı ihracat potansiyellerini artırmayı hedeflemektedir. Bu da hepsinin büyüme stratejisinin olduğunu göstermektedir. Bu durum piyasa açısından oldukça önemlidir.

12) Katılımcıların gelecek 5 yıl içerisinde ihracat potansiyelini artırmak amacıyla ürünlerinizde yeni teknolojik gelişmeler doğrultusunda iyileşmeler planlıyor musunuz, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.12'de gösterilmiştir. Grafik 3.12'de görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %99.5'i gelecek yıl firma içinde tasarım, kalite gibi değişiklik planlarken %0.5'i planlamamaktadır.

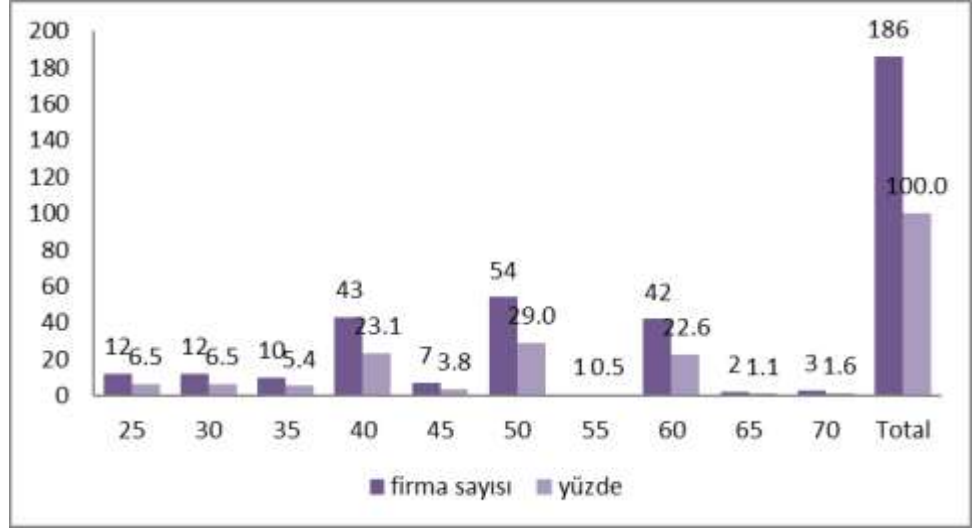
**Grafik: 3. 12 Gelecek 5 Yıl İçerisinde Firmada Değişiklik Planlama**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmaların %99.5 'i gelecek 5 yıl içerisinde yenilenmeyi planlamaktadır. Bu durum faaliyette olan firmaların tamamına yakınıni gelişim için açık olan firmalar olduklarını göstermektedir. İhracat piyasası dinamizmi yüksek bir piyasa olduğu için devamlı gelişim ve değişim içinde olunmalıdır. İnegöl sanayi bölgesinde olan firmaların değişime açık olmaları dış piyasalarda yer edinebileceklerini göstermektedir.

13) Katılımcıların işletmenizde kullandığınız hammaddenin kaynağının % kaı ithal ürünlerden oluşmaktadır, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.13'te gösterilmiştir. Grafik 3.13'te grldğu üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %29'u, %50 oranında üretiminde hammadde olarak ithal ürün kullanırken bu oran çoğunluğu kapsamaktadır. Üretimde en fazla ithal hammadde kullananların oranı ise; %1.6'dır. Bu firmaların kullandığı oran, %70'dir. En az üretiminde hammadde kullanan firmaların oranı ise; %6.5'tur. Bu firmalar %25 oranında üretimlerinde hammadde kullanmaktadırlar.,

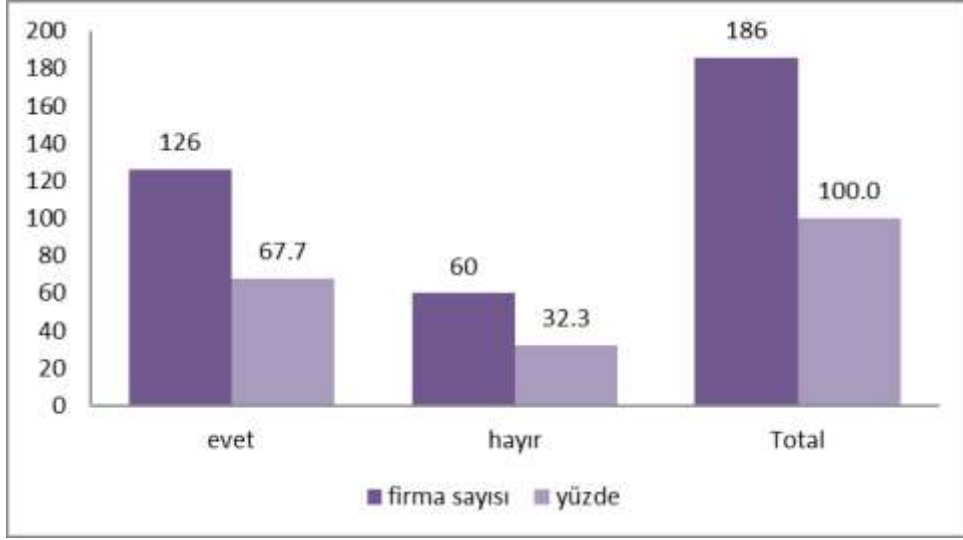
**Grafik: 3. 13 Kullanılan Hammadde Oranı**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmaların kullandıkları hammadde oranlarının yoğunluğunun %40 ile %60 arasında yoğunlaştığını bu durumda üretimde yurtdışına bağımlılığın yüksek olduğunu göstermektedir.

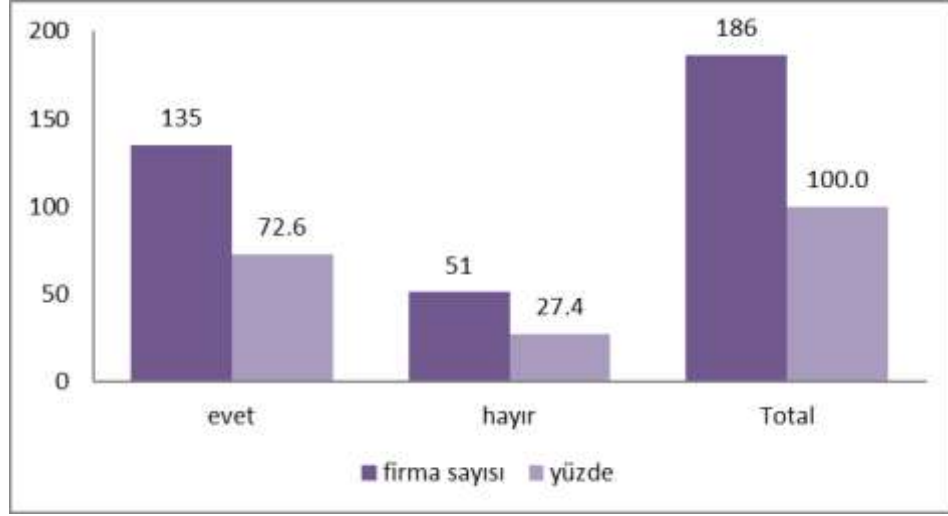
14) Katılımcıların ülkemizde uygulanan gümrük vergilerinin ihracat üzerinde olumsuz etkisi olduğunu düşünüyor musunuz, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.14'te gösterilmiştir. Grafik 3.14'te görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %67.7'si ülkemizde uygulanan gümrük vergilerinin ihracat üzerinde olumsuz etkisi olduğunu düşünürken %32.3'ü olumsuz etkisi olmadığını düşünmektedir.

Grafik: 3. 14 Gümrük Vergilerinin Etkisi



15) Katılımcıların ihracat potansiyelinizi artırmak için KOSGEB ya da diğer devlet desteklerinden faydalandınız mı? Sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.15’de gösterilmiştir. Grafik 3.15’de görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %72.6’sı KOSGEB veya Devlet desteğine başvuru yapmışken %27.4’ü başvuru yapmamıştır.

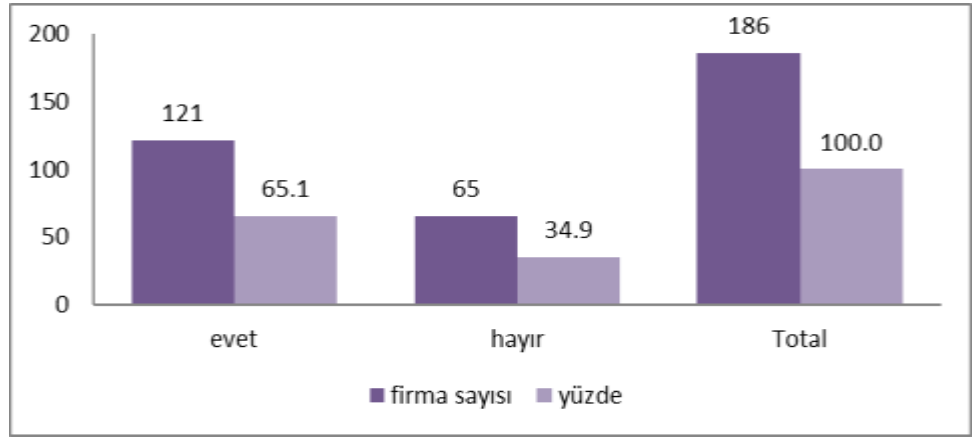
**Grafik: 3. 15 KOSGEB ve Devlet Desteğine Başvuru Yaptınız mı?**



Küçük ve orta ölçekli işletmeleri geliştirme ve destekleme idaresi başkanlığı olan KOSGEB bir devlet kuruluşudur. Bu kuruluşun amacı “küçük ve orta ölçekli işletmeleri” desteklemektir. İnegöl sanayi bölgesinde faaliyette bulunan, ihracat yapan işletmelerin çoğunluğu KOBİ özelliği taşıdığı için KOSGEB desteklerinden faydalanılacak özelliktedirler. Elde ettiğimiz verilerde bize katılımcıların devletin sağladığı bu kolaylıktan faydalanabilmek için yaklaşık %75 oranında başvuru yapmışlardır. Oldukça yüksek olan bu oran gösteriyor ki; işletmeler için devlet destekleri oldukça önemlidir.

16) Katılımcıların ihracat potansiyelinizi artırmak için şu ana kadar KOSGEB ya da diğer devlet desteklerinden hiç faydalandınız mı, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.16’da gösterilmiştir. Grafik 3.16’da görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %65.1’i KOSGEB veya Devlet desteği almışken, %34.9’u destek almamıştır.

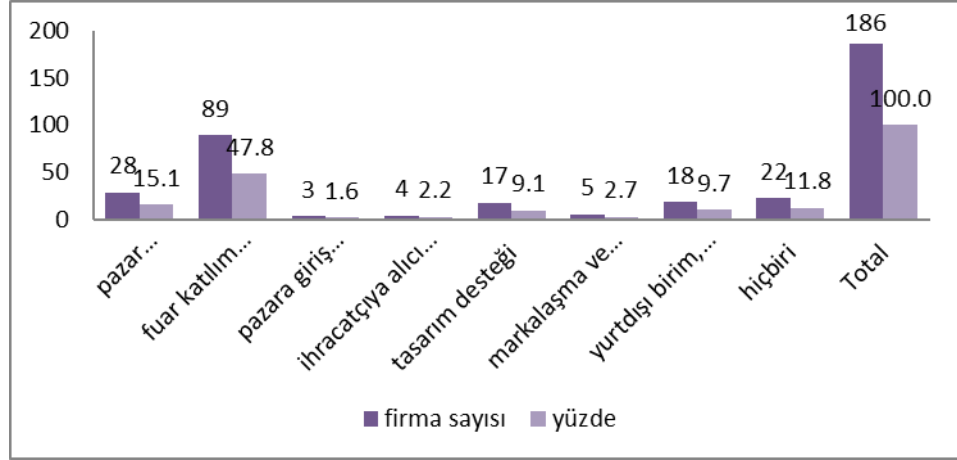
**Grafik: 3. 16 KOSGEB ve Devlet Desteğinden Faydalandınız mı?**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmaların %65.1'inin KOSGEB ve devlet desteği alarak faaliyetlerini gerçekleştirdiklerini göstermiştir. Katılımcıların çoğunun devlet desteğine ihtiyaç duyduğu; bunun için başvuru yaptığı ve başvuru yapanların tamamına yakının yardım aldığı görölmüştür. Elde edilen oranların yüksek rakamlar olması, devlet desteklerinin ihracat faaliyetindeki önemini ortaya koymuştur.

17 Katılımcıların işletmeniz hangi ihracat desteklerinden faydalanmıştır? Sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.17'de gösterilmiştir. Grafik 3.17'de göröldüğu üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %47.8 oranında en çok fuar desteği alırken %1.6 ile en az pazara giriş belgeleri almada destek alınmıştır. %11.8'lik bir oranda firmada hiçbir destek almadığını belirtmiştir.

