

T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI TİCARET ANABİLİM DALI

ULUSLARARASI TİCARET YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**DÜNYA'DA ve TÜRKİYE'DE MOBİLYA
SEKTÖRÜNÜN ULUSLARARASI TİCARETİNİN
İNCELENMESİ ve DEĞERLENDİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Fatih ÇALIŞKAN

200000549

İSTANBUL, 2018

T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI TİCARET ANABİLİM DALI

ULUSLARARASI TİCARET YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**DÜNYA'DA ve TÜRKİYE'DE MOBİLYA
SEKTÖRÜNÜN ULUSLARARASI TİCARETİNİN
İNCELENMESİ ve DEĞERLENDİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Fatih ÇALIŞKAN

200000549

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Muhittin ADIGÜZEL

İSTANBUL, 2018



T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ

T.C.

İSTANBUL T CARET ÜNİVERSİTESİ
.....D   T c ret..... ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

.....Uluslararası T c ret.....

Yüksek Lisans programı  ğrencisi Fatih Cal   n
D  nyada ve Türkiyede Mobilya Sektörünün Uluslararası T c retinin
İncelenmesi ve Değerlendirilmesi başlıklı tez  alışması,
Enstitümüz Yönetim Kurulu 27.06.2018 tarih ve 2018/119-2 sayılı kararla oluşturulan jüri tarafından
oybirlięi/oyçokluęu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ DANIŞMANI

JÜRİ ÜYESİ

JÜRİ ÜYESİ

UNVANI, ADI SOYADI

İMZA

Dr.   r. Üyesi Muhittin Adg zel
Prof. Dr. Mehmet Melamer
Dr.   r. Üyesi H cabi Ersoy

(*) Yüksek lisans tez savunma jürileri en az biri kurum d  şından olmak üzere dani şman dahil en az      ğretim üyesinden
oluşur. Jürinin     ki şiden oluşması durumunda e  dani şman jüri  yesi olamaz. E  tez dani şmanının jüri  yesi olması
durumunda asıl jüri be  üyeden oluşur.

ÖZET

DÜNYA'DA ve TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN ULUSLARARASI TİCARETİNİN İNCELENMESİ ve DEĞERLENDİRİLMESİ

Fatih ÇALIŞKAN

Bu çalışmamızda uluslararası ticaret verileri kullanılarak Türkiye ve dünya mobilya ticaretindeki 2001-2010-2016 yılları arasındaki değişim irdelenmektedir. Bu bağlamda Türkiye ve dünya mobilya ticaretinde başta gelen ülkeler ve bu ülkelerin dünya mobilya ticaretindeki paylarının ne olduğu, Türkiye'de ve dünyada en çok ticareti yapılan mobilya ürün gruplarının neler olduğu incelenmiştir. Çalışmamızda, International Trade Center, Trademap web sitesindeki veriler kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Ticaret, Türkiye İhracat ve İthalat, Mobilya

ABSTRACT

THE INVESTIGATION AND EVALUATION OF INTERNATIONAL TRADE WORLD AND TURKEY FURNITURE SECTOR

Fatih ÇALIŞKAN

In this work, the international furniture trade sector was analyzed in 2001 - 2010 - 2016 by using international trade data. Significant countries in furniture trade and their shares in world furniture trade were examined. The data from the itc trademap web site is used in this work.

Keywords: International Trade, Turkey Export & Import, Furniture

ÖNSÖZ

Yüksek lisans tez çalışması boyunca bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, çalışmam süresince yardımlarını hiç esirgemeyen ve beni her zaman yürekten cesaretlendiren saygıdeğer danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Muhittin Adıgüzel'e ve Murat Özcan'a teşekkürü borç bilirim.

Hayat boyunca yardımlarını esirgemeyen, maddi manevi her daim yanımda olan ve yıllarca sabır ve hoşgörüyle kahrımı çeken saygıdeğer babam Mehmet Çalışkan'a, annem Muradiye Çalışkan'a ve kardeşime can-ı gönülden teşekkür eder ve bu tezi onlara ithaf ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ	v
TABLolar LİSTESİ.....	x
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiii
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
GİRİŞ	1
İKİNCİ BÖLÜM.....	3
MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN GENEL İNCELENMESİ	3
2.1. Mobilya Sektörü	3
2.2. Dünyada Mobilya Sektörü.....	4
2.3. Türkiye’de Mobilya Sektörü	6
2.4. Mobilya Üretim Süreci	10
2.5. Mobilya Tüketimini Etkileyen Faktörler	14
2.6. Türkiye’nin Mobilya Sektöründeki Rekabet Gücü	15
2.6.1. Türkiye’nin Mobilya Sektöründeki Yakın Rakipleri.....	17
2.6.2. Türkiye’nin Mobilya Sektöründe Yaşadığı Sorunlar	21
2.7. Mobilya GZFT (SWOT) Analizi	25
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	29
MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN DÜNYADAKİ DURUMU	29

3.1. Dünya Mobilya Sektörü İhracatı	29
3.1.1. GTİP No. 9401"Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları" Ürün Grubu Dünya İhracatı.....	32
3.1.2. GTİP No. 9402"Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Dünya İhracatı.....	33
3.1.3. GTİP No. 9403"Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Dünya İhracatı.....	35
3.1.4. GTİP No. 9404" Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya " Ürün Grubu Dünya İhracatı.....	37
3.2. Dünya Mobilya Sektörü İthalatı.....	39
3.2.1. GTİP No. 9401"Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları" Ürün Grubu Dünya İthalatı.....	40
3.2.2. GTİP No. 9402" Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Dünya İthalatı.....	42
3.2.3. GTİP No. 9403" Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Dünya İthalatı.....	44
3.2.4. GTİP No. 9404" Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya " Ürün Grubu Dünya İthalatı.....	45
3.3. Mobilya Sektörü Dünya Ticaret Dengesi.....	47
3.3.1. GTİP No. 9401" Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları " Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi.....	48
3.3.2. GTİP No. 9402" Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi.....	49
3.3.3. GTİP No. 9403" Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi.....	50

3.3.4. GTİP No. 9404" Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya " Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi.....	51
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	53
MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYEDEKİ DURUMU.....	53
4.1. Türkiye Mobilya Sektörü İhracatı	53
4.1.1. GTİP No. 9401"Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İhracatı.....	56
4.1.2. GTİP No. 9402"Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İhracatı	58
4.1.3. GTİP No. 9403"Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İhracatı.....	59
4.1.4. GTİP No. 9404" Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya " Ürün Grubu Türkiye İhracatı.....	61
4.2. Türkiye Mobilya Sektörü İthalatı.....	63
4.2.1. GTİP No. 9401"Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İthalatı.....	65
4.2.2. GTİP No. 9402"Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İthalatı.....	67
4.2.3. GTİP No. 9403"Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İthalatı.....	69
4.2.4. GTİP No. 9404" Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya " Ürün Grubu Türkiye İthalatı	71
4.3. Türkiye'nin Mobilya Sektörü Ticaret Dengesi.....	72

4.3.1. GTİP No. 9401" Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları " Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi.....	73
4.3.2. GTİP No. 9402" Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi	75
4.3.3. GTİP No. 9403" Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi	76
4.3.4. GTİP No. 9404" Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya " Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi	77
SONUÇ.....	79
KAYNAKÇA.....	87

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Dünya Mobilya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Yirmi Beş Ülke (1000 \$)	29
Tablo 2. Dünya Mobilya İhracatının Genel Dünya İhracatı İçindeki Payı (1000 \$)..	31
Tablo 3. GTİP 9401. Fasılların Dünya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	32
Tablo 4. GTİP 9402. Fasılların Dünya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	33
Tablo 5. GTİP 9403. Fasılların Dünya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	35
Tablo 6. GTİP 9404. Fasılların Dünya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	37
Tablo 7. Dünya Mobilya İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Yirmi Beş Ülke (1000 \$)	39
Tablo 8. GTİP 9401. Fasılların Dünya İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	40
Tablo 9. GTİP 9402. Fasılların Dünya İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	42
Tablo 10. GTİP 9403. Fasılların Dünya İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	44
Tablo 11. GTİP 9404. Fasılların Dünya İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	45
Tablo 12. Dünya Mobilya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)	47
Tablo 13. GTİP 9401. Fasılların Dünya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)	48
Tablo 14. GTİP 9402. Fasılların Dünya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)	49

Tablo 15. GTİP 9403. Fasıl Dünya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$).....	50
Tablo 16. GTİP 9404. Fasıl Dünya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$).....	51
Tablo 17. Türkiye Mobilya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Yirmi Beş Ülke (1000 \$)	53
Tablo 18. Türkiye Mobilya İhracatının Dünya Mobilya İhracatı İçindeki Payı (1000 \$)	54
Tablo 19. Türkiye Mobilya İhracatının Genel İhracat İçindeki Payı (1000 \$).....	55
Tablo 20. GTİP 9401. Fasıl Türkiye İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	56
Tablo 21. GTİP 9402. Fasıl Türkiye İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	58
Tablo 22. GTİP 9403. Fasıl Türkiye İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	59
Tablo 23. GTİP 9404. Fasıl Türkiye İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	61
Tablo 24. Türkiye Mobilya İthalatı Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Yirmi Beş Ülke (1000 \$)	63
Tablo 25. Türkiye Hazır Giyim İthalatının Genel İthalat İçindeki Payı (1000 \$)	64
Tablo 26. GTİP 9401. Fasıl Türkiye İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	65
Tablo 27. GTİP 9402. Fasıl Türkiye İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	67
Tablo 28. GTİP 9403. Fasıl Türkiye İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	69
Tablo 29. GTİP 9404. Fasıl Türkiye İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)	71

Tablo 30. Türkiye'nin Mobilya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$).....	72
Tablo 31. GTİP 9401. Fasıl Türkiye Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$).....	73
Tablo 32. GTİP 9402. Fasıl Türkiye Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$).....	75
Tablo 33. GTİP 9403. Fasıl Türkiye Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$).....	76
Tablo 34. GTİP 9404. Fasıl Türkiye Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$).....	77

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Almanya'nın Ana Ticaret Ortakları 2009-2013. Milyon Euro	17
Grafik 2. İtalya'nın Ana Ticaret Ortakları 2010-2012. Milyon EUR	19
Grafik 3. Kanada Mobilya İthalatı Milyon ABD Dolar	21
Grafik 4. 94'ün Alt Fasıllarının Dünya İhracatı İçindeki Payları	31
Grafik 5. 94'ün Alt Fasıllarının Türkiye İhracatı İçindeki Payları	55
Grafik 6. 94'ün Alt Fasıllarının Türkiye İthalatı İçindeki Payları	65

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

GTİP: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu

ISO : İstanbul Sanayi Odası

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TRADEMAP: Trade Statistics For International Business Development

İTO : İstanbul Ticaret Odası

OSB : Organize Sanayi Bölgesi

TC : Türkiye Cumhuriyeti

TOBB : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

SGK : Sosyal Güvenlik Kurumu

MÜSİAD : Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği

D.İ.İ.P. : Dünya İhracatı İçindeki Payı

D.İ.İ.P. : Dünya İthalatı İçindeki Payı

T.İ.İ.P. : Türkiye İhracatı İçindeki Payı

T.İ.İ.P. : Türkiye İthalat İçindeki Payı

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Mobilya, insanların çalışma, oturma, dinlenme, yemek yeme, eşyalarını depolama, sergileme gibi günlük yaşama yönelik sosyal ve kültürel temel gereksinimlerini güvenli ve konforlu bir şekilde karşılamak amacıyla genelde ağaç malzemeden oluşturulmuş işlevsel, estetik görünümlü kullanımeşyalarının tümü olarak tanımlanır. Mobilya, günlük yaşamın her alanında kullanılan bir ürün olmakla beraber zaman içinde refah düzeyinin bir göstergesi olarak da kabul edilmeye başlanmıştır. Bu çerçevede, gelir düzeyi ve yaşam koşullarındaki iyileşmeler mobilya sektörünün gelişiminde en belirleyici unsurlar haline gelmiştir. Tüm bunlar göz önüne alındığında; mobilyaların sınıflandırılmasında, kullanım alanları ve kullanıcı birey yapısı büyük önem taşımaktadır (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2016). Günümüzde konut dışında büro, okul, hastane, otel, sinema gibi yerler için mobilya yapımı miktar ve çeşitlilik olarak büyük artış göstermektedir (birofis.com).

Dünyada ticaret ve yatırım engellerinin küresel olarak azaltılması ve teknolojik yenilikler ile mobilya sektöründe son yıllarda hızlı bir küreselleşme yaşanmıştır. Bu, özellikle son derece rekabetçi bir ortamda maliyetleri azaltmak isteyen büyük üreticiler ve perakendeciler tarafından kurulan küresel üretim ağlarının sonucudur. Sektörün büyük kısmı, emek yoğun, düşük ücretli ve düşük teknolojili; "alıcı güdümlü" olarak tanımlanabilir. Mobilya sektörünün emek ve kaynak yoğun olması, sektörde gelişmekte olan ülkelere ve firmalarına küresel ekonomiye katılımlarını sağlamak için önemli fırsatlar vermektedir (İstanbul Ticaret Odası, 2016).

Mobilya üretiminde Çin ilk sırada olup, ABD, İtalya, Almanya dünya mobilya üretiminin yarısından fazlasını gerçekleştirmektedir. Japonya, Fransa, Kanada, İspanya ve Polonya gibi ülkelerin ise dünya mobilya üretiminde sıralamaları söz sahibi olabilecek büyüklükte ülkelerdir (Kayseri OSB, 2017).

Mobilya sektörü Türkiye ekonomisi içinde katma değer, istihdam ve ihracat açısından önemli bir yere sahiptir. Türk mobilya endüstrisi, genelde çoğu geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu bir görünüme sahiptir.