**Grafik: 3. 17 İşletmelerin Faydalandığı Devlet Destekleri**

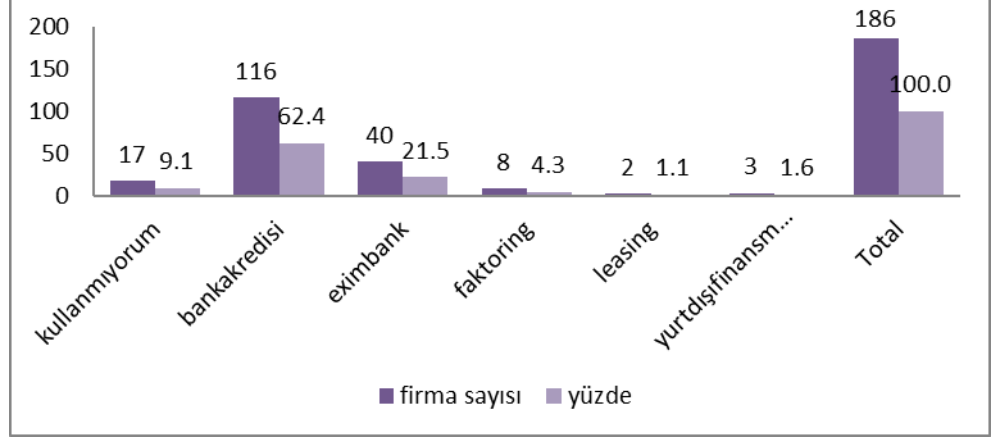


Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmaların % 47.8'inin fuar desteği aldığını, firmaların diğer desteklerden faydalanma oranlarının ise çok düşük seviyelerde olduğu görülmüştür. Bu durum gösteriyor ki; diğer devlet desteklerinden firmaların çok haberdar olmadığı, bilmedikleri imkanlardan da çok fazla faydalanamadıkları ortaya çıkmıştır. Bu sebeple de firmaların, ihracat potansiyellerini açığa çıkarabilecek imkanları kullanamadıkları görülmüştür.

18) Katılımcıların işletmeniz ihracat yaparken en çok hangi finansal kaynaktan yararlanmaktadır? Sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.18'de gösterilmiştir. Grafik 3.18'de görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %62.4 oranında en fazla banka kredisi kullanılırken en az %1.1 oranında leasing finansal kaynak olarak kullanılmaktadır.



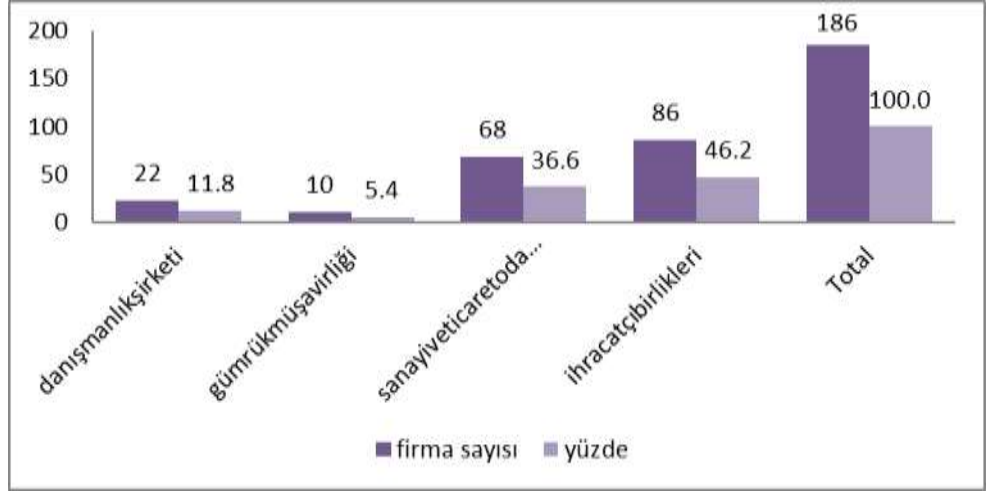
**Grafik: 3. 18 İhracat Yapılırken En Çok Faydalanılan Finansal Destek**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmaların %62.4'ünün banka kredisi aldığı görülmektedir. Bu durum firmaların finansal sorunlarında en bilinen ve kolay ulaşılabildikleri bankadan faydalanmayı tercih ettiğini göstermektedir. İkinci sırada Eximbank kredisinin yer alması ise; devlet desteklerinin ihracat yapan firmalar için ne kadar önemli olduğunu göstermiştir.

19) Katılımcıların işletmenizin ihracat yaparken karşılaştığı problemlere yardımcı olan kuruluş ya da kişi kimdir, sorusuna verdikleri cevaplar, grafik 3.19'da gösterilmiştir. Grafik 3.19'da görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %46.2'lik bir kısım ihracat yaparken karşılaştıkları problemleri çözmek için ihracatçı birliklerine başvururken %5.4'lük bir kısım ise; gümrük müşavirliğinden yardım almaktadır

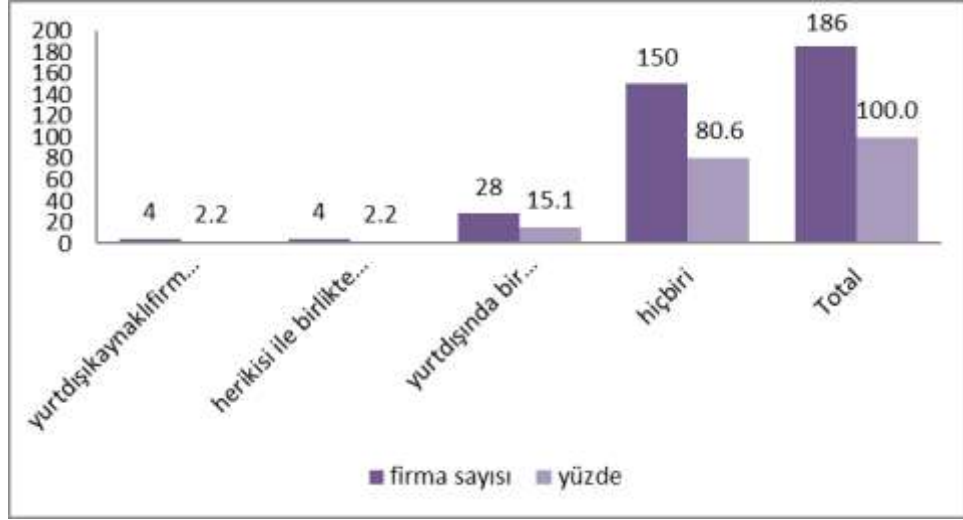
**Grafik: 3. 19 İhracat Yapılırken En Çok Faydalanan Devlet Desteği**



Çalışmamız sonucunda elde edilen verilere göre ihracat yaparken firmalar karşılaştıkları problemleri çözebilmek için Sanayi ve Ticaret Odaları ve İhracatçı Birliklerinden en fazla faydalandıkları ortaya çıkmıştır. Bu durum gösteriyor ki bu kuruluşlar ihracat yapılırken en önemli yol göstericiler olmaktadır.

20) Katılımcıların işletmeniz ülke dışında herhangi bir firma ya da kişiler ile birlikte iş ortaklığı gerçekleştirmekte midir? sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.20'de gösterilmiştir. Grafik 3.20'de görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %80.6'sı hiçbir aracı sistemle çalışmadığını belirtirken, %15.1'lik bir kısım yurtdışında bir temsilci ile çalıştığını belirtmiştir. %2.2'lik oranla yurtdışı kaynaklı firma ile ortaklık yapmaktayım ve yine %2.2'lik diğer bir kısım her ikisi ile birlikte çalışmaktayım diye cevaplandırmıştır.

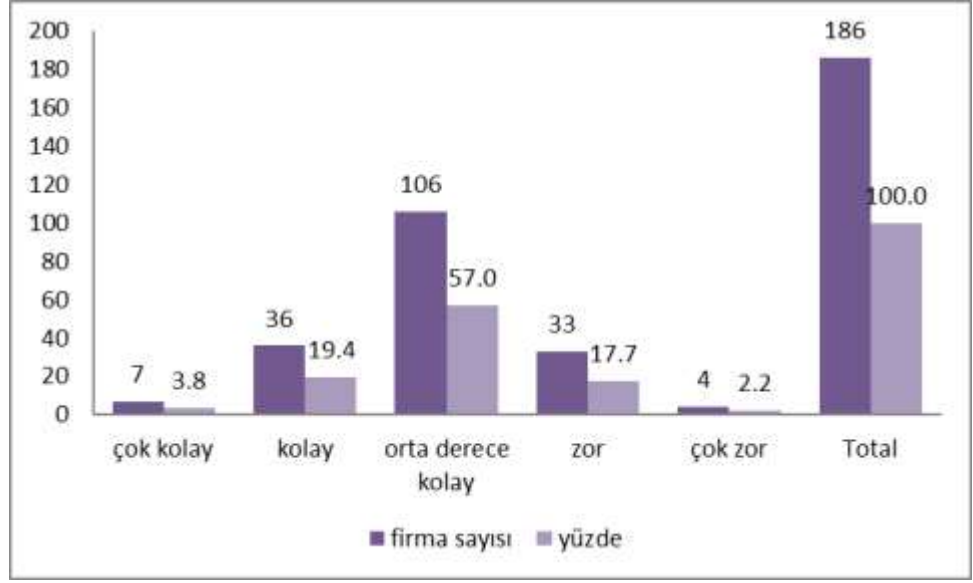
**Grafik: 3. 20 İşletmelerin Yurtdışı Bağlantı Şekli**



Çalışmamız sonucunda katılımcıların tamamına yakını yurtdışında herhangi başka bir firma ile ve/veya birlikte çalışabileceği bir kişi ile çalışmamaktadır. Bu durum gösteriyor ki; firmalar ürünlerini kendi firmaları ile doğrudan yurtdışı pazarında pazarlıyorlar. % 15’lik bir orana sahip firma ise; yurtdışında bir temsilci ile çalışarak pazarda etkinliğini artırmaya çalışmaktadır.

21) Katılımcıların işletmenizin ihracat yapmaya başlamasının ihracata girmesinin zorluk derecesini 1-5 puanları arasında sıralayınız, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.21’de gösterilmiştir. Grafik 3.21’de görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarından %57 oranında orta derece de(3) zorlandıklarını belirtirken %2.2’lik bir kısım ise çok zor (5) olarak belirtmiştir.

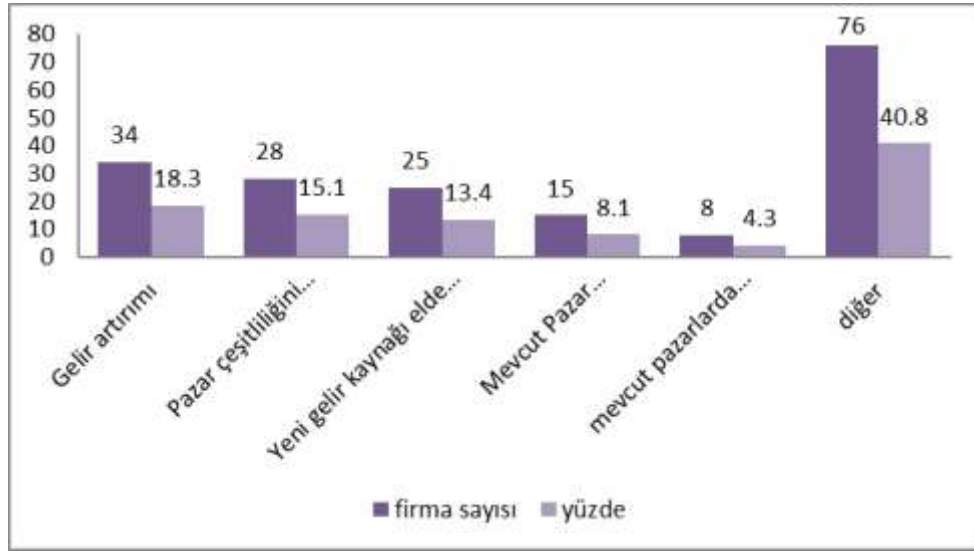
**Grafik: 3. 21 İhracat Yapılırken Karşılaşılan Zorlukların Derecelendirilmesi**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmaların % 57'si ihracat yapma işlemine başlarken orta derece de zorlandıklarını belirtmiştir. İhracat işlemine başlamanın çok zor olmaması ihracat yapmayan firmalarında ihracat yapmaya başlaması noktasında teşvik edicidir.

22) Katılımcıların yeni dış pazara girmenizin temel sebebi nedir, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.22'de gösterilmiştir. Grafik 3.22'de görüldüğü üzere, İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarına yöneltilen yeni dış pazara girme sebebiniz nedir, sorusuna aynı cevabın etrafında cevaplar verildiği görülmektedir. Verilen cevaplara göre en çok yeni dış pazara girme sebebi olarak; yeni gelir kaynağı elde etmek ve mevcut pazarlarda talep eksikliği sebebiyle olarak saptanmıştır.

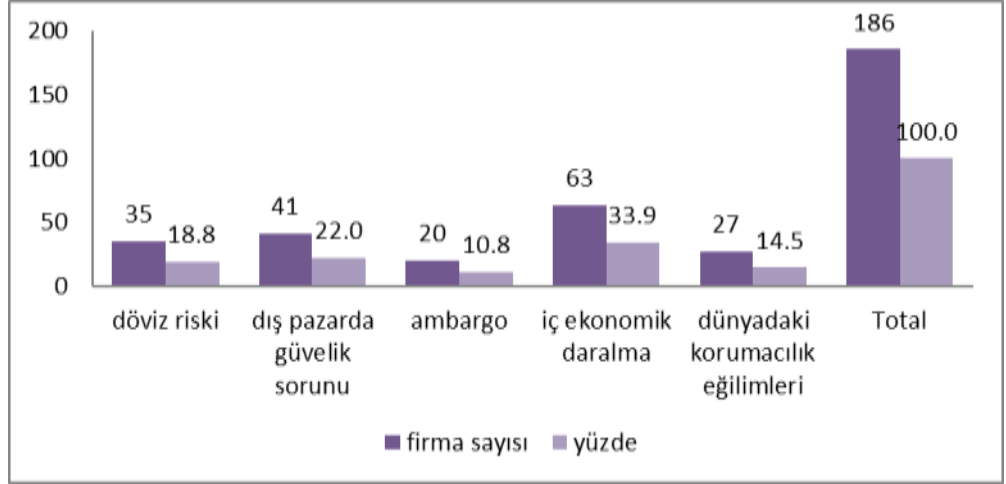
Grafik: 3.22 Yeni Dış Pazara Girme Sebebi



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre, faaliyette bulunan firmaların çoğunluğunun mevcut gelirlerinden memnun olmadıklarını ve gelirlerini artırmak, yeni gelir kaynakları elde etmek için yeni pazar arayışlarında olduğunu göstermektedir. Bu durum firmaların mevcut pazarların yetersizliğinden dolayı ihracat potansiyellerini tam olarak kullanamadıklarını göstermiştir.

23) Katılımcıların önümüzdeki dönemde ihracat hedefinizi gerçekleştirmede en önemli risk, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.23'te gösterilmiştir. Grafik 3.23'te görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarına göre %33.9'luk bir oranda önümüzdeki dönemde ihracat yapmadaki en büyük riskin iç ekonomik daralma olduğu belirtilirken ikinci en büyük risk olarak gören grup ise %22 oranla dış pazarlarda güvenlik sorunu olarak belirtmiştir. En düşük risk olarak ise; %10.8'lik gruba göre ambargo riskidir.

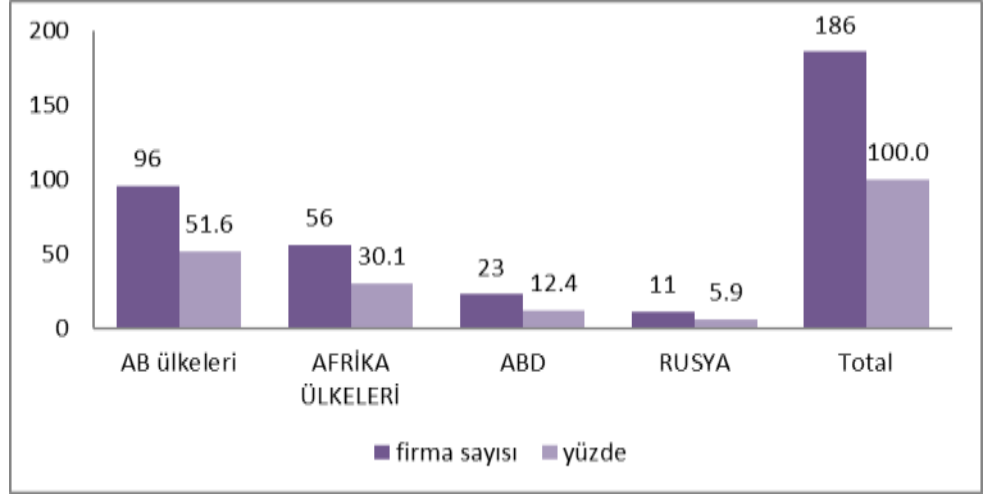
**Grafik: 3. 23 İşletmelerin Risk Beklentisi**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmaların %33.9'u iç ekonomik daralmanın gelecek de ticaret için risk oluşturacağını düşünmektedir. Bu oran bize faaliyette bulunan firmaların mevcut piyasa şartlarına güvenmediklerini göstermektedir. Piyasalara güven azlığı firmaların tam kapasite ile çalışmalarını engeller ve tüm üretim ve ihracat potansiyellerini olumsuz etkiler.

24) Katılımcıların önümüzdeki 5 yıl içerisinde hedef pazarınız neresidir, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.24'te gösterilmiştir. Grafik 3.24'te görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarının gelecek 5 yıl içerisindeki hedef pazarları içerisinde en büyük payı %51.6 ile AB Ülkeleri alırken, %30.1 ile ikinci sırada Afrika Ülkeleri yer almaktadır. En son sıra da ise; %5.9'luk oranla Rusya yer almaktadır.

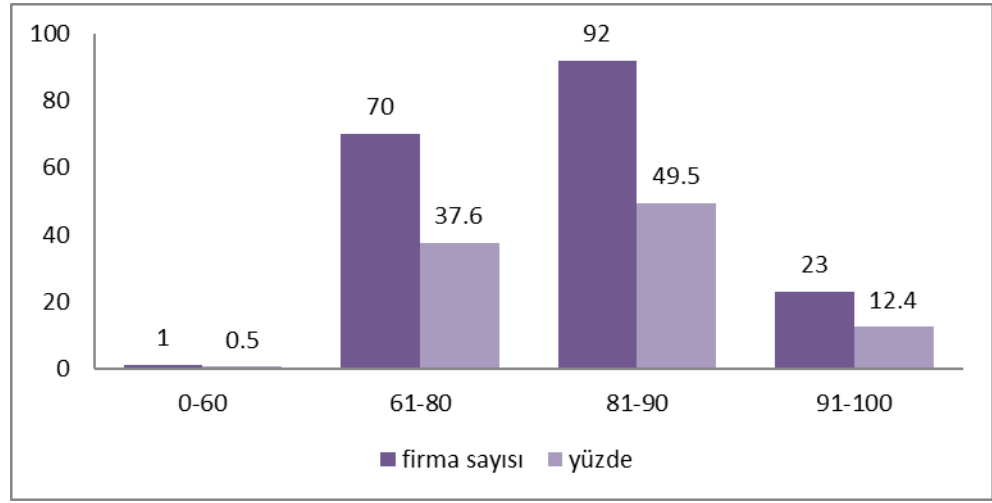
**Grafik: 3. 24 5 Yıl İçerisindeki Hedef Pazar**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmaların %51.6'sının hedef pazarlarının AB lkesi olduğunu söylemişlerdir. Bu durum firmaların batı ekonomisinde yer edinmek istediklerini göstermektedir. AB piyasalarının ekonomik açıdan daha sağlam, siyasi belirsizliklerinin az olmasından dolayı katılımcıların risk payı düşük, tüketicisi profili yüksek pazarlarda ticaret yapmak istediğini ortaya koymaktadır.

25) Katılımcıların işletmeniz var olan kapasitenizin % kaçını kullanmaktadır, sorusuna verdikleri cevaplar grafik 3.25'te gösterilmiştir. Grafik 3.25'te görüldüğü üzere İnegöl Mobilya Sanayi Bölgesinde ihracat faaliyetinde bulunan mobilya firmalarının %35.5 oranında bir grup kapasitesinin %90'ını kullanmaktadır. Kapasitesinin % 95'lik bölümünü kullanan ise sadece %1.6'dır.

**Grafik: 3. 25 Kapasite Kullanım Oranı**



Çalışmamız sonucunda ortaya çıkan verilere göre faaliyette bulunan firmaların %49.5'nin kapasitelerinin %81-90 oranında kullandıklarını ve %37.6'sının % 60-80 arasında kapasite kullanımını gerçekleştirdiklerini görmekteyiz. Bu durum firmaların var olan kapasitelerini kullanmada yetersiz olduklarını göstermektedir. Var olan kapasitelerini tam olarak kullanabilmeleri için satış miktarlarını artırmaları gerekmektedir. Bunun içinde ihracat yapabilirliklerini artırmak için çeşitli çalışmalar yapmaları gerekmektedir.

### **1.6.3 İşletmelerin İhracat Potansiyelini Etkileyen Faktörler Üzerine Analizler**

İşletmelerin ihracat potansiyelini etkileyecek potansiyelini etkileyecek faktörleri ortaya koymak amacıyla yapılan likert ölçeği (1=hiç katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=karasızım, 4=katılıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) sorularına katılımcıların verdikleri cevaplar ile hazırlanan sorulara yönelik sonuçlar Tablo:3.1 de verilmiştir.



**TABLO:3. 1 İşletmelerin İhracat Potansiyeli Üzerindeki Etkileri**

	Ortalama	Medyan	Std.sapma	Mak.değer	Min.değer
Finansal yetersizlikler işletmemizin ihracat potansiyelini düşürmektedir.	4.18	4.0	0.869	5	2
Ülkemizin uyguladığı gümrük vergileri ihracat yapılabilirliği azaltmaktadır.	3.42	3.5	1.006	5	1
Yurtdışı Pazar bilgisi eksikliği ihracat potansiyelini azaltmaktadır.	4.48	5.0	0.651	5	3
Yurtdışı pazarlarına oranla girdi maliyetlerinin yüksekliği rekabet edilebilirliği düşürmektedir.	4.54	5.0	0.706	5	2
İdari ve yasal zorunluluklar ihracat yapılabilirliği zorlaştırmaktadır.	3.27	3.0	0.999	5	1
Uluslar arası pazarlarda ürünlerimizdeki kalite eksikliğimiz işletmemizin ihracat potansiyelini azaltmaktadır.	3.65	4.0	1.061	5	1
İşletmemizin nitelikli personel eksikliği ihracat potansiyelimizi olumsuz etkilemektedir.	4.01	4.0	0.915	5	1
Hedef pazarlarda tanıtım eksikliği ihracat potansiyelini azaltmaktadır.	4.35	4.0	0.723	5	2
Bir işletmenin marka olması ihracat yapma potansiyelini artırır.	3.90	4.0	1.014	5	1
İşletmelerin özgün tasarımlar yapması ihracat potansiyelini artırır.	4.19	4.0	0.633	5	2
İhracat potansiyelini	3.86	4.0	0.877	5	2

kullanırken karşılaşılan finans problemlerinde devlet desteği kullanmak ihracat yapılabirliği artırır.					
Hedef Pazar seçiminde ülkenin zevk ve alışkanlıkları ile ilgili ön çalışmalar yapmak potansiyeli artırır..	4.47	5.0	0.651	5	2
Üretim teknolojisini yenilemek ihracat potansiyelini artırır.	4.10	4.0	0.883	5	2
Yurtdışındaki taleplere hemen cevap verebilmek için kullanılacak yurtdışı depolama sistemi potansiyeli artırır.	3.80	4.0	0.980	5	1
İhracat yaparken ülkenin diğer ülkelerle siyasi durumu ihracat potansiyelini etkiler.	4.37	5.0	0.754	5	2

Çalışmamız da yapmış olduğumuz Likert tipi anket çalışmamızda literatürde kabul edildiği üzere, Likert tipi sorular ordinal veri olarak kabul edildiğinden bu sorulardan elde edilen verilerin istatistiksel analizinde parametrik olmayan istatistiksel testlerin kullanılması gerekmektedir. Likert tipi sorulardan oluşan verilerin analizinde tanımlayıcı istatistik medyan hesaplanmıştır.<sup>112</sup> Yukarıda analizimizde aritmetik ortalama da yer almaktadır. Ancak sadece verilerin sağlıklı sonuç vermediğini göstermek amacıyla yer almaktadır. Analizlerin yorumlanmasında medyan baz alınmıştır.

Ortaya çıkan veriler sonucunda; katılımcıların “kesinlikle katılıyorum” cevabını verildiği dört sorumuza ulaşılmıştır. Bu sorularımız; Yurtdışı pazar bilgisi

---

<sup>112</sup> İbrahim Turan, Ümit Şimşek, Hasan Aslan, “Eğitim Araştırmalarında Likert Ölçeği ve Likert –Tipi Soruların Kullanımı ve Analizi”, *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sakarya, S.30, 2015, s.194

eksikliği ihracat potansiyelini azaltmaktadır, sorusuna katılımcıların çoğunluğu; “5” gibi kesin bir ifade ile “kesinlikle katılıyorum” cevabının vererek pazar bilgisi eksikliğinin ihracat üzerinde olumsuz etki yarattığını ortaya koymuştur. Yurtdışı pazarlarına oranla girdi maliyetlerinin yüksekliği rekabet edilebilirliği düşürmektedir, sorusuna katılımcıların çoğunluğu tarafından “5” “kesinlikle katılıyorum” cevabı verilerek yurtdışı pazarlarında maliyet açısından yüksekliğin rekabet edilebilirliği zorlaştırdığını ortaya koymaktadır. Hedef pazar seçiminde ülkenin zevk ve alışkanlıkları ile ilgili ön çalışmalar yapmak potansiyeli artırır, sorusunun sonucunda “5” “kesinlikle katılıyorum” cevabı ile hedef pazar seçiminde ön hazırlık yapmanın kesinlikle ihracat üzerinde önemli pozitif etki oluşturduğunu ortaya koymuştur. Son sorumuz ihracat yaparken ülkenin diğer ülkelerle siyasi durumu ihracat potansiyelini etkiler, sorusuna katılımcılar “5” “kesinlikle katılıyorum” cevabı ile siyasi olumsuzlukların ihracat potansiyeli üzerinde etkisinin olduğunu ifade etmişlerdir.