Özellikle son 15-20 yıllık süreçte mobilya üretimine karşın küçük ölçekli işletmelerin yanı sıra orta ve büyük ölçekli işletmelerin sayısında da artış gözlemlenmiştir. TÜİK Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı verilerine göre sektör 150.427 kişiyi istihdam etmektedir. Bu alanda faaliyet gösteren işletme sayısı ise 34.438'dir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2016).

Dünya'da ve Türkiye'de mobilya sektörünün 2001-2016 yılları arasındaki uluslararası ticaretinin incelenmesi ve değerlendirilmesi ele alınmıştır. Çalışmamızda kullanılan veriler TradeMap web sitesinden alınmıştır. Bu veriler ile Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) 94. Faslı'nın mobilya sektörünü kapsayan ilk dört alt faslı olan GTİP 9401-9404 arasındaki ürünlerin uluslararası ticareti irdelenmektedir. Çalışmamızın Birinci Bölümü Giriş bölümüdür. İkinci Bölümünde, mobilya sektörü ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Üçüncü Bölümde dünya mobilya ihracatı, dünya mobilya ithalatı ve dünya ticaret dengesi incelenmiştir. Dördüncü Bölümünde Türkiye'nin mobilya ihracatı, Türkiye'nin mobilya ithalatı ve Türkiye'nin ticaret dengesi incelenmiştir. Sonuç bölümünde çalışmamızın sonuçları yer almaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN GENEL İNCELENMESİ

2.1 MOBİLYA SEKTÖRÜ

Mobilya Sınıflandırması Mobilya Tanımlaması

Mimarlık sanatından soyutlanması mümkün olmayan mobilya sanatının zamanımızdan binlerce yıl önce başladığını kanıtlayan örneklerle bazı ülkelerdeki müzelerde rastlanmaktadır. İnsanoğlu tarafından, önceleri rahat oturmak için ağaçtan ve taştan yapılan mobilyalar, diğer sanat dallarında olduğu gibi, mimarının bir iç donatım aracı olarak, antik çağdan günümüze kadar evrim geçirmiş; her ülkede olduğu kadar, aynı ülkenin ayrı sanatkarları arasında da değişik yapım tarzları ve modeller ortaya çıkmıştır. Gereksinimlerin çoğalması, yapım alet ve makinalarının icadıyla da mobilya stil ve modellerinin gelişmesi hızlanmış, sanatkarlar kendilerine özgü bir estetik, beceri ve düşünme kavramlarını mobilyaya aksettirmişler, yaşadıkları çağın yaşayış tarzı ve sanat üslubunu yansıtmışlardır (Birofis.com).

Yüzyıllardır değişime uğrayan, farklı kültürler için, farklı formlara giren mobilya, ait olduğu her dönemde sürekli değişim göstermektedir. Bu gibi değişimler, sosyal nitelikler, yabancı kaynaklı üretimler diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de mobilya sektörünün gelişimi üzerinde etkin rol oynamaktadır (Özker, 2015).

Ülke açısından dış ticaret dengesi pozitif olmasına rağmen mobilya sektöründeki bu durum ile ilgili bazı sorunlar olabileceği düşünülmektedir. Öncelikle, farklı kurum ve kuruluşlarca derlenen veriler gerçek durumu tam olarak yansıtmamaktadır. İkinci olarak, ihraç edilen mobilyaya karşı sadece ithal edilen mobilya kalemi alınmışsa burada sorun var demektir. Çünkü mobilya üretiminde kullanılan ham ve yarı-mamul pek çok madde de ithal edilmektedir. Bu konuda sünger ve boyalı ürünlerdeki kimyasallardan, aksesuar, hatta keresteye kadar olan ithal maddelerin de bu fiğüre eklenmesi tartışılmalıdır. Diğer taraftan mobilya üretiminde kullanılan nereden ise tüm

makine ve teçhizat yurtdışı kaynaklıdır ve bu konuda yüksek bir kapasite fazlalığı mevcuttur (Yardibi, 2016).

Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon Kodları (GTİP) esas alınarak oluşturulan mobilya ürün tanımları aşağıdaki gibidir;

9401: Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirebilir türden olsun olmasın) ve bunların aksam ve parçaları

9402: Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar (ameliyat masaları, muayene masaları, kliniklerde kullanılmaya mahsus mekanik tertibatlı karyolalar, dişçi koltukları) döndürme, yükseltme ve yatırma tertibatlı berber koltukları ve benzeri koltuklar; bu eşyaların aksam ve parçaları

9403: Diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları

9404: Somyalar, yaylı veya içleri herhangi bir maddeyle doldurulmuş veya teçhiz edilmiş yatak eşyası ve benzeri eşya (şilteler, yorganlar, diz ve ayak örtüleri, yastıklar, puflar, baş yastıkları gibi)(gözenekli kauçuk veya gözenekli plastik maddelerden olanlar dâhil, kaplanmış olsun olmasın)(Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, 2016).

2.2 DÜNYA'DA MOBİLYA SEKTÖRÜ

Mobilya, dünyada belli başlı ekonomik sektörlerden biridir ve sektör istihdam anlamında dikkate değer bir yapıya sahiptir. 2001 yılından itibaren dış ticarete sürekli olarak artış vermeye başlayan mobilya ticareti dış pazar deneyimleri ile mobilya sanayi daha çok daha büyük artışlara ve potansiyele sahip olabileceği beklenmektedir (Güleç, 2016).

Dünya da ticaret ve yatırım engellerinin küresel olarak azaltılması ve teknolojik yenilikler ile mobilya sektöründe son yıllarda hızlı bir küreselleşme yaşanmıştır. Bu, özellikle son derece rekabetçi bir ortamda maliyetleri azaltmak isteyen büyük üreticiler ve perakendeciler tarafından kurulan küresel üretim ağlarının sonucudur. Sektörün büyük kısmı, emek yoğun, düşük ücretli ve düşük teknoloji; "alıcı güdümlü" olarak tanımlanabilir. Mobilya sektörünün emek ve kaynak yoğun olması, sektörde gelişmekte olan ülkelere ve firmalarına küresel ekonomiye katılımlarını

sağlamak için önemli fırsatlar vermektedir (İstanbul Ticaret Odası, 2016). Giderek güçlenen küreselleşme süreci ve ulusal pazarların dışa açılması dolayısıyla sınır aşırı mobilya ticareti sürekli artış göstermektedir. Dolayısıyla mobilya pazarı giderek daha fazla uluslararası bir nitelik kazanmaktadır. “Emerging markets” olarak adlandırılan gelişmekte olan pazarların gösterdiği dinamizmin mobilya sektörünün büyüme oranları için ilave bir itici güç oluşturacağı düşünülmektedir (Gürpınar, 2007)

Dünya mobilya sektörü istihdam anlamında ve ülkemize ekonomik katkısı ile dikkate değer bir güce sahiptir. Özellikle 2001 yılın da bu yana net ihracatı konumunda olan mobilya sektörü yıllar itibariyle ihracatını arttırmış ve dış ticarete sürekli olarak artı vermeye başlayarak önemli bir sektör haline gelmiştir. İhracatta yakalanan bu sürecin devam ederek dış pazardaki deneyimler ile birlikte mobilya sanayisinin ilerleyen yıllarda daha hızlı gelişmesi beklenmektedir (Güleç, 2016).

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 temsil edilmektedir (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2016).

Dünya genelinde daha önce dünya mobilya üretiminde Avrupa üretimin merkezi iken, son 18-20 yılda mobilya üretim ağırlığının Çin merkezli olmak üzere doğuya kaydığı görülmektedir. Ancak, Almanya, İtalya ve Polonya gibi ülkeler mobilya sektörü açısından hala önemini devam ettiren ülkelerdir. 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 dünya mobilya üretiminde önemli rol oynadığı dikkat çekmektedir (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2016).

Düşük işgücü maliyetleri ve gelir artışı ile birlikte artan iç talep, Çin’i mobilya üretim merkezi haline getirmiştir. ABD ve Almanya hammadde üreticisi konumlarından ve teknoloji kullanımının sağladığı avantajlardan yararlanırken, İtalya tasarımla öne çıkmaktadır. İhracat eğilimi yüksek ülkeler Çin, Almanya, İtalya ve Polonya’dır. Bu

dört ülke dünyadaki toplam ihracatın yaklaşık yarısını yapmaktadır. Polonya son yıllarda gerçekleşen yatırımlarla birlikte rekabetçi yapısını geliştirmiş ve ihracatta söz sahibi olmuştur. En büyük ithalatçı ülkeler ise ABD, Almanya, Fransa ve İngiltere'dir. ABD, üretimde ikinci büyük ülke olmasına rağmen, iç talebi karşılayamamakta ve ithalatçı ülkeler arasında ilk sırada yer almaktadır (İstanbul Ticaret Odası, 2016). Dünyada en fazla mobilya ithal eden ülkeler, finansal krizler esnasında mobilya ithalatını azaltmıştır. 2013 yılına gelindiğinde, Avrupa'da yavaş bir gelişme olurken, ABD ve Kanada ekonomik kriz öncesindeki düzeyine ulaşmış hatta aşmıştır. 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. Her yıl dünya genelinde düzenlenen ortalama 60 uluslararası fuarın başını her yıl 10 fuarla İtalya çekmektedir. İtalya'nın ardından her yıl 9 fuar düzenleyen Çin Halk Cumhuriyeti ve 6 fuar düzenleyen Almanya gelmektedir. Ayrıca Türkiye'de her yıl düzenlediği 2 fuarla bu sektördeki faaliyetlerini etkinleştirmeye çalışmaktadır. AB ülkeleri bağlamında mobilya üretimi ve ticareti konusu dünyanın pek çok bölgesine kıyasla son derece gelişmiş bir husustur. AB'nin bu sektördeki uzmanlığı dünyanın diğer ülkelerinden çok daha fazla olmakla birlikte özellikle mutfak mobilyaları ve döşenmiş mobilya konusunda liderliği ellerinde bulundurmaktadırlar. Bilhassa Almanya ve İtalya, hem üretim hem ithalat ve hem de tüketim konusunda diğer Avrupa ülkelerine kıyasla daha ön planda bulundurmaktadırlar (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2016).

2.3 TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜ

Mobilya; oturma, yatma, çalışma, yemek yeme, dinlenme ve bazı eşyaların muhafaza edilmesi işlerinde kolaylık ve rahatlık sağlayan sabit ya da taşınabilir eşyalardır. Malzeme olarak ahşap, metal, plastik ya da bunların bir arada kullanımı ile imal edilmektedir. İtalyanca "mobilia" kelimesinden gelen mobilya, İngilizce furniture, Fransızca meuble veya mobilier, Almanca möble'dir. Kelimenin köken olarak

İtalyanca dan gelmesi ve dünyada mobilya konusunda en önde gelen ülkenin İtalya olması kesinlikle bir tesadüf değildir. Fonksiyonel olarak mobilyaları; döşemeli oturma grupları, döşemesiz oturma grupları, yatak odası mobilyaları, mutfak mobilyaları, yemek odası ve oturma odası takımları, kütüphane, vitrin ve benzeri mobilyalar, büro mobilyaları olarak gruplandırmak mümkündür (Gürpınar, 2007).

Mobilyalar görevlerine, kullanım alanlarına, yapılarına, amacına, sitillerine ve malzemesine göre de aşağıdaki biçimde sınıflandırılır. (Gürpınar, 2007).

- Mobilya üniteleri yan yana, üst üste uyumlu ve bağımlı olarak birbirine tutturularak biçimlendiriliyorsa modüler mobilya,
- Biçimlendiği coğrafi bölge tarzına göre İngiliz, İtalyan, İskandinav mobilya vb,
- Birçok amaca hizmet verecek şekilde yapılmışsa çok fonksiyonlu mobilya,
- Mekânlara göre biçimlendirilmişse, mutfak, salon, yatak odası mobilyaları
- Endüstri dönemi öncesi veya sonrası stile göre klasik veya modern mobilya,
- Montaj durumuna göre demonte veya monteli mobilya,
- Kullanım durumuna göre sabit mobilya veya hareketli mobilya

Mobilya talebi büyük ölçüde yeni konut inşaatlarına ve gelir artışına paralel bir seyir izlemektedir. Ofis mobilyaları için ise talep büyük ölçüde işyeri açılması ve inşaatlarına, ofis otomasyon sistemlerinin kullanımına ve doğal olarak istihdamın artmasına bağlıdır. Bu nedenle talep esnekliği yüksek bir tüketim malı olan mobilyaya olan talep ve kapasite kullanım oranları ekonomik dalgalanmalara paralel olarak inişli çıkışlı bir seyir izlemektedir. Kapasite kullanımının artırılmasındaki en önemli etken iç pazardaki talep daralmasıdır. Sektörün tam kapasite ile çalışamamasının nedenlerinin başında iç talep, ikinci sırada dış talep yetersizliği gelmektedir. Talep yetersizliğini finansman, çalışanlarla ilgili sorunlar, yerli ve yabancı hammadde yetersizliği ve diğer nedenler izlemektedir (İstanbul Ticaret Odası, 2016).

Ulusal ve uluslararası pazarlara yönelen Türk mobilya sektöründe panel mobilya, masif mobilya, kanepe, oturma grubu, tablalı mobilya (mutfak, banyo, ofis, yatak odası), bahçe mobilyaları, mobilya aksam ve parçaları, taşıt mobilyaları, hastane

mobilyaları, otel mobilyaları, aksesuarlar gibi geniş yelpazede üretim yapılırken, ithal ürün/malzeme kullanımı sınırlı kalmaktadır. Sektör bu yönüyle katma değeri yüksek sektörler arasında yer almaktadır. Türkiye’de istihdam kapasitesi en yüksek sektörlerden biri olan mobilya sanayi, yurt genelinde her il ve ilçeye dağılmış durumdadır. 1980’lerden sonra Türkiye’deki ekonomik ve sosyal gelişmeler, özellikle büyük metropollerde kaliteli, fonksiyonel ve modern mobilya taleplerini artırmış, bu gelişmeler sektöre ve ülke ekonomisine ivme kazandırmıştır (TOBB, 2013).