Katılımcıların “katılıyorum” şeklinde cevapladığı sorular ise şu şekildedir. İşletmecilerin finansal yetersizliklerin işletmelerin ihracat potansiyelini düşürdüğü fikrine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Verilen cevapların medyan değeri “4” “katılıyorum” olmuştur. Katılımcılar, uluslararası pazarlarda ürünlerimizdeki kalite eksikliğimiz işletmemizin ihracat potansiyelini azaltmaktadır, sorusuna ise katılımcılar çoğunlukla “4” “katılıyorum” cevabını vererek ürünlerdeki kalite eksikliğinin uluslararası pazarlarda ihracat üzerinde olumsuz etki oluşturduğunu ortaya koymuştur. İşletmemizin nitelikli personel eksikliği ihracat potansiyelimizi olumsuz etkilemektedir, sorusuna verilen cevaplar sonucunda ise “4” “katılıyorum” cevabı çoğunlukta çıkarak işletmelerin nitelikli personel eksikliğinin ihracat yapılabilirliğinde olumsuz etki oluşturduğunu ortaya koymuştur. Hedef pazarlarda tanıtım eksikliği ihracat potansiyelini azaltmaktadır, sorusuna ise katılımcılar tarafından en çok “4” “katılıyorum” cevabı verilerek hedef pazarlarda tanıtım eksikliğinin ihracat potansiyeli üzerinde olumsuz etki oluşturduğunu ve azalttığını göstermektedir. Bir işletmenin marka olması ihracat potansiyelini artırır, sorusuna ise katılımcıların “4” “katılıyorum” cevabını vererek marka olmanın ihracat üzerinde olumlu etki oluşturduğunu ortaya koymuştur. İşletmelerin özgün tasarımlar yapması ihracat potansiyelini artırır, sorusunun neticesinde ise katılımcıların çoğu “4” “katılıyorum” cevabını vermişlerdir.

Katılımcı işletmeciler özgün tasarımların ihracat potansiyelinin artmasında olumlu etki oluşturduğunu ifade etmişlerdir. İhracat potansiyelini kullanırken karşılaşılan finans problemlerinde devlet desteği kullanmak ihracat yapılabilirliği artırır, sorusunun sonucunda “4” “katılıyorum” sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç neticesinde katılımcıların finansal zorluklarda devlet desteğinin kolaylaştırıcı yönünü ortaya koymuşlar ve ihracat üzerinde olumlu etki oluşturduğunu belirtmişlerdir. Üretim teknolojisini yenilemek ihracat potansiyelini artırır, sorusunun sonucunda “4” “katılıyorum” sonucuna ulaşılmış, katılımcılar üretim teknolojilerini yenilemenin ihracat üzerinde olumlu etki oluşturacağını ortaya koymuştur. Yurtdışındaki taleplere hemen cevap verebilmek için kullanılacak yurtdışı depolama sistemi potansiyeli artırır, sorusuna ise katılımcılar “4” “katılıyorum” cevabını vererek depolama sistemi kullanmanın ihracat potansiyelinde olumlu etki oluşturduğunu ortaya koymuştur.

Katılımcıların kararsız kalarak ”karasızım” cevabını verdikleri sorular ise sadece iki tanedir. Ülkemizin uyguladığı gümrük vergileri ihracat yapılabilirliği düşürdüğü sorusuna ise; “3.5” gibi ortalama bir değer vermişlerdir. Katılımcıların çoğunun bu noktada karasız olduklarını bize göstermektedir. İdari ve yasal zorunluluklar ihracat yapılabilirliği zorlaştırmaktadır, sorusuna ise katılımcıların çoğunluğu “3” “karasızım” cevabını vererek idari yaptırımların zorluğu konusunda karasız olduklarını göstermiştir.

Aşağıda yapmış olduğumuz analizlerde uygunluklarına göre analizler seçilmiştir. Yapılan ilk altı analizimizde Ki Kare Testi kullanılmıştır. Ki Kare Analizi; sürekli bir dağılımdır, genellikle iki veya daha fazla grup arasında bağ olup olmadığını ölçmek için kullanılmaktadır. Ki Kare değerleri sıfır ile artı sonsuz arasında değerler almaktadır. Serbestlik derecesi sd ile karakterize edilmektedir. Bu bilgiler ışığında yola çıkarak aşağıdaki sorularımızda Ki Kare analizini uyguladık.

İnegöl mobilya sektöründe ihracat yapmakta olan mobilya firmalarının dış ticaret birimi sahipliği ile geçen yılki ihracat/ satış geliri arasındaki anket ve ki kare analizi arasındaki sonuçları Tablo:3.2’te verilmiştir.

**TABLO:3. 2 İşletmelerin Geçen Yılkı İhracat/Satış Geliri Durumları ve Dış Ticaret Birimi Karşılaştırılması**

Dış ticaret birimi	İşletmelerin geçen yılık ihracat /satış geliri								Toplam	
	1 milyon TL'den az		1-3 milyon		4-5 milyon		5 milyon TL'den fazla			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Evet	27	36.4	62	56.2	21	20.5	13	9.9	123	123
Hayır	28	18.6	23	28.8	10.	10.5	2	5.1	63	63
Toplam	55	55	85	85	31	31	15	15	186	186

$$\chi^2=11.750, sd=3, P=0.008$$

Anket çalışmamıza katılan 186 işletmeden 123 tanesinde dış ticaret biriminin olduğu 63 işletmede ise dış ticaret biriminin olmadığı görülmektedir. Bu işletmelerin çoğunluğu dış ticaret birimiyle faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Bu faktörler arasında gerçekleştirilen Ki Kare analizi ile hesaplanan ilişki değeri sonucunda dış ticaret birimi ile işletmelerin geçen yılık ihracat/satış geliri arasında istatistiksel olarak elde edilen  $p=0.008$  değeri  $\alpha=0.005$  olasılığı değerinden küçük olduğu için aralarında bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç itibariyle dış ticaret birimine sahip olan firmaların geçen yılık ihracat/satış gelirlerini etkilediği görülmektedir. Özellikle 1-3 milyon TL aralığında yığılma olduğu saptanmıştır.

İnegöl mobilya sektöründe ihracat yapmakta olan mobilya firmalarının marka sahibi olması ile geçen yılık ihracat/ satış geliri arasındaki anket ve ki kare analizi arasındaki sonuçları Tablo: 3.3'te verilmiştir.

**TABLO:3. 3 İşletmelerin Geçen Yıllık İhracat/Satış Geliri ile Marka Sahipliği Karşılaştırılması**

Marka sahipliği	İşletmelerin geçen yılki ihracat/ satış geliri								TOPLAM	
	1 milyon TL'den az		1-3 milyon		4-5 milyon		5 milyon TL'den fazla			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Evet	18	18.9	27	29.2	9	10.7	10	5.2	64	64.0
Hayır	37	36.1	58	55.8	22	20.3	5	9.8	122	122.0
TOPLAM	55	55.0	85	85.0	31	31.0	15	15.0	186	186.0

$$\chi^2=7.645, \text{sd}= 3, P= 0.054$$

Anket çalışmamıza katılan 186 işletmeden 64 tanesinin kendi markasının olduğu 122 işletmenin ise kendi markalarının olmadığı görülmektedir. Bu işletmelerin çoğunluğu kendi markaları ile faaliyetlerini gerçekleştirmemektedir. Bu faktörler arasında gerçekleştirilen Ki Kare analizi ile hesaplanan ilişki değeri sonucunda işletmelerin kendi markalarının sahibi olmaları ile işletmelerin geçen yılki ihracat/satış geliri arasında istatistiksel olarak elde edilen  $p=0.054$  değeri  $\alpha=0.005$  olasılığı değerinden büyük olduğu için aralarında bir ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu sonuç itibarıyla kendi markasına sahip olmak ile işletmelerin geçen yılki ihracat/ satış geliri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını, marka sahibi olup olmamanın işletmelerin ihracat/satış geliri üzerinde bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

İnegöl mobilya sektöründe ihracat yapmakta olan mobilya firmalarının AR-GE birimi sahipliği ile geçen yılki ihracat/ satış geliri arasındaki anket ve ki kare analizi arasındaki sonuçları Tablo:3.4'te verilmiştir.

**TABLO:3. 4 İşletmelerin Geçen Yıllık İhracat/Satış Geliri ile AR-GE Birimi Karşılaştırılması**

AR-GE Birimi	İşletmelerin geçen yılki ihracat/satış geliri								TOPLAM	
	1 milyon TL'den az		1-3 milyon		4-5 milyon		5 milyon TL'den fazla			
	N	%	N	%	N	%	N	%	F	%
Evet	13	23.7	37	36.6	17	13.3	13	6.5	80	0.0
Hayır	42	31.3	48	48.4	14	17.7	2	8.5	106	06.0
TOPLAM	55	55.0	85	85.0	31	31.0	15	15.0	186	86.0

$$\chi^2=21.864, \text{sd}= 3 \text{ P}= 0.002$$

Anket çalışmamıza katılan 186 işletmeden 80 tanesinde AR-GE biriminin olduğu 106 işletmede ise AR-GE biriminin olmadığı görülmektedir. Bu işletmelerin çoğunluğu AR-GE birimiyle faaliyetlerini gerçekleştirmemektedir. Bu faktörler arasında gerçekleştirilen Ki Kare analizi ile hesaplanan ilişki değeri sonucunda AR-GE birimi ile işletmelerin geçen yılki ihracat/satış geliri arasında istatistiksel olarak elde edilen  $p=0.002$  değeri  $\alpha=0.005$  olasılığı değerinden küçük olduğu için aralarında bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç itibarıyla, AR-GE birimine sahip olan firmaların geçen yılki ihracat/satış gelirlerini etkilediği görülmektedir. 5 milyon TL'den fazla ihracat/satış geliri olan işletmelerin çoğunluğunun AR-GE birimi sahibi olduğu görülmektedir. Birbirine yakın oranlara sahip olan 1 milyon TL'den az ve 1-3 milyon TL ihracat/satış geliri aralığında yığılan firmaların AR-GE biriminin olmadığı görülmektedir. AR-GE birimine sahip olan firmaların daha yüksek ihracat/satış geliri elde ettiği saptanmıştır.

İnegöl mobilya sektöründe ihracat yapmakta olan mobilya firmalarının dış ticaret birimi sahipliği ile ihracat yapma süreleri arasındaki anket ve ki kare analizi arasındaki sonuçları Tablo: 3.5'da verilmiştir.

**TABLO:3. Şirketlerin İhracat Yapma Süreleri ile Dış Ticaret Birimi Karşılaştırılması**

Dış ticaret birimi	İhracat yapma süreleri								TOPLAM	
	1-3 YIL		4-8 YIL		9-15 YIL		15 YIL ve ÜZERİ			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Evet	23	29.1	54	52.2	27	27.8	19	13.9	123	123
Hayır	21	14.9	25	26.8	15	14.2	2	7.1	63	63.0
TOPLAM	44	44.0	79	79.0	42	42.0	21	21.0	186	186.0

$$\chi^2=9.568 \text{ sd}= 3 \text{ P}= 0.023$$

Anket çalışmamıza katılan 186 işletmeden 123 tanesinde dış ticaret biriminin olduğu 63 işletmede ise dış ticaret biriminin olmadığı görülmektedir. Bu işletmelerin çoğunluğu dış ticaret birimiyle faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Bu faktörler arasında gerçekleştirilen Ki Kare analizi ile hesaplanan ilişki değeri sonucunda dış ticaret birimi ile işletmelerin ihracat yapma süreleri arasında istatistiksel olarak elde edilen  $p=0.023$  değeri  $\alpha=0.005$  olasılığı değerinden küçük olduğu için aralarında bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç itibarıyla dış ticaret birimine sahip olan işletmelerin 4-8 yıl arasında faaliyetlerini sürdüren firmalarda çoğunlukta olduğu görülmektedir. En fazla faaliyette bulunan firmaların (N=79) 4-8 yıl aralığında olduğu düşünüldüğünde dış ticaret biriminin, faaliyet süresi artan firmalarda olma oranı arttığı tespit edilmektedir.

İnegöl mobilya sektöründe ihracat yapmakta olan mobilya firmalarının AR-GE birimi sahipliği ile geçen yılki ihracat/ satış geliri arasındaki anket ve ki kare analizi arasındaki sonuçları Tablo:3.6'de verilmiştir.