Türkiye’deki mobilya sektörüne ilişkin tüketim alışkanlıkları Avrupa ile yakınlık göstermektedir. Bir yandan fonksiyonel ve konforlu modern mobilyaya talep artarken, diğer yandan country ve avangart tarzda mobilyalar da ilgi görmektedir. Zincir mobilya mağazaları dünya çapında çoğalırken, ülkemizde de bayilik sistemi yaygınlaşarak benzer bir yapı oluşmaktadır. Ayrıca, mobilya ve ev eşyalarına ilişkin farklı ürün gruplarının birlikte yer aldığı alışveriş merkezi konsepti İnegöl, Kayseri, Trabzon gibi illerde projelendirilmeye başlanmıştır (Çukurova Kalkınma Ajansı, 2014).

Türkiye’de mobilya sektörünün bölgesel büyüklüğü iki koşul etrafında şekillenmektedir. Bu koşullardan ilki pazar yoğunluğu ya da pazara yakınlık iken, ikincisi orman ve ağaç ürünlerine kısacası hammadde ve yardımcı malzemeye yakınlıktır. 2015 SGK verilerine göre; mobilya sektörü sigortalı çalışan sayısı nezdinde ilk 5 il sırasıyla İstanbul, Bursa, Kayseri, Ankara, İzmir olarak sıralanmaktadır. Bununla birlikte mobilya sektöründe kayıtlı istihdamın en düşük olduğu iller sırasıyla Ardahan, Bayburt, Tunceli, Gümüşhane, Ağrı’dır (Kayseri OSB, 2017).

Türkiye’de mobilya sektöründe üretim üç farklı alanda yapılmaktadır. İlki organize sanayi bölgelerinde olup, orta ve büyük ölçekli firmalar seri üretim yapmaktadır. İkinci üretim alanı küçük sanayi siteleridir. Burada küçük ölçekli çok sayıda firma kümelenme anlayışından uzak birbirine benzer üretimler yapmaktadır. Üçüncüsü ise tekil olarak şehirlerin içine dağılmış ve bir bölümü kayıt dışı çalışan küçük ölçekli firmalardır. Sektörde dağınıklık, kümelenme yapısının olmaması, küçük ölçekler, sanayi sitelerinde yığılma, şehir içlerindeki pahalı taşımacılık gibi unsurlar rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir (İstanbul Ticaret Odası, 2016).

Türkiye’deki kayıtlı çalışan her 100 kişiden 0,4’ü mobilya ürünleri sektöründe çalışmaktadır. Türkiye’deki faaliyet gösteren her 100 firmadan 0,3’ü mobilya ürünleri sektöründe faaliyet göstermektedir. Mobilya ürünleri sektöründe istihdam edilen her 100 kişiden 2’si mühendistir. Özel sektörde faaliyet gösteren firmaların vergi öncesi toplam karlarının yüzde 0,2’sini mobilya ürünleri sektörü yapmaktadır. Ödenen her 1000 TL’lik, Kurumlar Vergisinin 2 TL’sini, Gelir Vergisinin 3 TL’sini mobilya ürünleri sektörü ödemektedir (İstanbul Ticaret Odası, 2016).

Mobilya ürünleri sektörünü;

- Türkiye’nin En Büyük 1000 Sanayi Kuruluşu listesindeki 4 kuruluş,
- Türkiye’nin En Büyük 500 Şirketi listesindeki 3 şirket,
- Türkiye’nin En Hızlı Büyüyen 100 Şirketi listesindeki 4 şirket, temsil etmektedir (İstanbul Ticaret Odası, 2016).

Mobilya üretiminde önemli bölgeler, toplam üretimdeki paylarına göre; İstanbul, Ankara, Bursa (İnegöl), Kayseri, İzmir ve Adana olarak sıralanmaktadır. İstanbul’da mobilya sektörü İkitelli Organize sanayi Bölgesi Masko ve küçük sanayi sitesindeki Modoko mobilya siteleri ile önemli iki mobilya merkezine sahiptir. Ankara siteler semti 1960 yıllarında Marangoz Odasının önderliğinde kurulmuştur ve 5.000 dönüm arazi üzerinde faaliyet göstermektedir. Bursa-İnegöl Bölgesi gelişme potansiyeli yüksek bir bölgedir. Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunmasının getirdiği ticari hareketliliği olması nedeniyle çok büyük avantaj sahibidir (Güleç, 2016).

Türkiye’de Mobilya Sektörü istihdam anlamında ve ülkeye ve ekonomiye katkısı oldukça büyük bir paya sahiptir. İhracatın her geçen gün artması ile sektör en önemli sektörlerin başında yer almaktadır. Sektörün bu gelişimi, dışa açılımla birlikte deneyimlerinde gelişmesini sağlamaktadır (Güleç, 2016). Türkiye’de son yıllarda dünya standartlarında üretim yapan büyük tesisler kurulmuş, bayilik teşkilatlarıyla ülke sathına ve dünyaya ürün satar bir konuma ulaşılmıştır. Sektörün, Güney Amerika’dan Rusya’ya, Afrika’ya ve Asya’ya kadar uzanan bir ihracat rotası bulunmaktadır. Son birkaç yıl içinde özellikle Orta Asya ve Ortadoğu pazarlarında belirgin düzeyde bir ihracat artışı sağlanmıştır. Türkiye’nin; Irak, İran ve Libya gibi Ortadoğu ülkelerine yaptığı ihracat oranı 2009-2010 yıllarından itibaren artma

eğilimine girmiştir. Aynı şekilde, Orta Asya Türk. Cumhuriyetleri ile olan ilişkileri geliştirme yönünde benzer adımlar atılmış ve bu durum ticari ilişkilere de yansiyarak zaman içinde mobilyacılık sektörü ihracatında artış yaşanmaya başlamıştır. Ancak Irak ile yapılan ticaret, son dönemde pek çok alanda olduğu gibi mobilyacılık sektöründe de en büyük pazarlardan birini meydana getirmiştir (Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2014).

2.4 MOBİLYA ÜRETİM SÜRECİ

Genel olarak üretim kelimesinin iktisat dilindeki tanımlamasına bakıldığında “her türlü fayda yaratma (şekil değişikliği, zaman değişikliği, mekan değişikliği... vb. ile) veya iktisadi mal veya hizmetler meydana getirme” olarak tanımlanmıştır. Üretim Yönetimi ise “işletmenin elinde bulunan malzeme, makina ve insan gücü kaynaklarının, belirli miktardaki mamulün istenilen niteliklerde ve kalitede, istenilen zamanda ve mümkünse en düşük maliyetle üretimini sağlayacak biçimde bir araya getirilmesidir (theprowess.net, 2017).

Üretim planlaması işletmenin mevcut kaynaklarını rasyonel olarak kullanarak istenilen kalitede mamullerin üretilmesi konusunda karar alma işlemidir. Başka bir ifadeyle üretim planlaması, işletmenin üretim faaliyetlerinin istenilen miktar, kalite, yer ve zamanda; kimler tarafından nasıl ve ne şekilde ve de ne zaman yapılacağına ilişkin faaliyetlerden meydana gelmektedir. Üretim planlamasının temel amacı, belirli bir mamulün üretimini istenilen miktarda ve nitelikte gerçekleştirmektir. Bunun sağlanabilmesi, gerekli üretim faaliyetlerinin yeterli miktarda ve uygun zamanda sağlanabilmesi ile mümkün olmaktadır (Ekin, Yeniocak, Çolak ve Güngör, 2013).

Üretim planı, işletmenin büyüme ve gelişme olanaklarının etkili bir aracıdır. İşletmede üretimin nasıl, ne zaman, ne şekilde yapılacağını gösteren bir rehberdir. Üretim planının işletmeye olan faydaları şunlardır (Ekin, Yeniocak, Çolak ve Güngör, 2013).

1. İşgücü, makine ve malzemenin rasyonel ölçülere göre üretiminde kullanılmasını sağlamak, atıl kapasiteyi ve üretim duraklamalarını önleme ve düzenli bir üretim sağlamak,

2. Hammadde ve malzeme mamullerin stoklama politikasını tespit etmek ve aşırı stok yatırımlarını önlemek,
3. Mevcut işgücü, makine ve diğer üretim unsurlarının üretim faaliyetlerinde görev ve çalışma düzenlerini tespit etmek, üretim safhaları arasındaki aksaklıkları önleyecek gerekli koordinasyonu temin etmek,
4. Üretim hacmi ile talep arasındaki dengeyi belirlemek ve üretim maliyetini tespit etmek,
5. Üretim faaliyetlerinde yetki ve sorumluluğu kesin şekilde belirtmek suretiyle karışıklıkları ve çatışmaları ortadan kaldırmak,
6. İşletmenin gerçekleştireceği hedef ve amaçlarının belirlenmesi, buna uygun olarak yapılan iş mahiyetini kavramış bir organizasyon ve mantıklı bir üretim düzenini kurmaktır.

Mobilya üretim süreci, üretim miktarına ve akışına göre; parti üretimi, sürekli üretim, kesikli üretim, siparişe göre üretim biçimlerinde bir sınıflandırma ile ele alınabilmektedir. Parti üretimi, özel bir siparişi veya sürekli bir talebi karşılamak amacıyla, belli bir mamul grubunun belirli miktarlarda oluşan partiler halinde üretilmesidir. Mobilya sektörünün önemli bölümlerinden birini oluşturan metal işleme bölümleri bu şekilde üretim yapmaktadır. Sürekli üretim ise, makine ve tesislerin yalnız bir ürüne tahsis edildiği ve bir ürün üzerindeki işlemlerin birbiri ardına yerine getirildiği sistemlerdir. Kesikli üretimde, farklı ürünlerden az miktarda üretimin yapılması söz konusudur. Siparişlerin yoğun olmadığı dönemlerde atıl makine ve işgücü kapasitesi ortaya çıkmakta, yoğun sipariş dönemlerinde gecikme söz konusu olmaktadır. Siparişe göre üretimde ise, firmanın tüketici veya müşteri için; zaman, miktar ve kalite bakımından özel olarak belirlediği bir ürünün üretilmesidir. Sipariş üzerine üretimde değişik tür ve nitelikte olan ürünler partiler halinde üretilir. Bu üretim türünde, özel amaçlı makineler yerine genel amaçlı makineler kullanılır. Mobilya sektöründe üretim, genellikle siparişe göre üretim biçiminde yapılmaktadır. Siparişe göre üretimde planlamada genellikle bir stok sorunu olmadığı, üretimin müşteriden alınan siparişlerle ortaya konularak yürütüldüğü söylenebilir. Planlamadaki ilk iş, üretim gruplarının saptanmasıdır. Üretim hızının planlanması, amaç göz önüne alındığında aynı tezgahlarda benzer işlemler gören benzer mamul grupları bulma

olanağı vardır. Gruplama tüm üretim kapasitesinin bir kısmını kapsayan mamuller için yapılmalıdır. Haftalık üretim yükü saptandıktan sonra bu yükü oluşturan mamuller özellikli olarak belirlenir. Mobilya sektöründe o hafta ne kadar üretileceğini belirten programlar daha kısa süreli periyotlar halinde düzenlenebilir. Dünyanın birçok ülkesine mobilya ihraç eden İtalya'da bir yemek odasının her bir parçasının farklı atölyelerde üretilip, montajı marka olan uzman firmalar tarafından yapıp pazarlanmaktadır. Türk mobilyacılık sektörü, bu modeli örnek alarak dünya çapında mutlaka marka olmak zorundadır. Mobilyacılık sektöründe küçük işletmeler, bu tarz bir yapılanma içerisine girebilmelidirler. Fason çalışan veya markasını oluşturamayan firmaların bugünkü dünya piyasalarında varlığını uzun dönemli olarak sürdürmeleri oldukça zor görünmektedir. Türkiye, bu sektörde, düzenli ve kaliteli üretime geçmesi halinde dünya pazarlarında önemli bir ülke konumuna gelebilir ve bu durum da örneğin ihracat çitasının daha yüksek rakamlara çıkarılmasını sağlayabilir (İnal ve Toksarı, 2006).

Dış fuarlara katılım organizasyonu daha profesyonelce yürütülmeli, buralarda devlet tarafından tanıtım ve pazarlama desteği sağlanmalıdır. Konsolosluklarımız ve elçiliklerimizle diyaloglar geliştirilip, katkıları ve destekleri alınmalıdır (İnal ve Toksarı, 2006).

Günlük hayatta kullandığımız ve hizmet sektöründe önemli bir yere sahip olan mobilyaların üretilme süreci 12 aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamaların her birini ayrı ayrı sıralayacak olursak (Yaldız, 2017)

1. Yapılacak Mobilyaların Kullanılacakları Alanlara Göre Özelliklerinin Belirlenmesi

Kullanım alanları çok geniş olan mobilyaların üretiminde, kullanılacağı alana göre ağırlıkları, esneklikleri, boyutları, renkleri belirlenir.

2. Yapılacak Mobilyaların Şekillerinin Belirlenmesi Ve Çizilmesi

Mobilyaların seklinin belirlenip kullanacak kişinin veya satışını yapacak olan firmanın onayına sunulması gerekmektedir.

3. Şekli Belirlenen Mobilyaların Boyutlarının Belirlenmesi Ve Çizilen Şekil Üzerine Yazılması

Şekli çizilen mobilyaların her bir parçasının boyutları belirlenir ve şekil üzerine yazılır.