**TABLO:3. 6 İşletmelerin İhracat Yapma Süreleri ile AR-GE Birimi Karşılaştırılması**

AR-GE birimi	İhracat yapma süresi								TOPLAM	
	1-3 yıl		4-8 yıl		9- 15 yıl		15 yıl ve üzeri			
	N	%	N	%	N	%	N	%	F	%
Evet	11	18.9	34	34.0	25	18.1	10	9.0	80	80.0
Hayır	33	25.1	45	45.0	17	23.9	11	12.0	106	106.0
TOPLAM	44	44.0	79	79.0	42	42.0	21	21.0	186	86.0

$$\chi^2=10.677 \text{ sd}=3 \text{ P}= 0.014$$

Anket çalışmamıza katılan 186 işletmeden 80 tanesinde AR-GE biriminin olduğu 106 işletmede ise AR-GE biriminin olmadığı görülmektedir. Bu işletmelerin çoğunluğu AR-GE birimiyle faaliyetlerini gerçekleştirmemektedir. Bu faktörler arasında gerçekleştirilen Ki Kare analizi ile hesaplanan ilişki değeri sonucunda AR-GE birimi ile işletmelerin ihracat yapma süreleri arasında istatistiksel olarak elde edilen  $p=0.014$  değeri  $\alpha=0.005$  olasılığı değerinden küçük olduğu için aralarında bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç itibarıyla AR-GE birimine sahip olmayan işletmelerde çoğunlukla 4-8 yıl yılları arasında çoğunluk AR-GE biriminin olmadığı görülmüştür. AR-GE birimi sahip olan firmalarda ise ihracat faaliyet sürelerinin artmasına oranla işletmelerin sayısı arttığı saptanmıştır. İhracat faaliyet süreleri artan firmaların AR-GE sahibi olma oranları yıllara göre artmaktadır.

İnegöl mobilya sektöründe ihracat yapmakta olan mobilya firmalarının yabancı dilde web sitesi sahipliği ile geçen yılki ihracat/ satış geliri arasındaki anket ve ki kare analizi arasındaki sonuçları Tablo:3.7’de verilmiştir.

**TABLO:3. 7 İşletmelerin İhracat Yapma Süreleri ile Yabancı Dilde Web Sitesi Sahipliği Karşılaştırılması**

Yabancı web sitesi sahipliği	İhracat yapma süresi								TOPLAM	
	1-3 yıl		4-8 yıl		9-15 yıl		15 yıl ve üzeri		N	%
	N	%	N	%	N	%	N	%		
Evet	6	11.6	18	20.8	17	11.1	8	5.5	49	49.0
Hayır	38	32.4	61	58.2	25	30.9	13	15.5	137	137.0
TOPLAM	44	44.0	79	79.0	42	42.0	21	21.0	186	186.0

$$X^2=9.995 \text{ sd}=3 \text{ P}=0.019$$

Anket çalışmamıza katılan 186 işletmeden 49 tanesinde yabancı dil de web sitesi olduğu 137 işletmede ise yabancı dilde ise web sitesinin olmadığı görülmektedir. Bu işletmelerin tamamına yakını yabancı dilde web sitesine sahip değildir. Bu faktörler arasında gerçekleştirilen Ki Kare analizi ile hesaplanan ilişki değeri sonucunda yabancı dilde web sitesine sahip işletmeler ile işletmelerin ihracat yapma süreleri arasında istatistiksel olarak elde edilen  $p=0.019$  değeri  $\alpha=0.005$  olasılığı değerinden küçük olduğu için aralarında bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç itibariyle yabancı dilde web sitesine sahip olmayan firmaların çoğunluğu 4-8 yılları arasında yoğunlaşmıştır. Yabancı dilde web sitesine sahip olan firma sayısı çok az olmasına rağmen yoğunluğu faaliyet süresi artan işletmelerde artmaktadır. Faaliyet süresinin uzunluğuyla web sitesinin varlığı orantılı olarak arttığı gözlenmiştir.

İnegöl mobilya sektöründe ihracat yapmakta olan mobilya firmalarının hedef pazar üzerinde tanıtım eksikliğini ihracat potansiyeli üzerine etkisi ile geçen yılki ihracat/satış geliri arasındaki anket ve Kruskal Wallis analizi arasındaki sonuçları Tablo:3.8’da verilmiştir.

**TABLO:3. 8 Hedef Pazar Tanıtım Eksikliğini İhracat Üzerine Etkisi ile İşletmelerin Geçen Yılki İhracat /Satış Geliri Karşılaştırılması**

Hedef pazarlarda tanıtım eksikliğini ihracat potansiyeli üzerine etkisi	İşletmenin geçen yılki ihracat/satış geliri								
	1 milyon TL’den az		1-3 milyon		4-5 milyon		5 milyon TLden fazla		TOTAL
	N	Sıralama ort.	N	Sıralama ort.	N	Sıralama ort.	N	Sıralama ort.	N
	55	97.70	85	101.88	31	82.27	15	53.80	186

K-W=14.507 sd=3 P=0.002

Katılımcılara uyguladığımız anket sonucunda elde ettiğimiz verileri analiz etmek için ilk önce ikiden fazla bağımsız grubumuz arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ölçmek için öncelikle parametrik test olan One Way Anova testi uygulanmaya çalışılmıştır. Ancak verilerin normal dağılım göstermemesi sonucunda alternatif non- parametrik test olan Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Bu testin analizi sonucunda elde edilen istatistiksel sonuca göre hedef pazarlarda tanıtım eksikliğini ihracat potansiyeli üzerine etkisi ile işletmelerin geçen yılki ihracat/satış geliri arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. P= 0.002 değeri,  $\alpha=0.005$  olasılığı değerinden küçük olduğu saptanmıştır. Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak içinse Post Hoc Test yapılarak Tamhane’s T2 testi uygulanmıştır. Çıkan sonuca göre 1-3 milyon TL ile 5 milyon TL’den fazla ihracat/satış geliri elde

eden işletmeler arasında anlamlı bir farklılığın olduğu ve 1-3 milyon TL ihracat/satış geliri olan işletmelerin daha az etkilendiği görülmüştür.

İnegöl mobilya sektöründe ihracat yapmakta olan mobilya firmalarının pazar bilgisi eksikliğinin ihracat potansiyeli üzerine etkisi ile ihracat gerçekleştirme yöntemleri arasındaki anket ve Kruskal Wallis analizi sonuçları Tablo:3.9'da verilmiştir.

**TABLO:3. 9 İşletmelerin Pazar Bilgisi Eksikliğinin İhracat Potansiyeli Üzerine Etkisi ile İşletmelerin İhracat Gerçekleştirme Yöntemi Karşılaştırılması**

İşletmelerin pazar bilgisi eksikliğinin ihracat potansiyeli üzerine etkisi	İşletmelerin ihracat gerçekleştirme yöntemleri								
	Doğrudan ihracat ile		Aracılar ve/veya toptancılar aracılığı ile		Yurtdışı şubeler aracılığı ile		Yerli ya da yabancı başka firmalar aracılığı ile		TOTAL
	N	Sıralama ort	N	Sıralama ort	N	Sıralama ort	N	Sıralama ort	N
	147	97.28	5	99.50	22	89.18	12	52.67	186

K-W=10.121 sd=3 P= 0.018

Katılımcılara uyguladığımız anket sonucunda elde ettiğimiz verileri analiz etmek için ilk önce ikiden fazla bağımsız grubumuz arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ölçmek için öncelikle parametrik test olan One Way Anova testi uygulanmaya çalışılmıştır. Ancak verilerin normal dağılım göstermemesi sonucunda alternatifi non- parametrik test olan Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Bu testin analizi sonucunda elde edilen istatistiksel sonuca göre pazar bilgisi eksikliğinin ihracat potansiyeli üzerine etkisi ile işletmelerin ihracat gerçekleştirme yöntemleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. P= 0.018 değeri,  $\alpha=0.005$  olasılığı değerinden

küçük olduğu saptanmıştır. Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak içinse Post Hoc Test yapılarak Tamhane's T2 testi uygulanmıştır. Çıkan sonuca göre doğrudan ihracat ile yerli ya da yabancı firmalar aracılığıyla ihracat yapan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiş ve doğrudan ihracat yapan firmaların ihracatı gerçekleştirme yöntemleri ile pazar bilgisi arasında anlamlı farklılığın olduğunu ve bu farklılığın en çok yerli ya da yabancı yatırımcılar aracılığıyla gerçekleştiren firmaların daha az etkilendiğini göstermiştir.

İnegöl mobilya sektöründe ihracat yapmakta olan mobilya firmalarının kendi markasına sahip olmasının ihracat potansiyeli üzerine etkisi ile işletmelerin ihracata başlarken karşılaştıkları zorluk dereceleri arasındaki anket ve Kruskal Wallis analizi sonuçları Tablo:3.10'de verilmiştir.

**TABLO:3. 10 Bir İşletmenin Marka Sahibi Olmasının İhracat Potansiyeli Üzerine Etkisi ile İşletmelerin İhracata Başlarken Karşılaştıkları Zorluk Derecesinin Karşılaştırılması**

Bir işletmenin marka sahibi olmasının ihracat potansiyeli üzerine etkisi	İşletmelerin ihracata başlarken karşılaştıkları zorluğun derecesi (1= çok kolay, 5= çok zor)								
	Çok kolay		Kolay		Orta derece zor		Zor		TOTAL
	N	Sıralama ort.	N	Sıralama ort.	N	Sıralama ort.	N	Sıralama ort.	N
	7	49.36	36	93.86	106	87.19	33	111.70	182

K-W= 11.105 sd=3 P= 0.011

Katılımcılara uyguladığımız anket sonucunda elde ettiğimiz verileri analiz etmek için ilk önce ikiden fazla bağımsız grubumuz arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ölçmek için öncelikle parametrik test olan One Way Anova testi uygulanmaya çalışılmıştır. Ancak verilerin normal dağılım göstermemesi sonucunda alternatif non- parametrik test olan Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Bu testin analizi sonucunda elde edilen istatistiksel sonuca göre bir işletmenin kendi markasına sahip olmasının ihracat potansiyeli üzerine etkisi ile işletmelerin ihracata girerken

karşılaştıkları zorluk dereceleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür.  $P=0.011$  değeri,  $\alpha=0.005$  olasılığı değerinden küçük olduğu saptanmıştır. Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak içinse Post Hoc Test yapılarak Tamhane's T2 testi uygulanmıştır. Çıkan sonuca göre kendi markanın sahibinin olunmasının ihracata girerken işletmelere orta derece zorluk sağladığını göstermiştir.

İnegöl mobilya sektöründe ihracat yapmakta olan mobilya firmalarının hedef pazarlarda tanıtım eksikliğinin ihracat potansiyeli üzerine etkisi ile yabancı dilde web sitesine sahip olmanın arasındaki anket ve Mann Whitney U testi analizi sonuçları Tablo:3.11'de verilmiştir.

**TABLO:3. 11 İşletmelerin Hedef Pazarlarda Tanıtım Eksikliğinin İhracat Potansiyeli Üzerine Etkisi ile İşletmelerin Yabancı Dilde Web Sitesine Sahip Olmasının Karşılaştırılması**

İşletmelerin hedef pazarlarda tanıtım eksikliğinin ihracat potansiyeli üzerine etkisi	İşletmelerin yabancı dilde web sitesine sahip olması				
	Evet		Hayır		TOTAL
	N	Sıralama ort	N	Sıralama ort	N
	49	77.92	137	99.07	186

$P=0.009$

Katılımcılara uyguladığımız anket sonucunda elde ettiğimiz verileri analiz etmek için ilk önce iki farklı bağımsız grubumuz arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ölçmek için öncelikle parametrik test olan Independent T testi uygulanmaya çalışılmıştır. Ancak verilerin normal dağılım göstermemesi sonucunda alternatif non-parametrik test olan Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Bu testin analizi sonucunda elde edilen istatistiksel sonuca göre bir işletmenin hedef pazarlarda tanıtım eksikliğinin

ihracat potansiyeli üzerine etkisi ile yabancı dilde web sitesine sahip olması arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür.  $P= 0.009$  değeri,  $\alpha=0.005$  yanılğı olasılığı değerinden küçük olduğu saptanmıştır. Elde ettiğimiz veriler sonucunda da yabancı dilde web sitesine sahip olmayan işletmelerin hedef pazarlarda tanıtım eksikliğini ihracat potansiyeli üzerinde daha fazla olumsuz etki oluşturduğunu göstermiştir.

İnegöl mobilya sektöründe ihracat yapmakta olan mobilya firmalarının uluslararası pazarlarda ürünlerimizin kalite eksikliğini olmasının ihracat potansiyeli üzerine etkisi ile AR-GE birimine sahip olmanın arasındaki anket ve Mann Whitney U testi analizi sonuçları Tablo:3.12’te verilmiştir.