4. Yapılacak Mobilyaların Her Bir Parçasının Teknik Resminin Çizilmesi

Yapılacak olan mobilyalar her bir parçası ve üzerindeki işlemler ayrı ayrı bilgisayar ortamında veya el ile ölçekli bir şekil de çizilir.

5. Kesilecek Olan Parçaların Listesinin Yapılması

Kesilecek olan parçaların ayrı ayrı kaba ve gerçek boyutlarının listeleri yapılır.

6. Bütün Parçaların Kesilmesi

Her bir parça özelliklerine ve ölçülerine göre makinelerde kesilir.

7. Kesilen Levhaların Kenar Bantlarının Yapıştırılması

Parçaların kaplanması kenarlarına bantların makine veya el ile yapıştırılır.

8. Parçaların Yüzeylerinin Kaplanması

Masifleri yapıştırılmış olan levhalar üzerlerine yapılacak işlemlere göre kaplamada kullanılacak malzeme belirlenir ve kaplamalar yapılır.

9. Ölçüleri Belirlenmiş Olan Levhaların Kaba Ölçülerinden Gerçek Ölçülerine Getirilmesi

Kaba ölçülerde olan levhaların zımparalama suretiyle gerçek ölçülerine getirilir ve yüzeydeki pürüzler giderilir.

10. Birleştirilecek Olan Parçaların Toplanması

Kesilip zımparalanmış olan levhaların birleşme yerlerinde delik, çıkıntı, zıvana yapılır ve birbirlerine uydurulur.

11. Hazırlanan Parçaların Bir Birleriyle Birleştirilmesi

Markalanmış olan parçalar birleşme yerlerinden tutkal yardımı ile birleştirilir. Mobilyalar çekmeceli ise çekmeceler ayrı olarak monte edilir daha sonra birleştirilir.

12. Mobilyaların Paketlenmesi

Mobilyalar beklerken bozulmaması için koruyucu malzeme ile ambalajlanır ve daha sonra paketlenir. Bu aşamalardan her biri mobilyaların üretilmesinde hayati önem taşımaktadır. Mobilyaların hizmet sektöründeki yollarına başlamaları bu aşamalardan geçmeleriyle mümkündür.

2.5 MOBİLYA TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Türkiye’de meydana gelen gelir düzeyi artışı pek çok sektörde olduğu gibi mobilya sektöründe de dinamizmi sağlayan temel faktör olmuştur. Sektörün son dönemde inşaat sektörü ile doğrudan etkileşimi nedeniyle üretim artışı yaşadığı görülmektedir. Tüketici alışkanlıklarının değişmesiyle birlikte, ülkemizde 10 ila 12 yıl arasında değişen mobilya değiştirme alışkanlığı artık 7-8 yıla düşmüştür. Dünya ortalamasına bakıldığında, mobilya değiştirme süresinin 4 yıl olduğu görülmektedir (MÜSİAD, 2013). Yurt içinde tüketicilerin mobilya değiştirme sıklığına ilişkin yapılan anketler tüketicilerin %85’inin 3 ile 10 yıl arasında mobilya değiştirdiğine işaret ederken, ilk 3 yılda mobilyasını değiştirenlerin oranı %5 olarak değerlendirilmektedir. Mobilya satın alma nedenine ilişkin yapılan anketlerde ise, yenileme amaçlı mobilya alımlarının ilk sırada olduğu görülmektedir (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2016).

Sanayileşmenin tetiklediği kentleşme oranındaki artış, iş gücüne katılım, ülkemizin içine girmiş olduğu ekonomik kalkınma sürecinde milli gelirdeki kayda değer gelişmeye paralel olarak mobilya kullanımı yaygınlaşmıştır (TOBB, 2013).

Kültürel çevre; insanların davranışları ve sosyo-kültürel değerler işletmeleri etkileyen önemli bir diğer faktör grubudur. Belirli bir kültürle çevrelenmiş olan insan içinde yaşadığı toplumun kültüründen etkilenmekte ve aynı zamanda o toplumun kültürünü de etkilemektedir. İş yapma biçimi, hayat tarzı, örf ve adetler, ahlaki değerler, toplumun onaylamadığı tutum ve davranışlar gibi birçok faktör işletmelerin faaliyetlerinde belirleyici faktörler olarak dikkate alınmalıdır. İnsanlar tarafından paylaşılan davranış kalıpları olarak tanımlanan kültür, tüketici davranışlarını etkileyen temel faktörlerdendir. Kültürel değişkenler içerisinde maddi kültürü, sosyal kurumları, estetik ve dil ile dini sayabiliriz (Yıldırım, 2016).

Üreticilerin, yeni konut inşaatları, mobilya yenileme, evlilikler ve ihracat-ithalat talepleri, ekonomik değerler, hammadde, üretim parkı, teknoloji gibi farklı etkenler doğrultusunda oluşan mobilya talebi karşısında üretim miktarlarını belirledikleri tahmin edilmektedir. Sektörde en yüksek talep oturma grubu mobilyaları, yemek odası ve ofis mobilyalarına gelmektedir. Ofis mobilyaları için ise talep büyük ölçüde işyeri açılmasına, ofis otomasyon sistemlerinin kullanımına ve doğal olarak istihdamın artmasına bağlıdır. Bu nedenle esnekliği yüksek tüketim malı olan mobilyaya talep ve üretim kapasite kullanım oranları ekonomik dalgalanmalara paralel olarak inişli çıkışlı bir seyir izleyebilmektedir (TOBB, 2013). Kapasite kullanımının artırılmamasındaki en önemli etken iç pazardaki talep daralmasıdır. Sektörün tam kapasite ile çalışamamasının nedenlerinin başında iç talep, ikinci sırada dış talep yetersizliği gelmektedir. Talep yetersizliğini finansman, çalışanlarla ilgili sorunlar, yerli ve yabancı hammadde yetersizliği ve diğer nedenler izlemektedir (İstanbul Ticaret Odası, 2016).

2.6 TÜRKİYE’NİN MOBİLYA SEKTÖRÜNDEKİ REKABET GÜCÜ

Türk Dil Kurumu sözlük anlamında rekabet; “Aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma ve yarış şeklindedir.” Fakat işletmelerin hayatındaki ekonomik anlamı, çok sayıda rakibin olduğu, fakat bunlardan ne üreticilerin ne de tüketicilerin bir araya gelerek fiyatı belirleyemedikleri, giriş ve çıkışın serbest, bilgi akışının tam, ürünün homojen olduğu kısacası fiyatın veri olduğu bir durumdur. Rekabet kavramı, zaman içerisinde evrim geçirerek farklı anlamlar kazanmıştır. Günlük hayatta, rekabet kavramı belirli bir menfaat elde edebilmek amacı ile başkalarını geçmeye çalışmak ya da benzer konumda olan kişilere karşı belirli yararları temin etmek için üstünlük sağlama amacıyla yarışmak anlamına gelmektedir. Bir ekonomist için rekabet, satıcı ve alıcıların aynı pazarda serbest koşullarda, fiyat ve üretimi belirlemeleridir. Ekonomi bilimine göre rekabet ise, bilgi akışının tam, malın homojen ve hiçbir alıcı ve satıcının kendi başına fiyatı ve toplam arz miktarını etkilemek gücüne sahip olmadığı bir piyasa şekli olarak tanımlanabilir. Bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere işletmeler hayatlarını idame ettirebilmek için rekabet etmek durumundadırlar (Gürpınar ve Barca, 2007).

Rekabet gücü, rekabetin tanımından farklılık göstermektedir. Rekabet gücü kavramının evrensel ve kesin bir tanımı mevcut değildir. Rekabet gücü, bir firmanın rakipleri karşısında ve rekabet ortamında, kaynakların kullanımı veya faaliyet alanı sebebiyle elde ettiği üstünlük durumu olarak tanımlanabilir. Firma düzeyinde rekabet gücü, herhangi bir firmanın ulusal ya da global piyasalarda rakiplerine kıyasla düşük maliyetle üretimde bulunabilme, ürünün kalitesi, sunulan hizmet ve ürünün çekiciliği gibi unsurlar açısından rakiplerine denk veya daha üstün bir durumda olma, ayrıca yenilik ve icat yapabilme yeteneği olarak tanımlanabilir. Firmanın sahip olduğu beşeri sermaye ve teknoloji düzeyi arttıkça firmanın rekabet gücü de artar, gelecekte sahip olacağı rekabet gücü potansiyeli iyileşir ve bu güç ve potansiyelini koruma ve sürdürme kabiliyeti artar (Gürpınar ve Barca, 2007).

Türkiye’de mobilya sektörü günlük 30.000 m³ yonga levha ve lif tüketmektedir. Bu yonga levha ve lif tüketimi için gerekli olan endüstriyel odunun yaklaşık yüzde 60’ı yurtiçinden temin edilmektedir. Geri kalanı ithalat yolu ile karşılanmaktadır. Yurtiçinde tedariki bir kamu tekeli konumunda olan Orman Genel Müdürlüğü sağlamaktadır. İthalat ise büyük ölçüde ABD, Şili, Arjantin ve Kanada’dan yapılmaktadır. Diğer hammadde ve girdi ürünlerinin de yaklaşık yüzde 75’i ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Yurtiçinde hammaddelerin yeterli miktarda ve kalitede olmaması, ayrıca yurtiçindeki mevcut hammaddelerin yüksek maliyetler ile üretilmesi ve kullanılması nedeniyle hammadde unsuru sektörün rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir. Özellikle endüstriyel ormancılığın gelişmemiş olması nedeniyle mobilya sektörü ihtiyacı olan hammaddeyi Türkiye’deki orman kaynaklarından sağlayamamaktadır (İSO, 2015).

Türkiye’de sanayinin ve dolayısı ile Mobilya imalatı sanayinin kullandığı enerji fiyatları rakip ülkeler olarak görülen İsveç, Rusya, Kanada, ABD, Endonezya, Malezya, Vietnam, Çin, Hindistan, Polonya ve Mısır’dan daha yüksektir. Almanya ve İtalya’dan ise daha düşüktür. İşgücü maliyetleri emek yoğun mobilya sektöründe önemli bir rekabet unsuru olmaya devam etmektedir. Türkiye’de mobilya imalatı sanayinde işgücü maliyetleri Çin, Hindistan, Endonezya, Vietnam, Malezya, Mısır gibi ülkelerin üzerindedir. Gelişmiş ülkelerdeki işgücü maliyetlerinin ise altındadır. Önemli bir rakip olan Polonya ve diğer Orta Avrupa ülkeleri ile karşılaştırıldığında bir

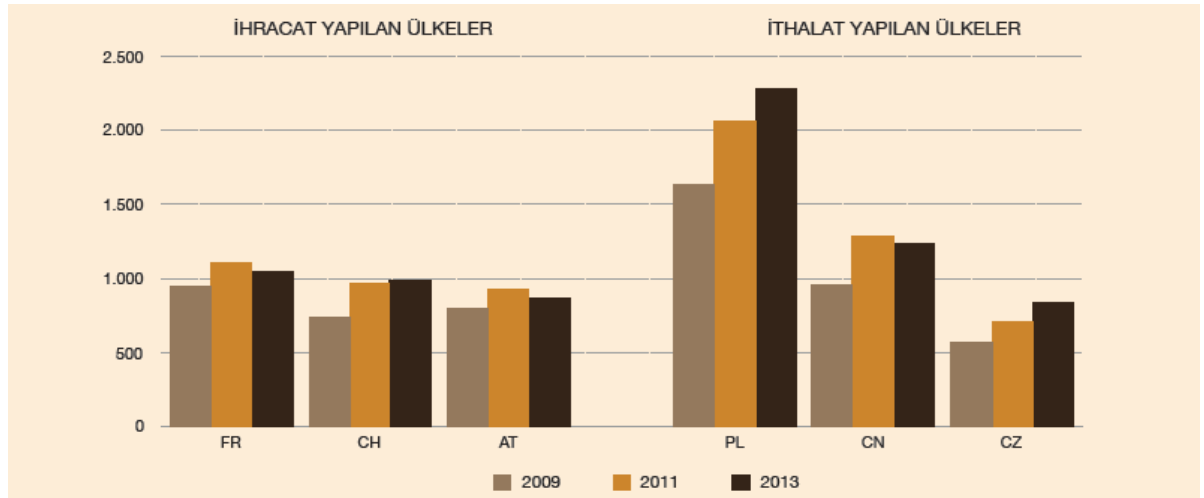
miktar altındadır. Uluslararası alanda rakiplerimize bakıldığında İtalya'nın kümelenme modeli ile rekabet gücü yarattığı görülmektedir. Kümelenme içinde mobilyaların tüm parçaları ayrı firmalarda üretilmekte, ihtisaslaşmış firmalar bünyesinde monte edilerek markalı satışları yapılmaktadır. Bu üretim yöntemi ile ölçek, kalite ve standart unsurları yakalanmış olmakta, verimlilik ve rekabet gücü artmaktadır. ABD, Kanada, Brezilya, Endonezya, Vietnam gibi ülkeler zengin ve kaliteli hammadde kaynaklarına yakın alanlardaki organize bölgelerde büyük ölçekli üretim yapmaktadır. Polonya yeni nesil ekonomi bölgelerinde sektörel kümelenmeleri desteklemektedir. Çin diğer avantajları yanı sıra organize sanayi bölgelerinde büyük ölçekli firmaları ile rekabet gücü kazanmaktadır (İSO, 2015).

Türkiye'de mobilya üretiminin yapıldığı yerler genellikle orman hammaddesine uzak olan bölgelerdedir. Mobilya imalatı sanayinin hammaddesi ve nihai ürünleri büyük ölçüde karayolu ile taşınmaktadır. Türkiye'de karayolu taşımacılığı yüksek akaryakıt fiyatları nedeniyle çok pahalıdır. Bu nedenle taşımacılık maliyetleri sektörün rekabetini olumsuz etkilemektedir (İSO, 2015).

2.6.1 TÜRKİYE'NİN MOBİLYA SEKTÖRÜNDEKİ YAKIN RAKİPLERİ

Almanya

Grafik 1. Almanya'nın Ana Ticaret Ortakları 2009-2013. Milyon Euro



Not: AT: Avusturya, CH: İsviçre, FR: Fransa, PL: Polonya, CN: Çin

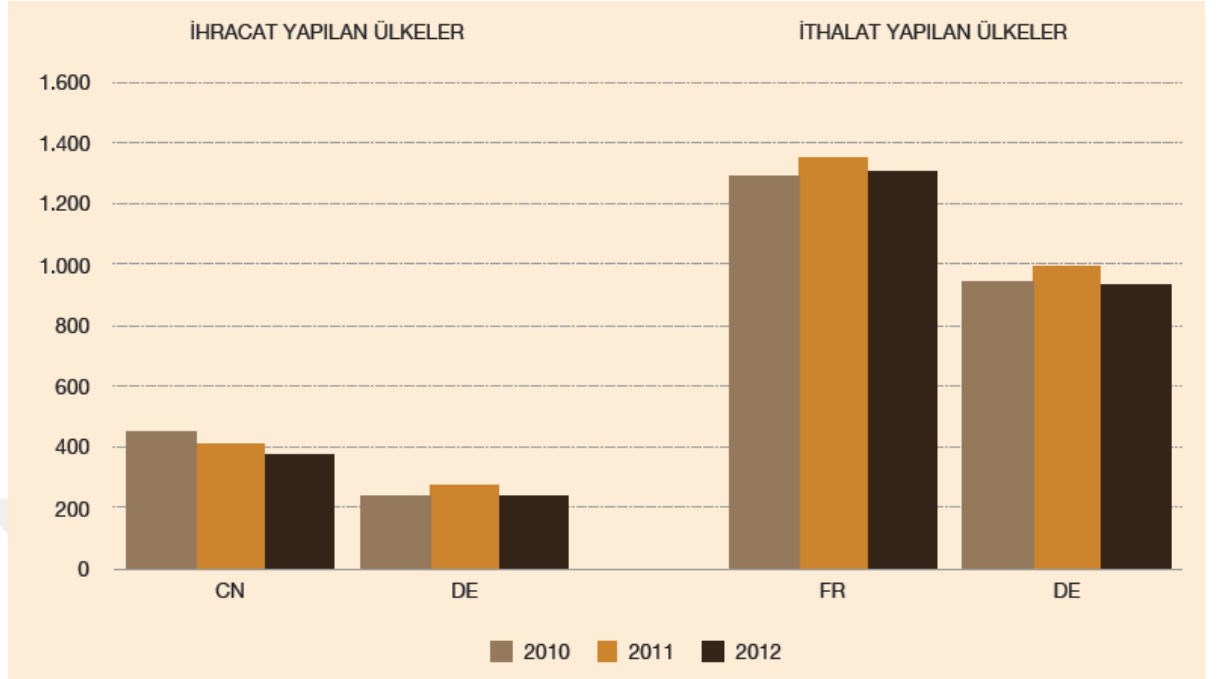
Kaynak: İstanbul Ticaret Odası, 2016

Almanya, dünyada ABD'nin ardından ikinci ithalatçı ve Çin'in arkasından dünyanın yine ikinci ihracatçı ülkesidir. Almanya'nın mobilya ithalatının büyüme hızı 2010-2014 arası %2, 2013-2014 arasında %14 olmuştur. 2014 yılı ithalatı 21.279.575.000 dolar olarak gerçekleşmiştir. Almanya, Çin ve ABD'den sonra üçüncü en büyük mobilya üreticisi ve tüketicisi olarak mobilya sektöründe dünyada önemli bir ülkedir. Almanya toplam üretiminin %50'si üzerinde bir ihracat payıyla Batı Avrupa ülkeleri arasında ihracat lideridir. Grafik 1'de Almanya'nın 2009, 2011 ve 2013 yıllarındaki en büyük üç ithalat ve ihracat pazarı ve değerleri yer almaktadır (İstanbul Ticaret Odası, 2016).

İtalya

İtalya mobilya sektöründe tarihi bir liderdir. On beş yıl önce, dünya mobilya ticaretinin yaklaşık %20'si " Made in Italy" ile büyük itibara sahip olan İtalyan kökenli idi. Bu başarının arkasındaki önemli faktörler olarak tasarımında büyük yatırımlar, sanayi bölgeleri temelli dayalı bir iş modeli ve yüksek ihracat eğilimi sayılabilir. İtalya; Çin, ABD ve Almanya'dan sonra dünyanın dördüncü büyük üreticisi ve Çin ve Almanya'dan sonra mobilya ihracatında üçüncü sırada olması İtalya'nın, halen mobilya sektöründe önemli bir oyuncu olduğunu göstermektedir. İtalya, Batı Avrupa pazarlarında, talebin yaklaşık %12'sini sağlayan İtalya ev mobilyalarında iç talebin sadece %15'ini ithal etmektedir. Kapalı bir pazardır. Son yıllarda, Çin ithalatının ağırlığı Orta ve Doğu Avrupa tedarikçilerinin lehine azalmaktadır. Grafik 2'de mobilya sektöründe İtalya'nın ana ticaret ortakları ve ticaret değerleri yer almaktadır (İstanbul Ticaret Odası, 2016).

Grafik 2. İtalya'nın Ana Ticaret Ortakları 2010-2012. Milyon EUR



Not: CN Çin, DE Almanya, FR Fransa

Kaynak: İstanbul Ticaret Odası, 2016

Çin

Dünya mobilya üretiminin dörtte birini, dünya mobilya ihracatının yaklaşık üçte birini gerçekleştiren Çin bu sektördeki küreselleşmeden en çok fayda sağlayan ülkelerin başındadır. Çin dünya döşemeli mobilya pazarında üretim ve ihracatta dünyada ilk sırada yer almaktadır. Üretimde 2005-2014 döneminde %20 ortalama yıllık büyüme ile 219 milyar RMB (35 milyar ABD dolar) seviyesine ulaşmıştır. Çin orta sınıfı hızla genişlemektedir ve 2020 yılında toplam nüfusun %75'ini temsil edecektir. Amerika Birleşik Devletleri nüfusunun iki katına yakın bu orta sınıf döşemeli mobilya şirketleri için en cazip tüketici pazarı olacaktır. Çin yatak tüketimi son yedi yılda ortalama %24 büyüme ile yaklaşık 3,9 milyar ABD dolar civarında bir hacme ulaşmıştır. 2010 yılında, yıllık yatak üretimi yaklaşık 13,4 milyon adede ulaşmıştır. 1,37 milyon adedi ABD ve Japonya'ya ihraç edilmiştir. Çin Avrupa'dan 10.000 adet yatak ithalatı gerçekleştirmiştir (İstanbul Ticaret Odası, 2016).

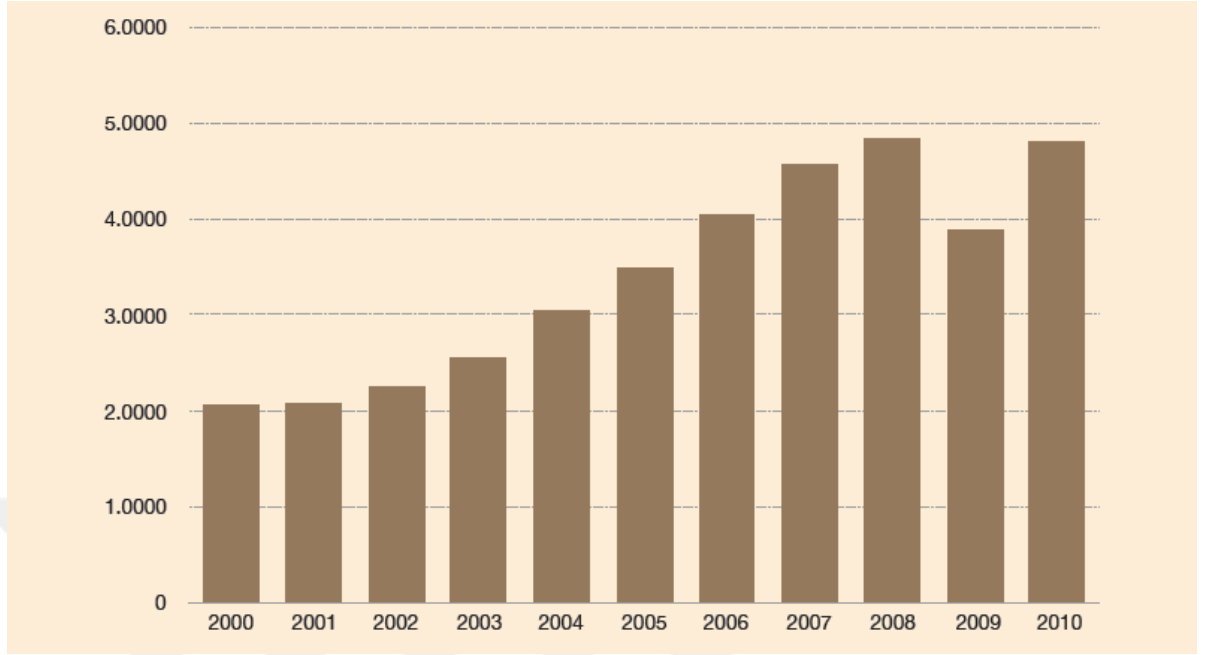
Tayland

Dünyada 27. mobilya ihracatçısı olarak Tayland mobilya sektörü ihracat odaklıdır. Yüzde 30 ortalama dünya ihracat / üretim oranı Tayland için yaklaşık %45'dir. Tayland mobilya sektörü ürün kalitesi, yenilikçi ve modern tasarımı ve malzeme kullanımındaki esnekliği ile en güçlü bölge sektörlerinden biri olmayı sürdürmektedir. Vietnam, Kamboçya, Laos ve Filipinler'le karşılaştırıldığında yol, liman, elektrik ve diğer altyapılarının kalitesi bakımından avantaja sahip olan Tayland'ın altyapı kalitesi komşularının çoğundan daha iyidir ve aradaki bu fark giderek büyümektedir. Tayland'ın rekabet stratejisi tasarımda çeşitliliğe, inceliğe ve zerafete ve Tayland'ın karakteristik özelliklerine odaklanan ürün üretim kalitesine dayanmaktadır. Tayland mobilya endüstrisi son on yıl içinde güçlü bir büyüme kaydetmiştir. Toplam ihracat rakamının yüzde 70'inden fazlasını oluşturan ahşap ürünler Tayland'ın mobilya ihracatının temelini oluştururken, bu kategorideki ikinci en büyük ürün yüzde 10'un biraz üzerinde gerçekleşen metal mobilya ihracatıdır. Ahşap mobilya üreticileri ahşap benzeri ürün kullanımına iyi adapte olmuştur ve bunu üretimin yüzde 60'ında ve ahşap mobilya ihracatının yüzde 80'inde kullanmaktadırlar. Tayland'da üretilen mobilyaların yarısından fazlası, bir kısmı tik ağacından, ancak çoğunluğu kauçuk olmak üzere ahşaptır. Tayland'ın ahşap mobilya sektörü bölgesel rakipleri olarak özellikle Malezya, Endonezya, Vietnam, Tayvan ve Çin'den gelen rekabetle karşı karşıyadır. Geniş çaplı mobilya üretimi için ahşap benzeri ürün kullanan ilk ülke Malezya olmuştur ve Tayland'dan biraz daha düşük olan üretim maliyetlerinden faydalanmaktadır (İstanbul Ticaret Odası, 2016).

Kanada

Kanada, uluslararası mobilya sektöründe önemli bir oyuncu olup dünya düzeyinde 9. Mobilya üretici ve tüketicidir. Kanada'nın 2010-2014 arası ithalat büyüme hızı %5, 2013-2014 arası %3 olmuştur. Kanada'nın 2014 yılı ithalatı 9.228.141.000 dolar olmuştur.

Grafik 3. Kanada Mobilya İthalatı Milyon ABD Dolar



Kaynak: İstanbul Ticaret Odası, 2016

Kanada yavaş büyüyen ancak büyük ve açık bir pazardır, mobilya sektöründe önemli bir üreticidir. Son yıllarda ithalatın hızlı büyümesi ve ihracattaki düşüş ile Kanada mobilya sektöründe net ithalatçı haline gelmiştir. Yine de Kanada, dünya çapında ilk on mobilya ihracatçısı arasında yer alır (İstanbul Ticaret Odası, 2016).

2.6.2 TÜRKİYE’NİN MOBİLYA SEKTÖRÜNDE YAŞADIĞI SORUNLAR

Tasarım ve AR-GE

Türkiye’de mobilya üretimi, ihracat rakamları bağlamında arzu edilen konumda değildir. Bunun başlıca nedenleri arasında modern tasarımlı mobilyaların üretilmemesi gelmektedir. Tasarım, bireysel beklentilerden sosyal beklentilere, milli beklentilerden uluslararası beklentilere, pazarlamacılardan üreticilere ve daha önemlisi çevresel beklentilere kadar sayılabilecek her alana cevap veren ve aynı zamanda sosyal, kültürel, siyasi etkinliği olan bir güçtür. Çünkü tasarım dünyayı hareket ettirme açıkçası yönetme güç ve yeteneğine sahiptir. Tasarımın, gelişmiş ülkelerdeki anlamlı önemine karşın, Türkiye’de imalat sanayiinde rol ve öneminin etkin olmadığı söylenebilir. Ancak 2000’li yıllardan itibaren sektöre aktif bir şekilde

katılan büyük ölçekli firmaların tasarımı kullanmaları ve yönetmeleri markalaşmalarına yardımcı olmuştur. Türkiye'nin endüstriyel tasarıma önem vermesi ve ürünlerin hukuksal boyutta korunurluğuna yönelik önlemler alması gerektiği her fırsatta vurgulanmalıdır. Diğer taraftan, tasarımın geliştirilmesine ve tasarımın sektör için önemine dikkat çekmeye yönelik faaliyetlerin tüm kurum ve kuruluşlarca desteklenmesi sektörün gelişimi ve hak ettiği yere ulaşması açısından büyük önem taşımaktadır (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2016).