**TABLO:3. 12 Uluslararası Pazarlarda Ürünlerimizin Kalite Eksikliğini Olmasının İhracat Potansiyeli Üzerine Etkisi ile AR-GE Biriminin Karşılaştırılması**

Uluslararası pazarlarda ürünlerimizin kalite eksikliğini olmasının ihracat potansiyeli üzerine etkisi	AR-GE birimi sahipliği				
	Evet		Hayır		TOTAL
	N	Sıralama ort	N	Sıralama ort	N
	80	82.98	106	101.44	186

$P=0.016$

Katılımcılara uyguladığımız anket sonucunda elde ettiğimiz verileri analiz etmek için ilk önce iki farklı bağımsız grubumuz arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ölçmek için öncelikle parametrik test olan Independent T testi uygulanmaya çalışılmıştır. Ancak verilerin normal dağılım göstermemesi sonucunda alternatif non-parametrik test olan Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Bu testin analizi sonucunda elde edilen istatistiksel sonuca göre, bir işletmenin uluslararası pazarlarda ürünlerimizin

kalite eksikliğinin olmasının ihracat potansiyeli üzerine etkisi ile AR-GE birimine sahip olması arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür.  $P= 0.016$  değeri,  $\alpha=0.005$  olasılığı değeriinden küçük olduğu saptanmıştır. Elde ettiğimiz veriler sonucunda da AR-GE birimine sahip olmayan işletmelerin uluslararası pazarlarda ürünlerimizde kalite eksikliğinin ihracat potansiyeli üzerine olumsuz etkisinin daha fazla olduğunu göstermiştir. Bu veriler neticesinde AR-GE birimi sahibi olan firmalar birim sayesinde elde ettikleri veriler sonucunda daha kaliteli ürünler üretmeye yönelmişler çıkarımında bulunulabilir.



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmamızın ilk bölümünde Türkiye ekonomisinde uluslararası ticaretin gelişimini ve bu gelişimde İnegöl'ün yerini anlattık. İkinci bölümde ise; dünya ticaretinde ve Türkiye ekonomisinde mobilya sektörünü, Türkiye mobilya sektöründe de önemli bir yere sahip olan İnegöl mobilyasının doğuşunu, gelişimini ve ekonomi için önemini anlattık. Son olarak üçüncü bölümde ise; İnegöl mobilya sanayisinde gerçekleştirilen bir anket çalışması yaptık. Bu anket çalışmamızda işletmelerin mevcut durum analizleri ve ihracat potansiyelinin üzerinde etkili olan faktörler tespit edilmeye çalışıldı.

Anket çalışmamızda elde ettiğimiz veriler sonucunda İnegöl Mobilya Sanayisinde faaliyette bulunan işletmelerin çoğunluğu KOBİ özelliği taşımaktadır. Bu işletmelerin ihracatta faaliyette bulunma süreleri çok uzun yıllara dayanmamaktadır. İkinci bölümde anlattığımız gibi çoğunlukla 2000'li yıllardan sonra ihracat yapmaya başlanılmıştır. İşletmelerin ürettiği ürün grupları ağırlıklı olarak yatak/salon grubu ve koltuk/ kanepeler grubu şeklindedir. İşletmelerin tamamına yakını ihracat faaliyetlerini doğrudan ihracat şeklinde gerçekleştirmektedirler. Diğer yöntemleri kullanan işletmeler çok az sayıda kalmaktadırlar.

İşletmelerin çoğu kendi markalarına sahip değildir. İhracat için önemli bir birim olan dış ticaret birimine ise işletmelerin yaklaşık %70'i sahiptir. Bu durum işletmelerin ihracat için önemli bir adım attıklarını göstermektedir. Ancak ihracat için çok önemli olan diğer bir birim AR-GE birimi işletmelerin yaklaşık %60'ında yoktur. Bu durum dış pazarlarda ürün ve teknoloji bazında rekabet edilebilirliği düşürmektedir. AR-GE biriminin eksikliği dış piyasa da meydana gelmekte olan yenilikleri, değişimleri takip etmeyi zorlaştırmaktadır. Yaptığımız Likert ölçeğiyle olan çalışmamızda da ortaya çıktığı gibi birçok işletme hedef pazarlarda tanıtım eksikliğinin ihracat potansiyelleri üzerinde olumsuz etki oluşturduğunu belirtmiştir. Ancak işletmelerin yaklaşık %75'i buna rağmen tanıtımlarını kolaylaştırabilecek yabancı dilde bir web sitesine sahip değildir. Bu durumda işletmelerin halen profesyonel işletme yönetimine geçmediğini, geleneksel yönetim tarzıyla yönetildiğini ve daha çok eski tür pazarlama argümanlarını kullandıklarını göstermektedir. İşletmelerin birçoğu 3 yıl altında faaliyet süresine sahipken, çoğunluğu 4-8 yıl arasında faaliyette bulunma süresine sahiptirler. Bu

durumun etkisiyle piyasada yeni olmaları, dış piyasalara adapte olma süreçleri ve dış pazar bilgisi eksikliği, ihracatta devletin sunduğu imkanları kullanmada yetersiz kalınması gibi sebeplerden ötürü geçmiş yıl ihracat/satış gelirlerinin 3 milyon TL'yi çok fazla geçmediği görülmüştür. Uzun yıllardır piyasalarda yer alan firmaların çoğunun yüksek gelirlerinin olmadığı göz önüne alınırsa, bu durumun ihracat faaliyetlerinin yetersizliğini ve verimli ticaretin yapılamadığını göstermektedir. Çok az firmanın 5 milyon TL'nin üzerinde gelir elde ettiği görülmüştür. Bu şirketlerinde piyasada kendini kanıtlamış işletmeler olduğu anlaşılmaktadır.

İşletmelerin dış piyasalarda yetersiz olmasının ve ihracat gelirlerinin hedefledikleri düzeylerde olmamasının sebepleri arasında dış piyasalarda rekabet edilebilirliklerinin zayıf olmasından kaynaklanmaktadır. İnegöl, hammadde bakımından birçok mobilya sanayi bölgesinden daha avantajlı olmasına rağmen, ormanların her geçen gün bilinçsiz kullanımı yüzünden azalması ve yetersiz hammadde işlem yerlerinin azlığından dolayı işletmeler %40 ile %50 oranlarında hammadde ithal etmektedirler. Bu durumda girdi maliyetlerini yükseltmekte ve maliyetleri artırmaktadır.

İşletmelerin tamamına yakını nitelikli personel eksikliğinden şikayetçi olmaktadır. Nitelikli personel eksikliğinin azlığı, ihracatla ilgisi olmayan personelin uzmanlık alanının dışında çalışmasına sebep olmakta ve verimi düşürmektedir. İşletmelerin var olan ihracat potansiyelini aşağı çekmektedir. Çalışmamız göstermiştir ki; işletmelerimizin %70'e yakını devlet desteği alabilmek için KOSGEB veya başka devlet desteklerine başvurmuş ve başvuruların tamamına yakını devlet desteklerini almışlardır. Ancak halen yaklaşık %30 kadar firma devlet desteklerinden faydalanmamaktadır. Bu durum bu firmalara da ulaşıp eksik yönlerini çeşitli desteklerle tamamlamaları için yardımcı olunması gerektiğini göstermektedir. En çok faydalanılan devlet desteğinin fuar desteği olması ve bu desteğin dışındaki desteklerden çok az faydalanılması desteklerin yeterince firmalar tarafından bilinmediğini bu yüzden de ihracat yaparken zorlandıklarını ve potansiyellerini kullanamadıkları görülmektedir.

İşletmelerin en çok kullandığı finansal desteğin banka kredisi olması işletmelerin bilinen kuruluşlara ve ulaşılabilen en kolay yöntemle başvurduklarını göstermektedir. İkinci sırada Eximbank'ın yer alması finansal zorluk çeken işletmeler

için devletin finansal desteklerinin oldukça önemli olduğu anlaşılmaktadır. İşletmelere düşük faizli krediler veya çeşitli hibeler vererek işletmelerin iş yapabilme oranları yükseltilmektedir.

İşletmelerin ihracat faaliyetini gerçekleştirirken karşılaştıkları idari veya özel zorlukları aşabilmek için Ticaret ve Sanayi Odalarına ve İhracat Birliklerine başvurmaları bu tür kuruluşların ihracatın sürdürülebilirliği için köprü görevi gördüğü anlaşılmaktadır.

İşletmelerin ihracatlarını gerçekleştirirken herhangi bir firma ile ya da bir temsilci ile yurtdışında bağlantı kurmadan doğrudan kendi işletmesi ile ticaret yaptığı anlaşılmaktadır. Çok az bir bölümü yurtdışında bir temsilci ile çalışarak yurtdışı pazarı ile ilgili yardım almaktadır. Bu durum özellikle ihracata yeni başlayan firmalar için dış piyasalarda rekabet edilebilirliği azaltmaktadır.

İşletmelerin birçoğu ihracat yaptığı pazarların yetersizliği sebebiyle yeni pazar arayışına girmektedir. Bu yönelmenin çeşitli sebepleri olmakla birlikte en büyük sebepleri ihracat yapılan pazardan istenilen verimin alınamaması, tüm bölgenin aynı pazara yönelmesi ve farklılığın ortaya koyulamayıp istenilen satış rakamlarına ulaşamaması, mevcut pazarlarda siyasi istikrarsızlıklardan pazarın işleyişinin bitmesi gibi nedenler yer almaktadır.

İstenilen düzeyde satışların olmaması ve dış pazarlarda istenilen yerin edinilememesi kapasite kullanım oranlarını da düşürmektedir. İşletmelerin çoğu kapasitelerinin ortalama %80'ini kullanmaktadır. Ancak %50 kapasite kullanım oranının altında çok az firma olduğunun, bu durumda işletmelerin en azından kendilerini çevirecek kadar iş yapabildiklerini göstermektedir.

İşletmelerin mevcut piyasa şartlarını değerlendirdiklerinde de piyasa şartlarına güvenmedikleri ortaya çıkmaktadır. En çok bekledikleri risklerin başında iç ekonomik daralmanın yaşanması olduğu ortaya çıkmıştır. Ardından gelen riskler olarak da dış pazarlarda güvenlik sorunu ve döviz riski problemi yer almaktadır. Bu risk sıralamasının en önemli faktörlerinden birisi ülkemizin bulunduğu jeopolitik konumudur.

Çalışmamız sonucunda katılımcıların hedef pazarlarının AB ülkeleri olduğu ve ikinci sırada Afrika ülkelerinin olduğunu belirtmişlerdir. Bu tercihlerindeki en büyük etkenin yukarıda belirttikleri risk faktörlerinin AB ülkeleri bazında aşağıda olduğunu görmelerinden kaynaklanmaktadır.

Yapılan anket çalışmamız sonucunda; yurtdışı pazar bilgisi eksikliğinin, girdi maliyetlerinin yüksekliğinin, nitelikli personel azlığının, finansal yetersizliklerin uluslararası pazarlarda ürünlerimizin istenilen kalite düzeyinde olmamasının, hedef pazarlarda tanıtım eksikliğinin olmasının ihracat potansiyeli üzerinde olumsuz etki oluşturduğu görülmüştür. İşletmelerin özgün tasarımlar yapabilmemesinin, finans problemleri yaşarken devlet desteği kullanabilmemesinin, hedef pazar seçiminde ülkenin zevk ve alışkanlıkları için ön çalışmalar yapılması, üretim teknolojisinin yenilenmesinin çağın şartlarına uygun hale getirilmesinin, yurtdışında taleplere hemen cevap verilecek şekilde depolama sisteminin kullanılmasının ihracat potansiyeli üzerinde olumlu etkiler oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca işletmeler ihracat yapılan ülkelerin siyasi durumlarının ihracat üzerinde önemli etken olduğunu ortaya koymuştur.

## ÖNERİLER

- İşletmeler; ihracat potansiyellerini artırabilmek için öncelikle ihracat yapabilirliklerinin sürekli hale getirebilmeleri gerekmektedir. Bunun içinde öncelikle çoğu firmada yer almasına rağmen dış ticaret birimi tüm işletmelerde yer almalıdır.
- İşletmelere dış piyasalarda firmalarla rekabet edebilmek için araştırma ve geliştirme için fon ayrılmalı bunun içinde işletmelerin AR-GE birimi kurması sağlanmalıdır. Yeterli bütçeye sahip olmayan işletmelere bu konuda KOSGEB ve benzeri kuruluşlarca destek verilmelidir.
- Yurtdışında tanıtım eksikliğinin giderilebilmesi için yabancı dilde web sitesi gibi tanıtıcı pazarlama argümanları kullanılmalı, ülkemizde düzenlenen uluslararası fuarların sayısı artırılmalıdır.