Pazarlama

Mobilya üreticileri genel olarak aracı pazarlama şirketleri veya diğer aracı kurumlar üzerinden ürünlerini tüketicilere ulaştırmaktadır. Türk mobilya sektörü, bazı markaları ile uluslararası pazarda başarı için gerekli şartları sağlamış olup, ihracat rakamlarını her yıl artırmaya devam etmektedir. Sektörün hazırladığı fuarlar pazar etkinliğine, pazarlamaya ve tanıtıma doğrudan etki etmektedir. İç piyasada ise Türkiye'nin nüfus artışı, zenginleşmenin getirdiği mobilya değiştirme süresinin kısılması, kentleşme nedeniyle artan mobilya ihtiyacı iç pazarı sürekli hareketli ve canlı tutmaktadır. Ancak, bu durum, sektör genelinde geçerli değildir. Pazar bilgisi, tüketicinin marka algısı, mobilya değiştirme sıklığı ve daha birçok konuda müşteri deneyimi, davranışı ve sesini almayı sağlayan kanallar etkili bir şekilde kullanılamamaktadır. Bu durum, hem sektörün gelişimi açısından hem de tüketici haklarının korunması, tüketici memnuniyeti ve haksız rekabeti önlemek açısından oldukça önemlidir. Zira hizmet alt yapısı olan ve ürünlerine garanti veren firmaların malzeme seçerken ortaya koydukları hassasiyetle diğerlerinin ortaya koyduğu tavır oldukça farklıdır. Satış sonrası hizmet desteğini etkili şekilde sağlamak adına gerekli bilgi ve hizmet alt yapısının oluşturulamaması sektörde firma faaliyetlerinin sürdürülebilirliği konusunda şüphe uyandırmaktadır (TOBB, 2013).

Hammadde

Mobilya sektöründe üretim aşamasında belirleyici olan unsurların başında hammadde gelmektedir. Ağaç Mamulleri ve Orman ürünleri İhracatçı Birlikleri Sektör Raporu'ndan edinilen verilere göre, mobilya sektörü günlük 30.000 metreküp yonga levha ve lif levha tüketmekte, bu hammaddeyi sağlamak içinse yıllık 15.000.000 endüstriyel oduna ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyacın 9.000.000'u iç piyasadan

edinilmektedir. Yurtiçindeki sağlayıcı Orman Genel Müdürlüğü, yurtdışından ithal edilen ürünlerin ise kaynağı ABD, Şili, Arjantin, Kanada vb'dir. Diğer hammadde ihtiyacının % 75'i ise dış pazarlardan giderilmektedir. Bu bağlamda, hammaddenin yeterli miktarda ve arzu edilen kalitede olmaması, mevcut hammaddelerin ise yüksek maliyetler üretmesi nedeniyle "hammadde" unsuru sektörün rekabet gücü üzerinde negatif bir etki oluşturmaktadır. Kuşkusuz Türkiye, ahşap, sunta, hırdavat, kaplama ve diğer girdiler gibi temel materyal arzına sahiptir, ancak rekabet edebilir fiyatlarla bunları elde etmek mümkün olmamaktadır. Özellikle endüstriyel ormancılığın gelişmesine dair yasal bir düzenlemenin söz konusu olmaması bu anlamda sektörün ihtiyacı olan hammaddeyi Türkiye'deki orman kaynaklarından edinmemesi sonucunu doğurmaktadır. Çünkü bugün ormanların yaklaşık % 50'si yakacak odun olarak kullanılmakta, bununla birlikte yanlış kesim sonucu endüstriyel odunun kalitesi düşmektedir. Bu kaynakların da orta ve uzun vadede tükenme tehlikesi ile karşı karşıya olduğu düşünüldüğünde sorunun hayati boyutu gözler önüne serilmektedir (MÜSİAD, 2013).

Kayıt Dışılık

1980'lerden sonra Türkiye'deki ekonomik ve sosyal gelişmeler özellikle büyük metropollerde kaliteli, fonksiyonel, çağdaş konfor anlayışına uygun mobilya taleplerini artırmış ve sektöre ivme kazandırmıştır. Türkiye'de çoğu küçük atölyelerden oluşan 65 bin civarında mobilya imalat ve satış noktası olduğu kabul edilmekte, ancak kayıt dışılık nedeniyle sayı tam olarak bilinmemektedir. Kayıt dışılık oranının %50-60 kadar olabileceği tahmin edilmektedir. Bu nedenle, sektörde garanti belgesi, fatura vb. denetimler yeterince yapılamamakta, kapasite kullanımı, ölçeksel imalat envanterleri çıkarılamamaktadır. Sektörde kayıt dışı ticareti önleyici tedbirler öncelikle alınmalı ve denetimler sıklaştırılmalıdır. Kayıt dışı ticaret, kurallara uygun çalışan firmaların gelişimini ve rekabeti olumsuz etkilemektedir (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2016).

Nakliye ve Ambalaj

Mobilya alıcıya sağlam ve eksiksiz olarak ulaştırılmalıdır. Demonte paket mobilya üreten firmalar haricindekiler (özellikle ihracat yapanlar) ürünlerinin farklı ölçülerde olması ve ihraç edilecek ürün adedinin az olması nedeniyle gerektiği gibi ambalajlama

yapamamakta, ambalajları oluklu karton ve havalı naylon ile sınırlı kalmaktadır. Mobilyaların alıcıya sağlam ulaşması için kullanılan paketleme sistemi, koli adet/birim fiyat oranı göz önüne alındığında, seri üretim yapan firmalar haricinde uygulanmamaktadır. Markalaşmanın gerektirdiği ürün paket tasarımı disiplini ambalajlamanın yapılması sektörün rekabeti ve güvenilirliği için önem taşımaktadır. Kaba yük taşımaya alışmış nakliyatçılar, hazır mobilya gibi yükleri taşıırken gerekli özeni göstermemekte, bazı firmalar ise mobilyayı alıcıya teslim etmeden önce aktarma yapmakta, özen gösterilmeden yapılan nakliye ve aktarma işleri mobilyalarda hasara sebep olmaktadır. Bu olumsuzluğu giderecek iyi organize edilmiş bir dağıtım sistemine ihtiyaç vardır (TOBB, 2013).

Markalaşma

Uluslararası pazarlarda her ülke sahip olduğu markalar kadar güçlü ve her sektör tasarım yeteneği kadar rekabetçi gerçeği göz önüne alındığında, Türk mobilya sektörünün rekabet gücünü düşüren en önemli unsurun markalaşma sürecinin henüz çok yeni ve tasarım yeteneğin çok zayıf olması ile açıklanabilir. Türk mobilya sektörünün dış pazarlarda kaliteli ürün imajı ile tanınmadığı görülmektedir. Rekabet gücü açısından bakıldığında bu, dış pazarda en büyük dezavantajlardan bir tanesidir (Gürpınar ve Barca, 2007).

Her ülke sahip olduğu markalar kadar güçlü ve her sektör tasarım yeteneği kadar rekabetçidir. Sektörün öne çıkan üreticilerinin marka olgusuna verdiği önemi ve yaptıkları yatırımı orta ve küçük ölçekli firmaların da yapmaları gerekmektedir. Türkiye mobilya sanayicilerinin temel misyonu, Türk mobilya marka ve ürünlerinin olgunlaşmasını sağlamak ve dünya standartlarına uygun, kaliteli ve özgün tasarımlı mobilyalar ile rekabetçi fiyatlara sahip olan “Türk Mobilyası Kimliği” ile marka oluşturmak olmalıdır. Marka oluşumu firmalar ve devlet tarafından teşvik edilmeli, markalaşma ödüllendirilmelidir (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2016).

Deneyim Eksikliği

Türkiye mobilya sektörü yaygın bir şekilde tüm paydaşları ile uluslararası rekabet alanında yerini almış değildir. Önemli ölçüde atölye tipi faaliyetlerden ve KOBİ’lerden oluşan işletmeler bu rekabete girmek noktasında teknolojik altyapı ve sermaye imkânları itibarı ile yetersizdir ve ağırlıklı olarak iç pazara yönelik üretim

gerçekleştirmektedirler. Bu bağlamda, Türkiye’de uluslararası ticareti başarıyla yürütme noktasında daha yüksek deneyimi olan büyük firmaları takip eden ve büyüme potansiyeli yüksek firmalar henüz yeterince deneyim sahibi değildirler. Bu anlamda sektörün paydaşlarının karşı karşıya kaldığı “entelektüel sermaye” sorunu da deneyim eksikliği kategorisi altında değerlendirilmelidir. Mevzuatlara hâkimiyet, yabancı dil, sektörde uluslararası gelişmeleri fuarlar ve sektörel yayınlar aracılığıyla takip bu anlamda entelektüel sermaye eksikliğini kapatacağı gibi, sektörün ihracat-ithalat noktasında küresel pazarlara daha sık açılması da deneyim eksikliği üzerinde olumlu bir etki üretecektir. Bu noktada sektörün paydaşlarının bir arada hareket edebilmesi adına örgütlenme ve kümelenme bilinci unsuru büyük önem kazanmaktadır (MÜSİAD, 2013).

2.7 MOBİLYA GZFT (SWOT) ANALİZİ

Türkiye, dünya mobilya pazarında coğrafi konumunun etkisi ile birçok güçlü yanları ve fırsatları bünyesinde bulundurmaktadır. Payına düşeni alabilmesi için mevcut sorunlarını çözerek etkin fark yaratacak güçlü yanları ve fırsatları değerlendirmesi, zayıf yönleri ve tehditlere ivedi çözüm getirmesi gerekmektedir. 21. yüzyıl beklentileri doğrultusunda kullanıcı ihtiyaçları, uluslararası pazarlarda kültür farklılıkları, mobilyadan beklentiler iyi tespit edilmeli ve nokta atışı ürünler ile sektör dünya pazarında yer edinmelidir. Dış ticaret açığı vermeyen ve ülke istihdamına büyük katkı sağlayan sektöre devletin destek sağlayıcı politikalar üretmesi gerekmektedir. GZFT analiz tablosunda ifade edilen öğeler iyi analiz edilmeli ve hem mobilya sektörü işletmeleri ve dernekleri hem de devlet bu konular ile ilgili çalışmalar yapmalıdır. Ulusal ve uluslararası ölçekte rekabet gücünün artırılması, devletin ve mobilya işletmelerinin “Modern Tasarım ve AR-GE”ye önem vermeleri yaşamsal önem taşımaktadır. Bunlara ilaveten mobilya kalite standartlarının belirlenmesi ve denetimlerinin yapılması da kaçınılmaz bir gerekliliktir (TOBB, 2013).

Türkiye Mobilya Sektörünün Güçlü Yönleri

- Coğrafi konumun maliyetleri düşürmesi

- Dağıtım ağıının hacmi
- Son dönemde yaşanan performans artışının sektörü olumlu yönde etkilemesi
- Sektörün gelişmeye ve yeniliğe açık olması
- İşgücü potansiyelinin yüksek olması
- Teknoloji transferi konusunda sektörde görülen artış
- Teknolojiyi baz alan firmaların sektörde artış göstermesi
- Ürün ve malzeme çeşitliliğinin fazlalığı
- Yeni uluslararası pazarlara girmeye yönelik yapılan çeşitli çalışmalar (MÜSİAD, 2013).

Türkiye Mobilya Sektörünün Zayıf Yönleri

- Aile şirketleri ve KOBİ'ler
- Tasarım eksikliği ve korunması
- Haksız rekabet
- Kalifiye ve ara eleman yetersizliği
- Mesleki eğitim yetersizliği
- Destek ve finansman yetersizliği
- Yenilik ve teknoloji yaklaşımı azlığı
- Yüksek hammadde maliyeti (Kayseri OSB, 2017).

Türkiye Mobilya Sektörünün Fırsatları

- Globalleşme,
- Dünyadaki yeniden oluşum,

- AB'ye adaylık,
- Bilgi Teknolojisi ve elektronik net-works,
- Akıllı mobilyalar,
- Markalı/kimlikli ürünler,
- Müşteri odaklı ürün ve çeşitliliği,
- İşbirliği ve yatırıma açık yapı,
- Yeni pazar arayışları/genişleme,
- Avrupa'daki tüketim nüfusu,
- Üretimdeki artış/gelişme,
- Çevreye yapılan yatırım,
- Global mobilya tüketiminde artış,
- 2050'de 1 trilyon Amerikan dolarlık hacim (TOBB, 2013).

Türkiye Mobilya Sektörünün Tehditleri

- Üçüncü dünya ülkelerinde yapılan çok düşük maliyetlerle üretim
- Çin tehdidi
- Düşük standartlar, sosyal yapı
- Yavaş değişim ve yenilenme
- AB'ye ihracatta yüksek/düşük maliyet
- AB pazarındaki doyumluluk
- Tasarım eksikliği (kopyalama)
- Büyük ölçekli firmalar (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2016).

Sektör, Türkiye sanayisinde son 10 yılda dış ticaret açığı vermeyen nadir sektörlerden biri olmuştur. Hızlı gelişim ve değişim sürecinde olan sektör; markası, kalitesi, sektördeki küçük – büyük ölçekli firmaları, coğrafi konumu, ülkenin genel büyüme yönlü politikası, genç nüfusu, kişi başına düşen milli gelirin iyileşmesi sayesinde iç ve dış pazarda önemli potansiyel arz etmektedir. Ayrıca, AB'ye uyum ve dış politikada komşular ile sıfır sorun yaklaşımının da etkisiyle 2001 yılından buyana sürekli artan ihracat değeri ile sektör, 2023 yılı için hedef koyduğu 25 milyar dolar üretim kapasitesi, 10 milyar dolar ihracat beklentisi ile dünyanın 10. Avrupa'nın ise 5. büyük mobilya üreticisi olmayı hedeflemektedir. Mevcut görüntü, sektörün büyüme potansiyelini açıkça ortaya koymaktadır. Türkiye mevcut potansiyel gücü ve stratejik pozisyonunun sürekliliğini ve gelişimini sağlayabilirse uluslararası mobilya pazarında daha iyi duruma geleceği düşünülmektedir (TOBB, 2013).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN DÜNYADAKİ DURUMU

3.1. Dünya Mobilya Sektörü İhracatı

Tablo 1. Dünya Mobilya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Yirmi Beş Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	D. İ. İ. P. 2001	D. İ. İ. P. 2010	D. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	62.052.611	132.042.816	171.239.411	112,79%	29,68%	175,96%			
1. ÇİN	5.071.005	39.261.425	56.112.618	674,23%	42,92%	1006,54%	8,17%	29,73%	32,77%
2. ALMANYA	5.279.526	11.330.271	12.341.326	114,61%	8,92%	133,76%	8,51%	8,58%	7,21%
3. İTALYA	8.571.213	10.658.514	10.680.879	24,35%	0,21%	24,61%	13,81%	8,07%	6,24%
4. POLONYA	2.503.765	7.909.355	10.646.131	215,90%	34,60%	325,20%	4,03%	5,99%	6,22%
5. ABD	5.097.693	6.410.766	8.516.314	25,76%	32,84%	67,06%	8,22%	4,86%	4,97%
6. MEKSİKA	3.293.117	4.424.474	8.021.859	34,36%	81,31%	143,59%	5,31%	3,35%	4,68%
7. VİETNAM	274.421	2.978.983	7.843.867	985,55%	163,31%	2758,33%	0,44%	2,26%	4,58%
8. KANADA	4.734.745	3.624.278	4.678.485	-23,45%	29,09%	-1,19%	7,63%	2,74%	2,73%
9. ÇEK CUMHURİYETİ	929.113	2.369.564	3.798.002	155,04%	60,28%	308,78%	1,50%	1,79%	2,22%
10. İNGİLTERE	1.484.707	1.883.310	2.760.260	26,85%	46,56%	85,91%	2,39%	1,43%	1,61%
11. FRANSA	2.300.378	2.823.943	2.750.878	22,76%	-2,59%	19,58%	3,71%	2,14%	1,61%
12. HOLLANDA	778.276	1.671.630	2.429.111	114,79%	45,31%	212,11%	1,25%	1,27%	1,42%
13. MALEZYA	1.384.618	2.556.328	2.377.863	84,62%	-6,98%	71,73%	2,23%	1,94%	1,39%
14. ROMANYA	500.350	1.521.014	2.358.371	203,99%	55,05%	371,34%	0,81%	1,15%	1,38%
15. İSPANYA	1.505.560	1.800.553	2.331.746	19,59%	29,50%	54,88%	2,43%	1,36%	1,36%
16. DANIMARKA	1.933.010	2.116.180	2.302.690	9,48%	8,81%	19,12%	3,12%	1,60%	1,34%
17. TÜRKİYE	198.408	1.414.675	2.233.794	613,01%	57,90%	1025,86%	0,32%	1,07%	1,30%
18. İSVEÇ	1.195.459	2.265.896	1.990.589	89,54%	-12,15%	66,51%	1,93%	1,72%	1,16%
19. PORTEKİZ	413.328	1.348.186	1.863.508	226,18%	38,22%	350,85%	0,67%	1,02%	1,09%
20. BELÇİKA	1.753.040	2.090.797	1.661.713	19,27%	-20,52%	-5,21%	2,83%	1,58%	0,97%
21. ENDONEZYA	1.432.700	1.967.764	1.652.357	37,35%	-16,03%	15,33%	2,31%	1,49%	0,96%
22. LİTVANYA	159.935	957.634	1.628.245	498,76%	70,03%	918,07%	0,26%	0,73%	0,95%
23. TAYVAN	1.313.260	1.341.020	1.584.647	2,11%	18,17%	20,67%	2,12%	1,02%	0,93%
24. AVUSTURYA	1.265.484	1.801.035	1.428.269	42,32%	-20,70%	12,86%	2,04%	1,36%	0,83%
25. SLOVAKYA	340.105	1.056.692	1.284.521	210,70%	21,56%	277,68%	0,55%	0,80%	0,75% ¹

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

¹ Çalışmamızda dünyada en büyük ihracat ve ithalata sahip ilk yirmi beş irdelenmiştir. Tablolarda bulunan renklendirmelerin anlamları; Açık Yeşil: 2001-2010-2016 yıllarında ihracatını/ithalatını oransal bazda en fazla arttıranlar, Kırmızı: 2001-2010-2016 yıllarında ihracatında/ithalatında düşüş yaşayanlar, Sarı: 2001-2010-2016 yıllarında sektördeki ihracat/ithalat payı sürekli artanlar, Açık Mavi: 2001-2010-2016 yıllarında sektördeki ihracat/ithalat payı sürekli azalanlar.

Tablo 1’de yer alan 94.(05-06 hariç) Fasıl İhracat verileri incelendiğinde 2001 yılında toplam 62 milyar \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 132 milyar \$, 2016 yılında 171,2 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 175,96 olmuştur.

GTİP 94.(05-06 hariç) Fasılta en çok ihracat yapan ilk beş ülke Çin, Almanya, İtalya, Polonya ve ABD olmuştur.

2016 itibariyle, 94.(05-06 hariç) Fasıl dünya ihracat verileri incelendiğinde ilk yirmi beş ihracatçı ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 32,77 ile Çin, en az paya sahip ülke ise % 0,75 ile Slovakya olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.(05-06 hariç) Fasıl dünya ihracatının % 90,68’ini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.(05-06 hariç) Fasıl dünya ihracatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Çin, Almanya, Polonya, Vietnam, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Romanya, Türkiye, Portekiz, Litvanya olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler İtalya, Kanada, Fransa, Malezya, Danimarka, İsveç, Belçika, Endonezya, Tayvan, Avusturya olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Vietnam (% 985,55), Çin (% 674,23) ve Türkiye (% 613,01) olmuş ve azalış yaşayan ülke Kanada (% -23,45) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Vietnam (% 163,31), Meksika (% 81,31) ve Litvanya (% 70,03) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Fransa (% -2,59), İsveç (% -12,15), Belçika (% -20,52), Malezya (% -6,98), Endonezya (% -16,03), Avusturya (% -20,70) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Vietnam (% 2758,33), Türkiye (%1025,86) ve Çin (% 1006,54) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Kanada (% -1,19), Belçika (% -5,21) olmuştur.

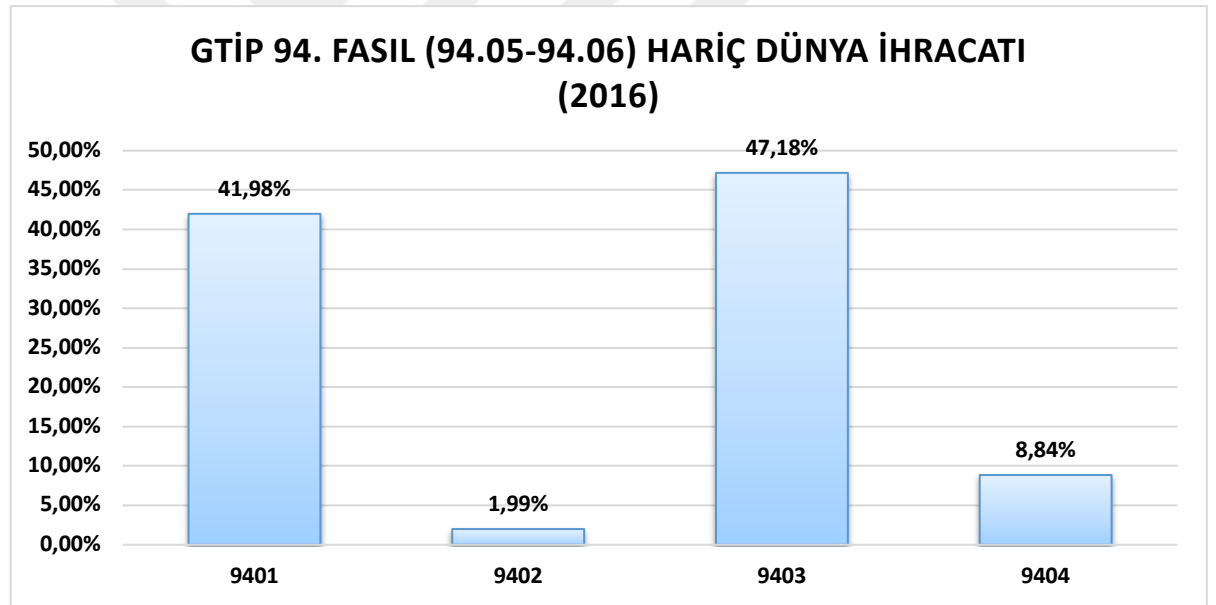
Tablo 2. Dünya Mobilya İhracatının Genel Dünya İhracatı İçindeki Payı (1000 \$)

YIL	GENEL DÜNYA İHRACATI	DÜNYA MOBİLYA İHRACATI	DÜNYA MOBİLYA İHRACATININ GENEL MOBİLYA İHRACATI İÇİNDEKİ PAYI
2001	6.131.037.034	62.052.611	1,01%
2010	15.065.283.815	132.042.816	0,88%
2016	15.913.143.458	171.239.411	1,08%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Genel dünya ihracatı ve dünya mobilya sektörü ihracat rakamlarının 2001-2010-2016 yılları incelendiğinde dünya mobilya sektörünün genel dünya ihracatı içindeki payı 2001 yılında (% 1,01) seviyelerinde, 2010 yılında (% 0,88) seviyelerinde, 2016 yılında (% 1,08) seviyelerinde olduğu görülmektedir.

Grafik 4. 94'ün Alt Fasıllarının Dünya İhracatı İçindeki Payları



Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) esas alındığında, Dünya mobilya ihracatının % 41,98'ini 9401"Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları" ürün grubundan, % 1,99'ü 9402"Tip, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları" ürün grubundan, % 47,18'ini 9403"Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları" ürün grubundan, % 8,84'ünü 9404"Somyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya" ürün grubundan oluşmaktadır.

3.1.1. GTİP No. 9401"Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları" Ürün Grubu Dünya İhracatı

Tablo 3. GTİP 9401. Fasıl Dünya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	D. i. i. P. 2001	D. i. i. P. 2010	D. i. i. P. 2016
DÜNYA	24.582.929	51.953.661	71.891.333	111,34%	38,38%	192,44%			
1. ÇİN	1.537.101	14.941.056	21.866.910	872,03%	46,35%	1322,61%	6,25%	28,76%	30,42%
2. MEKSİKA	2.483.048	3.350.276	6.467.712	34,93%	93,05%	160,47%	10,10%	6,45%	9,00%
3. POLONYA	1.264.923	4.031.700	5.457.223	218,73%	35,36%	331,43%	5,15%	7,76%	7,59%
4. ABD	2.718.295	2.967.289	4.579.506	9,16%	54,33%	68,47%	11,06%	5,71%	6,37%
5. ALMANYA	1.978.322	3.596.339	4.078.782	81,79%	13,41%	106,17%	8,05%	6,92%	5,67%
6. İTALYA	3.513.260	3.154.326	3.333.260	-10,22%	5,67%	-5,12%	14,29%	6,07%	4,64%
7. ÇEK CUMHURİYETİ	599.630	1.660.168	2.708.808	176,87%	63,16%	351,75%	2,44%	3,20%	3,77%
8. VIETNAM	65.257	755.416	2.303.879	1057,60%	204,98%	3430,47%	0,27%	1,45%	3,20%
9. KANADA	1.437.945	1.412.988	1.754.865	-1,74%	24,20%	22,04%	5,85%	2,72%	2,44%
10. ROMANYA	88.962	813.834	1.597.744	814,81%	96,32%	1695,98%	0,36%	1,57%	2,22%
11. İNGİLTERE	417.322	866.403	1.583.121	107,61%	82,72%	279,35%	1,70%	1,67%	2,20%
12. FRANSA	867.800	1.151.272	1.308.217	32,67%	13,63%	50,75%	3,53%	2,22%	1,82%
13. HOLLANDA	271.333	609.654	964.136	124,69%	58,14%	255,33%	1,10%	1,17%	1,34%
14. PORTEKİZ	231.410	667.816	950.437	188,59%	42,32%	310,72%	0,94%	1,29%	1,32%
15. GÜNEY KORE	65.161	540.011	926.205	728,73%	71,52%	1321,41%	0,27%	1,04%	1,29%
16. MACARİSTAN	496.058	742.843	853.447	49,75%	14,89%	72,05%	2,02%	1,43%	1,19%
17. TÜRKİYE	114.373	541.764	787.598	373,68%	45,38%	588,62%	0,47%	1,04%	1,10%
18. JAPONYA	355.685	1.306.792	786.471	267,40%	-39,82%	121,11%	1,45%	2,52%	1,09%
19. SLOVAKYA	184.297	527.263	707.276	186,09%	34,14%	283,77%	0,75%	1,01%	0,98%
20. İSPANYA	441.142	600.698	600.237	36,17%	-0,08%	36,06%	1,79%	1,16%	0,83%
21. SLOVENYA	418.833	383.062	584.284	-8,54%	52,53%	39,50%	1,70%	0,74%	0,81%
22. TAYLAND	314.010	517.555	558.372	64,82%	7,89%	77,82%	1,28%	1,00%	0,78%
23. DANIMARKA	304.465	385.419	535.433	26,59%	38,92%	75,86%	1,24%	0,74%	0,74%
24. BELÇİKA	598.880	674.264	525.054	12,59%	-22,13%	-12,33%	2,44%	1,30%	0,73%
25. MALEZYA	314.519	631.732	513.212	100,86%	-18,76%	63,17%	1,28%	1,22%	0,71%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 3’de yer alan 94.01 Fasıl İhracat verileri incelendiğinde 2001 yılında toplam 24,5 milyar \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 51,9 milyar \$, 2016 yılında 71,8 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 192,44 olmuştur.