- İşletmelerin kendi markalarıyla ihracat yapmadıkları ancak dış piyasalarda ihracat potansiyelini artırıcı etken olduğu ortaya çıkmıştır. İşletmeler markalaşmayı artırmalı ve eski yönetim tarzından vazgeçmelidir. Markalaşarak profesyonel yönetime geçilmelidir.
- Çoğunluğunun KOBİ şeklinde firmalar olması iş yapma kapasitelerini düşük tuttuğu için diğer sanayi bölgelerinde olduğu gibi fabrikalaşmaya gidilmelidir. Geleneksek yönetim tarzı terk edilmelidir. Örneğin; Kayseri bölgesi.
- Deneyimli personel eksikliğini giderilebilmesi gerekmektedir. Bunun için işletmelerin çalışanlarına özel kurslar açılmalı ve eğitimler verilmelidir. Böylece hem kendi elemanını kaybetmemiş olur. Hem kariyerine pozitif etki eden işletmesine çalışanın örgütsel bağlılığı artacağı için işletme içi motivasyon artar. Bu durumda ihracata olumlu yansır.
- İşletmelerin devletin ihracat desteklerinden fuar desteğinden yüksek oranda faydalanması ancak diğer desteklerden çok az faydalanmasına çözüm getirilmelidir. Sanayi ve Ticaret Odası veya İhracat birlikleri aracılığıyla tüm destekleri anlatan seminerler verilmeli, kitapçıklar ve broşürler basılarak tüm firmaların diğer desteklerden de verimli şekilde faydalanılması sağlanmalıdır.
- İşletmelerin ihracat yaparken en çok zorlandıkları alanlar tespit edilmeli, işletmelere yönelik küçük eğitim programları veya yurtdışına küçük seyahat programları Sanayi ve Ticaret odaları tarafından düzenlenmelidir.
- Finansal zorluk yaşayan firmaların yüksek banka kredileriyle baş başa bırakılmamalı, Eximbank kredi şartları kolaylaştırılıp, verilen işletme sayısı artırılmalı ve diğer bankalarla devlet anlaşarak işletmelere özel iş kredileri vermelidir.
- İşletmelerin hedef pazarının AB ülkeleri olması sebebiyle devlet, Avrupa Birliği şartlarının yerine getirilmesi için çalışmalarını hızlandırmalı ve işletmelerin AB ülkelerine ihracat yapmasını kolaylaştırıcı antlaşmalar imzalamalıdır.
- İşletmelerin yurtdışındaki ürünlerle kalite, özgünlük ve yeni yaşam tarzına uygunluk açısından rekabet edilebilirliğini artırmak için üretim teknolojilerini geliştirmeli ve yenilemelidir.
- Fiyatlarda rekabet edebilmek içinde yurtdışından ithal edilen hammaddelerin vergi oranları devlet tarafından azaltılarak girdi maliyetleri düşürülmelidir.

- Jeopolitik konum açısından önemli bir yerde bulunan ülkemizin yaşanabilecek olumsuz etkenlerden korunabilmesi için çevre ülkelerle bu riski en aza indirecek güvenlik antlaşmaları imzalanmalıdır.

## KAYNAKÇA

ACAR Fatih, “Türkiye Ekonomisine Genel Bakış (2001-2013), Ç.S.G.B. Çalışma Dünyası Dergisi, 2014, s.17

AKÇAY Ümit, “Küresel Krizin 2015Manzarası ve Türkiye Ekonomisi”, Heinrich Böll Stiftung Derneği Türkiye Temsilciliği, <https://tr.boell.org/tr/2015>, 2015,(18.09.18)

AKTEL Mehmet, “Küreselleşme Süreci ve Etki Alanları”,İsparta: S.D.Ü.İ.F.D., C.6,S.2,(2001), s.196

ALP Ali, Fuat Oğuz, *Yeni Finansal Düzen: Krizlerin Sonu mu?* , İstanbul: Doğan Kitap, 2001.

ALTAY Bülent, Koray Gürpınar,”Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F.Dergisi*, C.10,S.1,2008,ss.258-262

Ankara Sanayi Odası, “Ankara’dan Dünyaya Mobilya” *Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Sektörel Değerlendirme ve Hedef Pazar Analizi Raporu*, 2014, s.21, <http://www.aso.org.tr>

ARIKAN İbrahim, *Tarih Ekonomiyi Ekonomi Tarihi Oluşturur*, 1.b.İstanbul: Arıkanlı Holding A.Ş., 2008.

ARSLAN Ali Rıza, *Türkiye'nin Mobilya İhracatındaki Sorunların Belirlenmesi ve Çözüm Önerileri*, Ankara: Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2006.p.121.

ATEŞ Burcu, *Türkiye’de 1980 Sonrası Dış Ticaretin Gelişimi: Enerji Sektörü*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Gedik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,2015.

AYKURT Mehmet Emin, *Türk Mobilya Sektöründe Faaliyet Gösteren Büyük Firmaların Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Etkisinin Tasarım Perspektifinden Değerlendirilmesi: Kayseri Örneği*, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: 2014, s.19.

BASHİMOV Güçgeldi, ”Mobilya Endüstrisi: Türkiye’nin Küresel Piyasadaki Karşılaştırmalı Üstünlüğü”, Niğde: *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi Yenilik Dergisi*, C.4,S.2(2017),ss22-23

BAYAR Fırat, “Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye”, *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, S.32, (2008), ss.26-29

BAYRAK Metin, Osman Cenk Kanca, "Türkiye'de 1970-2001 Yılları Arasında Oluşan Ekonomik ve Siyasi Gelişmelerin Seyri", *Akademik Bakış Dergisi E-Dergi*, S.35, (2013), s. 12, <http://www.akademikbakis.org> , (10.01.18)

BAYRAM Nuray, *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*, 6.b., Bursa: Ezgi kitabevi,2009

BEDÜK Aykut, Mehmet İnce,"Türkiye'de İhracatın Geliştirilmesinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Önemi",*S.Ü.İ.İ.B.F.D.,C.6.,S.23.(2003),ss.170-172*

BİRDAL Murat, *Bir Krizin Anatomisi*, 1.b., İstanbul: Kor Kitap, 2017.

COŞAR Nevin, "Demokrat Parti Dönemi Maliye Politikası", *Ankara Üniversitesi S.B.F.D.C.60. S.1.(2005),ss.30-33*

COŞKUN Recai, vd., *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*, 8.b.,Sakarya: Sakarya Yayıncılık, 2015

ÇAVDAR Tevfik, *Türkiye Ekonomisinin Tarihi 1900-1960: YİRMİNCİ YÜZYIL TÜRKİYE İKTİSAT TARİHİ*, 1.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2003.

ÇERÇEL Seda, *Organize Sanayi Bölgelerinde Dış Ticaret Sorunları Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama*, (Yüksek Lisans Tezi), Mersin: Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013, s.3

ÇETİN Murat, Eyyup Ecevit, "İhracatın Sürükleyici Gücü Olarak Tekstil Sektörü: Kahraman Maraş İli Örneği", *Manisa, Yönetim ve Ekonomi*, C.15, S.II, (2008), ss.119-121

ÇOLAK Mehmet, Tahsin Çetin, "Qualifacations Sought in Tecnicall Employees by SME Businesses(Furniture Industry Sample)", *Global Business Research Congress 2016, PRESS Academia Procedia*, ss.610-613

DAĞDEMİR Özcan, Mesud Küçükcalay, "Türkiye'de 1960-1980 Müdahale Dönemi Ekonomileri: İktisat Politikaları ve Makro Ekonomik Göstergeler Açısından Bir Karşılaştırma", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Kütahya, S.3 (1999), s.126.

DEARDOFF Alan V.," Dünya Ekonomisi ve Dünya Ticaret Sistemi Nereye Gidiyor?", *Uluslararası Ekonomi ve Dış Ticaret Politikaları Dergisi*, S.3, (2008) ss.8-10

Dünya Ticaret Örgütü, "Dünya Ticaret Raporu", 2017 <http://www.wto.org> ( 06.04.18)

EROĞLU Ferhat, *Ankara Mobilyacılar Sitesinde Faaliyet Gösteren Küçük Orta Ölçekli Mobilya İşletmelerinin Analizi ve Çözüm Önerileri* , (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2007 s.63.



ERYÜZLÜ Hakan, *Herkes için Genel Ekonomi: Temel Kavramlar ve Teoremler*, 1.b., İstanbul: Seçkin Yayıncılık, 2016, ss. 149-150

ESKİLER Ersin, Müjdat Özmen, Cevahir Uzurt, "Bilgi Yönetimi Pazar Odaklılık ve Pazarlama Yeniliği İlişkisi: Mobilya Sektöründe Bir Araştırma", *Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.6, S.1, 2011, s.32.

FIRAT Emine, "Türkiye'de 1980 Sonrası Yaşanan Üç Büyük Kriz ve Sonuçlarının Ekonomi Politikası", *S.Ü.İ.İ.B.F. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, s.510,

GÜNAY Durmuş, "Sanayi ve Sanayi Tarihi", İstanbul, *Mimar ve Mühendis Dergisi*, C.I, S.31, 2002, ss.5-7

HACIYEV Ş.H., E.İ. Bayramov, *Dünya Ekonomisinin Tarihi*, Ankara: Gazi Kitabevi, 2013.

HEPAKTAN Erdem, *1980'den Günümüze, Türkiye'nin Dış Ticaretindeki Yapısal Değişimin Dış Ticaret Hadleri Üzerindeki Etkisi*, (Doktora Tezi), Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006, ss. 105-110.

HERSKOVİTS M. J. . *Economic Anthropology, "a Study in Comparative Economics"*, New York:( Alfred Knopf,inc).1960

İnegöl Belediyesi Başkanlığı, *İnegöl Tarihçesi*, <http://www.inegol.bel.tr/Inegol/Inegoltarihi>, (04.12.2017)

İNCEKARA Ahmet," Dünya ve Türkiye Ekonomisi", *İktisadi Araştırmalar Vakfı*, 2016, ss.26-29, <http://www.iav.org.tr> (12.04.18)

İnegöl Marangozlar ve Mobilyacılar Odası, *İnegöl Mobilya Tarihi 2018*, <http://inmob.org.tr> (10.01.19)

İnegöl Tarihçesi, [www.inegol.bel.tr/inegol/inegoltarihi](http://www.inegol.bel.tr/inegol/inegoltarihi), (16.08.18).

İnegöl Ticaret ve Sanayi Odası Bilgi Hizmetleri ve Proje Müdürlüğü, *İnegöl Ekonomi Raporu 2018*, ss.44-53

KARABIÇAK Mevlüt, "Küreselleşme Sürecinde Gelişmekte Olan Ülke Ekonomilerinde Ortaya Çıkan Yönelim ve Tepkiler", *Isparta, S.D.Ü.İ.İ.F.D., C.7., S.1, (2002)*, ss.118-122.

KARADEMİR Devrim, *Türkiye Mobilya Endüstrisindeki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ'LERİN) Avrupa Birliğine Uyumlaştırılması*, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Doktora Tezi), İstanbul, 2014, s.118

KARTAL Zeki, “Kavramsal ve Tarihsel Yönleriyle Küreselleşme”, Eskişehir, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.8, S.2, ss.258-260

KARAÇOR Zeynep, “Öğrenen Ekonomi Türkiye: Kasım 2000 –Şubat 2001 Krizinin Öğrettikleri, *Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ss.386-388

KAYACIKLI Tamer, *Dünya da ve Türkiye de Mobilya Sektörü*, 1.b., İstanbul: İTO Yayınevi, 2003.

KAZGAN Gülten, *Tanzimat’tan 21.Yüzyıla Türkiye Ekonomisi: Birinci Küreselleşmeden İkinci Küreselleşmeye*, 4.b., İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2009.

KAZGAN Gülten, *Küreselleşme ve Ulus-Devlet Yeni Ekonomik Düzen*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2015.

KEPENEK Yakup, Nurhan Yentürk, *Türkiye Ekonomisi*, 12.b., İstanbul: Remzi Kitabevi, 2001.

KIYAK Hasan, *Türkiye’nin Dış Ticaret Yapısı ve Ortadoğu Ülkeleri ile Dış Ticaret İlişkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü, 2005, s. 2.

KOÇ Küçük Hüseyin, Ahmet Kurtoğlu, Emine Seda Erdinler, Ender Hazar, Türkiye Mobilya Endüstrisine Stratejik Bir Bakış, *Selçuk Üniversitesi 3.Ulusal Mobilya Kongresi 2015*, s.1157.

KÖKSAL Beyza, “Türkiye de Mobilya Sektörünün Gelişimi: Kayseri Örneği”, *Journal of Advanced Technology Sciences*, C6.S3.2017, ss 411-414

KÖSEBALAN Hasan, *Türk Dış Politikası: İslam, Milliyetçilik ve Küreselleşme*, Çev. Hüsamettin İnaç, 1.b. Ankara: Big Bang Yayınları, 2014.

KURNAZ Tuğçe, *1980 Sonrası Türkiye Ekonomisi ve Dış Ticaret Gelişimi*, (Yüksek Lisans Tezi), Mersin: Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014, s.1

KÜÇÜKKALAY Mesut, “Endüstri Devrimi ve Ekonomik Sonuçların Analizi”, Isparta, *S.D.Ü.İ.İ.B.F.D., S.II(GÜZ)*, 1997, ss.54-61

LEAKEY, R.E., *The Making of Mankind*, New York, Dutton, 1981, p.212

Mobilya Çalışma Grubu Raporu 2023, *T.C.Kalkınma Bakanlığı Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018*, Ankara: 2015

McCRAKEN Todd, *Small Business Exporting Survey 2016*”, National Small Business Association, Small Business Exporters Association, 2016.

OMAN Charles, “Yeni Ekonominin Ticaret Modeli”,Çev. Serkan Erkan, *Liberal Düşünce Dergisi*, C.6, S.21, (2001), ss. 115-117.

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, *Mobilya Sektör Raporu 2016*, <http://www.turkishfurniture.org/TR> , (25.10.2017), s.7.

Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, *TR72 Mobilya Sektör Raporu*,2016, <http://www.oran.org.tr> , (25.10.2017),s.10.

ÖZBEK Cumali, *Türkiye Ekonomisine Genel Bakış*, 2014, <http://www.akademia.edu> , (26.03.18)

ÖZTÜRK Serdar, Bekir Gövdere, “Küresel Finansal Kriz ve Türkiye Ekonomisine Etkileri”,*Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F.D. C.15, S.1* (2010), ss. 382-383.

PAYAL Engin, *Türkiye'nin 2002-2013 Periyodunda Gerçekleştirdiği Dış Ticaretin İller Bazında İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015, s.2

SERİN Necdet, “*Dış Ticaret ve Dış Ticaret Politikası (1990 Sonrası)*”,Türkiye Ekonomisi Sektörel Analiz, 1.b., Ankara: Turhan Yayınevi, 1998.

ŞAHİN Dilek,”Türkiye'nin Mobilya Sektörü Dış Ticaret Yapısının Analizi”, *Journal of Life Economics*, C.111, S.III, s.8,

ŞENOL Süleyman, *Kütahya Mobilya İmalat Sanayinde Mobilya Tasarım-Üretim Süreci Etkileşimi*, (Yüksek Lisans Tezi), Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü,2010,p.84.

TURAN İbrahim, ŞİMŞEK Ümit, ASLAN Hasan, “Eğitim Araştırmalarında Likert Ölçeği ve Likert –Tipi Soruların Kullanımı ve Analizi”. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, ” Sakarya, S.30, 2015.

TÜLEYKAN Hayrettin, Selçuk Bayramoğlu, “Türkiye’de 24 Ocak Kararları ile Başlayan Finansal Serbestleşmenin Günümüz İktisadi ve Mali Yapısına Yansımaları”, *The Journal of Academic Social Science Studies* ,S.44, (2016), s.405.

TÜRK Aycan, *Ekonomi*, İstanbul: hiperlink ebook, 2014.

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı,*Türk Ekonomisinin Genel Görünümü*, <http://www.mfa.gov.tr> (20.01.18)

Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Maden, Metal ve Orman Daire Başkanlığı, *Mobilya Sektör Raporu 2016*, <http://www.ekonomi.gov.tr>, s.12

Türkiye Cumhuriyeti Gümrük ve Ticaret Bakanlığı  
<http://risk.gtb.gov.tr/istatistikler/veri-bültenleri> ,(20.06.2018)

Türkiye İstatistik Kurumu [www.tuik.com.tr](http://www.tuik.com.tr) ,(21.06.18)

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, *Ekonomik Rapor 2008*,  
<http://www.tobb.org.tr> , ss.15-16, (11.01.18)

Türkiye Mobilya Sanayii, TC Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sanayi Genel Müdürlüğü, Ankara. [www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/mobilya-31032010112146.doc](http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/mobilya-31032010112146.doc), ( 29.09.2017)

YAZICI Hikmet, Selman Karayılmazlar, "Türkiye Ahşap Mobilya Sektörü ve Ekonomik Geişimi", *ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, C.3S.3, 2001, ss.4-12

YARDİBİ Cengiz, *Mobilya Sektöründe Uluslararasılaşma ve Rekabet Stratejiler: Türkiye Örneği*, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Doktora Tezi), Ankara: 2016, s.55.

YERASİMOS Stefanos, *Az Gelişmişlik Sürecinde Türkiye: Tanzimat'tan I. Dünya Savaşına*, çev. Babür Kuzucu, 7.b., İstanbul: Belge Yayınları, 2001, ss.287-292

YÜCEL Fikret, *Cumhuriyet Türkiye'sinin Sanayileşme Öyküsü*, 1.b., Ankara: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, 2015, ss.49-63

## EK 1

### ANKET ÇALIŞMASI

---

#### ANKET ÇALIŞMASININ AMACI

Değerli katılımcı bu çalışma; Uludağ Üniversitesi bünyesinde yürüttüğüm tez çalışmada kullanılmak üzere hazırladığım; “Mobilya Sektöründe İhracat Potansiyelinin Artırılması: İnegöl Örneği” başlıklı tezimde kullanılmak için, bilimsel kaynak niteliği taşıyacak bir anket çalışmasıdır.

Aşağıda cevaplayacağınız bilgiler, sadece çalışma kapsamında tezimde kullanılacak olup, özel bilgiler herhangi bir yerde veya farklı bir çalışma da kullanılmayacaktır. Şimdiden vereceğiniz yanıtlar için teşekkür ederiz.



#### ARAŞTIRMAYI YAPAN

Adı Soyadı: Sevil Coşkun

İletişim numarası: 5446011860

Danışman: Dr.Öğr.Üyesi Müslüm Basılğan

Mail: [svselvicskn@gmail.com](mailto:svselvicskn@gmail.com)

Kurum: Uludağ Üniversitesi SBE, Uluslar Arası Ticaret ve İşletmecilik, tez yılı

Not: cevap kutucuklarını X veya uygun işaretle işaretleyebilirsiniz.

Anket çalışmasının konusu

Mobilya Sektöründe İhracat Potansiyelinin Artırılması: İnegöl Örneği üzerine Mobilya Sektöründe bir Uygulama

BÖLÜM I: İşletme Bilgilerine Yönelik Sorular.

1. İhracat yapıyor musunuz?

EVET  HAYIR  (Hayırsa anketi sonlandırın)

2. Kaç yıldır ihracat yapıyorsunuz?

1-3 yıl  4-8 yıl  9-15 yıl  15 yıl üzeri

3. İşletmenizde, ihracat faaliyetlerini hangi yöntemle gerçekleştiriyorsunuz?

Doğrudan ihracat ile  Aracılar ve/veya toptancılar aracılığı ile   
Yurtdışı şubeler aracılığıyla  Yerli ya da yabancı başka firmalar aracılığı ile

4. İşletmeniz de kaç kişi çalışmaktadır.

1-10  10-20  20-30  diğer .....

5. İşletmeniz, hangi ürün grubunun ihracatını yapıyor?

koltuk / kanepes  yatak / salon grubu   
çocuk /genç odası  sandalye / sehpa   
diğer .....

6. İşletmeniz marka sahibi mi?

Evet  Hayır

7. İşletmenizin dış ticaret birimi var mı?

Evet  Hayır

8. AR-GE bölümünüz var mı?

Evet  Hayır

9. İşletmenizin yurtdışında tanıtım, satış ve geliştirme için kullandığı yabancı dil seçenekleri olan bir web sitesi var mı?

Evet  Hayır

10. İşletmenizin geçen yıl rakamları itibariyle toplam ihracat geliriniz ya da satışınız ne kadardır?

1 milyon TL' den az  1 – 3 milyon   
4 – 5 milyon  5 milyondan fazla

11. Gelecek 5 yıl içerisinde ihracat hedefiniz nedir?

1 milyon TL  1 – 3 milyon   
4 – 5 milyon  5 milyondan fazla

12. İşletmeniz gelecek 5 yıl içerisinde ihracat potansiyelini artırmayı düşünüyor mu?

Evet  Hayır

13. Gelecek 5 yıl içerisinde ihracat potansiyelinizi artırmak amacıyla ürünlerinizde yeni teknolojik gelişmeler doğrultusunda iyileştirmeler planlıyor musunuz?( Özgün tasarımlar, kişiye özel üretim opsiyon seçenekleri, kalite artırımı vb.)

Evet  Hayır

14. İşletmenizde kullandığınız hammaddenin kaynağını % kaçını ithal ürünlerden oluşturmaktadır?

.....

15. Ülkemizde uygulanan gümrük vergilerinin ihracat üzerinde olumsuz etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet  Hayır

16. İhracat potansiyelinizi artırmak için KOSGEB ya da diğer devlet desteklerine hiç başvurduğunuz mu?

Evet  Hayır

17. İhracat potansiyelinizi artırmak için şu ana kadar KOSGEB ya da diğer devlet desteklerinden hiç faydalandınız mı?

Evet  Hayır

18. İşletmeniz aşağıdaki hangi ihracat desteklerinden faydalanmıştır?

Pazar araştırması ve Pazara giriş desteği  Tasarım Desteği   
Fuar Katılım Desteği  Markalaşma ve Turquality desteği   
Pazara giriş belgeleri  Yurtdışı birim, Marka ve Tanıtım desteği   
İhracatçıya alıcı kredisi ve sigorta tazmin desteği  Hiçbiri

19. İşletmeniz ihracat yaparken en çok hangi finansal kaynaktan yararlanmaktadır?

1)Kullanmıyorum      2)Banka Kredisi      3)Eximbank  
4)Faktoring      5)Leasing      5)Yurtdışı Finansman  
6)Diğer.....

20. İşletmenizin ihracat yaparken karşılaştığı problemlere yardımcı olan kuruluş yada kişi kimdir?

Danışmanlık şirketi  Sanayi ve Ticaret odaları   
Gümrük Müşavirliği  İhracatçı birlikleri   
Diğer.....

21. İşletmeniz ülke dışında herhangi bir başka firma yada kişiler ile birlikte iş ortaklığı gerçekleştirmekte midir?

Yurtdışı kaynaklı firma ile ortaklık  Yurtdışında bir temsilci ile çalışma   
Her ikisi ile birlikte çalışma  Hiçbiri

22. İşletmenizin ihracat yapmaya başlamasının, ihracata girmesinin zorluk derecesini (1- 5) puanları arasında değerlendiriniz?

.....

23. Yeni dış pazara girmenizin temel sebebi nedir?

.....

24. İşletmeniz var olan kapasitenizin yüzde (%) kaçını kullanmaktadır?

.....



25. Önümüzdeki dönemlerde ihracat hedefinizi gerçekleştirme de en önemli risk nedir?

Döviz Riski  İç ekonomik daralma

Dış Pazar da güvenlik sorunu  Dünyadaki Korumacılık Eğilimleri

Ambargo

26.Önümüzdeki 5 yıl içerisinde hedef pazarınız neresidir?

AB ÜLKELERİ  ABD  RUSYA

AFRİKA ÜLKELERİ  DIĞER.....

**BÖLÜM II: İŞLETME VE İHRACAT POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK SORULAR ELE ALINMIŞTIR.**

Lütfen aşağıdaki faktörlere katıldığınız ölçüde cevaplayınız.( 1- Hiç Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum)

27	Finansal yetersizlikler işletmemizin ihracat potansiyelini düşürmektedir.				
28	Ülkemizin uyguladığı gümrük vergileri ihracat yapılabilirliği azaltmaktadır.				
29	Yurtdışı pazar bilgisi eksikliği ihracat potansiyelini azaltmaktadır.				
30	Yurtdışı pazarlarına oranla girdi maliyetlerinin yüksekliği rekabet edilebilirliği düşürmektedir.				
31	İdari ve yasal zorunluluklar ihracat yapılabilirliği zorlaştırmaktadır.				
32	Uluslararası pazarlarda ürünlerimizdeki kalite eksikliğimiz işletmemizin ihracat potansiyelini azaltmaktadır.				
33	İşletmemizin nitelikli personel eksikliği ihracat potansiyelimizi olumsuz etkilemektedir.				
34	Hedef pazarlarda tanıtım eksikliği ihracat potansiyelini azaltmaktadır.				
35	Bir işletmenin marka olması ihracat yapma potansiyelini artırır				
36	İşletmelerin özgün tasarımlar yapması ihracat potansiyelini artırır.				

37	İhracat potansiyelini kullanırken karşılaşılan finans problemlerinde devlet desteği kullanmak ihracat yapılabilirliği artırır.					
38	Hedef pazar seçiminde ülkenin zevk ve alışkanlıkları ile ilgili ön çalışmalar yapmak, var olan potansiyeli artırır.					
39	Üretim teknolojisini yenilemek ihracat potansiyelini artırır.					
40	Yurtdışındaki taleplere hemen cevap verebilmek için kullanılacak yurtdışı depolama sistemi potansiyeli artırır.					
41	İhracat yaparken ülkenin diğer ülkelerle siyasi durumu ihracat potansiyelini etkiler					

## BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

## TEZ ÇOĞALTMA VE ELEKTRONİK YAYIMLAMA İZİN FORMU

Yazar Adı Soyadı	Sevil Gökün
Tez Adı	Mobilya sektöründe İhracat Potansiyelinin Artırılması: İnegöl Örneği
Enstitü	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	uluslararası İşletmecilik ve Ticaret Anabilim Dalı
Tez Türü	Yüksek Lisans Tezi
Tez Danışman(lar)ı	Dr. Öğr. <del>Özge</del> Müslüm Basırgan
Çoğaltma (Fotokopi Çekim) İzni Kısıtlama	<input type="checkbox"/> Patent Kısıt (2 yıl) <input type="checkbox"/> Genel Kısıt (6 ay) <input checked="" type="checkbox"/> Tezimin elektronik ortamda yayımlanmasına izin veriyorum.

Hazırlamış olduğum tezimin belirttiğim hususlar dikkate alınarak, fikri mülkiyet haklarım saklı kalmak üzere Bursa Uludağ Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı tarafından hizmete sunulmasına izin verdiğimi beyan ederim.

Tarih : 29.07.2019

İmza :