GTİP 94.01 Fasılda en çok ihracat yapan ilk beş ülke Çin, Meksika, Polonya, ABD ve Almanya olmuştur.

2016 itibariyle, 94.01 Fasil dünya ihracat verileri incelendiğinde ilk yirmi beş ihracatçı ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 30,42 ile Çin, en az paya sahip ülke ise % 0,71 ile Malezya olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.01 Fasil dünya ihracatının % 92,27'sini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.01 Fasil dünya ihracatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Çin, Portekiz, Vietnam, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Türkiye, Romanya, Güney Kore olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler İtalya, Almanya, Kanada, Fransa, İspanya, Malezya, Belçika, Tayland, Macaristan olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Vietnam (% 1057,60), Çin (% 872,03) ve Romanya (% 814,81) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler İtalya (% -10,22), Kanada (% -1,74), Slovenya (% -8,54) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Vietnam (% 204,98), Romanya (% 96,32) ve Meksika (% 93,05) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Japonya (% -39,82), İspanya (% -0,08), Belçika (% -22,13), Malezya (% -18,76) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Vietnam (% 3430,47), Romanya (%1695,98) ve Çin (% 1322,61) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Belçika (% -12,33), İtalya (% -5,12) olmuştur.

3.1.2. GTİP No. 9402" Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Dünya İhracatı

Tablo 4. GTİP 9402. Fasil Dünya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	D. İ. İ.P. 2001	D. İ. İ. P. 2010	D. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	1.175.754	2.893.370	3.410.235	146,09%	17,86%	190,05%			
1. ABD	377.782	518.887	614.579	37,35%	18,44%	62,68%	32,13%	17,93%	18,02%
2. ÇİN	9.096	339.952	596.342	3637,38%	75,42%	6456,09%	0,77%	11,75%	17,49%
3. ALMANYA	177.062	556.426	523.407	214,25%	-5,93%	195,61%	15,06%	19,23%	15,35%
4. MEKSİKA	4.087	71.006	212.405	1637,36%	199,14%	5097,09%	0,35%	2,45%	6,23%
5. POLONYA	11.628	133.103	145.648	1044,68%	9,43%	1152,56%	0,99%	4,60%	4,27%

6.	İTALYA	75.329	133.461	142.380	77,17%	6,68%	89,01%	6,41%	4,61%	4,18%
7.	ÇEK CUMHURİYETİ	20.646	108.963	130.344	427,77%	19,62%	531,33%	1,76%	3,77%	3,82%
8.	TAYVAN	30.852	101.059	111.314	227,56%	10,15%	260,80%	2,62%	3,49%	3,26%
9.	HOLLANDA	28.325	73.994	106.585	161,23%	44,05%	276,29%	2,41%	2,56%	3,13%
10.	KANADA	34.230	147.644	90.709	331,33%	-38,56%	165,00%	2,91%	5,10%	2,66%
11.	İNGİLTERE	61.376	99.450	89.035	62,03%	-10,47%	45,06%	5,22%	3,44%	2,61%
12.	FRANSA	89.472	72.463	77.913	-19,01%	7,52%	-12,92%	7,61%	2,50%	2,28%
13.	JAPONYA	41.133	63.818	59.856	55,15%	-6,21%	45,52%	3,50%	2,21%	1,76%
14.	İSPANYA	17.031	31.613	47.250	85,62%	49,46%	177,44%	1,45%	1,09%	1,39%
15.	İSVEÇ	19.699	36.354	35.077	84,55%	-3,51%	78,06%	1,68%	1,26%	1,03%
16.	FİNLANDİYA	19.220	41.335	32.396	115,06%	-21,63%	68,55%	1,63%	1,43%	0,95%
17.	TÜRKİYE	1.586	21.470	32.151	1253,72%	49,75%	1927,18%	0,13%	0,74%	0,94%
18.	DANİMARKA	42.704	41.048	31.107	-3,88%	-24,22%	-27,16%	3,63%	1,42%	0,91%
19.	BELÇİKA	6.998	31.362	27.840	348,16%	-11,23%	297,83%	0,60%	1,08%	0,82%
20.	AVUSTURYA	20.562	24.036	23.715	16,90%	-1,34%	15,33%	1,75%	0,83%	0,70%
21.	İSVİÇRE	18.699	30.093	23.074	60,93%	-23,32%	23,40%	1,59%	1,04%	0,68%
22.	HİNDİSTAN	758	8.888	21.726	1072,56%	144,44%	2766,23%	0,06%	0,31%	0,64%
23.	PORTEKİZ	1.626	7.907	21.659	386,29%	173,92%	1232,04%	0,14%	0,27%	0,64%
24.	SİNGAPUR	2.094	26.735	20.885	1176,74%	-21,88%	897,37%	0,18%	0,92%	0,61%
25.	VİETNAM	2.580	18.713	15.449	625,31%	-17,44%	498,80%	0,22%	0,65%	0,45%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 4’de yer alan 94.02 Fasil İhracat verileri incelendiğinde 2001 yılında toplam 1,1 milyar \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 2,9 milyar \$, 2016 yılında 3,4 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 190,05 olmuştur.

GTİP 94.02 Fasilda en çok ihracat yapan ilk beş ülke ABD, Çin, Almanya, Meksika ve Polonya olmuştur.

2016 itibariyle, 94.02 Fasil dünya ihracat verileri incelendiğinde ilk yirmi beş ihracatçı ülke arasında en fazla paya sahip ülke %18,02 ile ABD, en az paya sahip ülke ise % 0,45 ile Vietnam olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.02 Fasil dünya ihracatının % 94,80’ini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.02 Fasil dünya ihracatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Çin, Meksika, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Hindistan, Portekiz, Türkiye olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler İtalya, İngiltere, Fransa, Japonya, Danimarka, İsveç, Avusturya, İsviçre, Finlandiya olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Çin (% 3637,38), Meksika (% 1637,36) ve Türkiye (% 1253,72) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Fransa (% -19,01), Danimarka (% -3,88) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Meksika (% 199,14), Portekiz (% 173,92) ve Hindistan (% 144,44) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Almanya (% -5,93), Kanada (% -38,56), İngiltere (% -10,47), Japonya (% -6,21), İsveç (% -3,51), Finlandiya (% -21,63), Danimarka (% -24,22), Belçika (% -11,23), Avusturya (% -1,34), İsviçre (% -23,32), Singapur (% -21,88), Vietnam (% -17,44) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Çin (% 6456,09), Meksika (%5097,09) ve Hindistan (% 2766,23) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Fransa (% -12,92), Danimarka (% -27,16) olmuştur.

3.1.3. GTİP No. 9403"Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Dünya İhracatı

Tablo 5. GTİP 9403. Fasil Dünya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	D. İ. İ. P. 2001	D. İ. İ. P. 2010	D. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	32.677.520	65.216.904	80.791.920	99,58%	23,88%	147,24%			
1. ÇİN	2.421.384	18.040.794	25.912.278	645,06%	43,63%	970,14%	7,41%	27,66%	32,07%
2. ALMANYA	2.874.194	6.639.453	7.228.267	131,00%	8,87%	151,49%	8,80%	10,18%	8,95%
3. İTALYA	4.836.065	7.049.262	6.910.139	45,76%	-1,97%	42,89%	14,80%	10,81%	8,55%
4. VİETNAM	199.172	2.129.562	5.354.408	969,21%	151,43%	2588,33%	0,61%	3,27%	6,63%
5. POLONYA	1.123.101	2.920.056	3.985.559	160,00%	36,49%	254,87%	3,44%	4,48%	4,93%
6. ABD	1.818.549	2.607.493	2.901.167	43,38%	11,26%	59,53%	5,57%	4,00%	3,59%
7. KANADA	3.184.536	1.992.724	2.757.893	-37,42%	38,40%	-13,40%	9,75%	3,06%	3,41%
8. MALEZYA	1.037.224	1.842.828	1.783.459	77,67%	-3,22%	71,95%	3,17%	2,83%	2,21%
9. İSPANYA	982.920	1.061.106	1.445.437	7,95%	36,22%	47,06%	3,01%	1,63%	1,79%
10. DANI MARKA	1.415.982	1.381.172	1.384.627	-2,46%	0,25%	-2,21%	4,33%	2,12%	1,71%
11. İSVEÇ	819.800	1.596.411	1.313.289	94,73%	-17,73%	60,20%	2,51%	2,45%	1,63%
12. TÜRKİYE	66.309	750.291	1.281.241	1031,51%	70,77%	1832,23%	0,20%	1,15%	1,59%
13. FRANSA	1.233.144	1.430.132	1.230.713	15,97%	-13,94%	-0,20%	3,77%	2,19%	1,52%
14. LİTVANYA	108.340	677.830	1.105.630	525,65%	63,11%	920,52%	0,33%	1,04%	1,37%
15. ENDONEZYA	880.149	1.427.881	1.086.555	62,23%	-23,90%	23,45%	2,69%	2,19%	1,34%
16. MEKSİKA	683.907	751.817	1.074.482	9,93%	42,92%	57,11%	2,09%	1,15%	1,33%

17.	HOLLANDA	412.744	794.422	1.048.731	92,47%	32,01%	154,09%	1,26%	1,22%	1,30%
18.	TAYVAN	938.938	852.025	965.126	-9,26%	13,27%	2,79%	2,87%	1,31%	1,19%
19.	İNGİLTERE	927.391	797.268	932.288	-14,03%	16,94%	0,53%	2,84%	1,22%	1,15%
20.	ÇEK CUMHURİYETİ	285.583	561.466	887.432	96,60%	58,06%	210,74%	0,87%	0,86%	1,10%
21.	AVUSTURYA	594.795	1.162.228	859.161	95,40%	-26,08%	44,45%	1,82%	1,78%	1,06%
22.	PORTEKİZ	164.272	593.121	748.662	261,06%	26,22%	355,75%	0,50%	0,91%	0,93%
23.	BELÇİKA	859.634	973.043	736.311	13,19%	-24,33%	-14,35%	2,63%	1,49%	0,91%
24.	ROMANYA	408.306	683.483	669.589	67,39%	-2,03%	63,99%	1,25%	1,05%	0,83%
25.	HİNDİSTAN	41.447	348.526	618.067	740,90%	77,34%	1391,22%	0,13%	0,53%	0,77%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 5’de yer alan 94.03 Fasil İhracat verileri incelendiğinde 2001 yılında toplam 32,6 milyar \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 65,2 milyar \$, 2016 yılında 80,7 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 147,24 olmuştur.

GTİP 94.03 Fasilda en çok ihracat yapan ilk beş ülke Çin, Almanya, İtalya, Vietnam ve Polonya olmuştur.

2016 itibariyle, 94.03 Fasil dünya ihracat verileri incelendiğinde ilk yirmi beş ihracatçı ülke arasında en fazla paya sahip ülke %32,07 ile Çin, en az paya sahip ülke ise % 0,77 ile Hindistan olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.03 Fasil dünya ihracatının % 91,87'sini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.03 Fasil dünya ihracatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Çin, Portekiz, Vietnam, Polonya, Türkiye, Litvanya, Hindistan olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler İtalya, ABD, Danimarka, İsveç, Endonezya, İngiltere, Avusturya, Romanya, Fransa, Malezya, Belçika, Tayvan olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Türkiye (% 1031,51), Vietnam (% 969,21) ve Hindistan (% 740,90) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Danimarka (% -2,46), Kanada (% -37,42), Tayvan (% -9,26), İngiltere (% -14,03) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Vietnam (% 151,43), Hindistan (% 77,34) ve Türkiye (% 70,77) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler İtalya (% -1,97), İsveç (% -17,73), Belçika (% -24,33), Malezya (% -

3,22), Fransa (% -13,94), Endonezya (% -23,90), Avusturya (% -26,08), Romanya (% -2,03) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Vietnam (% 2588,33), Türkiye (%1832,23) ve Hindistan (% 1391,22) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Belçika (% -14,35), Kanada (% -13,40), Danimarka (% -2,21), Fransa (% -0,20) olmuştur.

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

Tablo 6. GTİP 9404. Fasıl Dünya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	D. İ. İ. P. 2001	D. İ. İ. P. 2010	D. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	3.616.408	11.978.881	15.145.923	231,24%	26,44%	318,81%			
1. ÇİN	1.103.424	5.939.623	7.737.088	438,29%	30,26%	601,19%	30,51%	49,58%	51,08%
2. POLONYA	104.113	824.496	1.057.701	691,92%	28,28%	915,92%	2,88%	6,88%	6,98%
3. ALMANYA	249.948	538.053	510.870	115,27%	-5,05%	104,39%	6,91%	4,49%	3,37%
4. ABD	183.067	317.097	421.062	73,21%	32,79%	130,00%	5,06%	2,65%	2,78%
5. HİNDİSTAN	4.544	226.003	390.856	4873,66%	72,94%	8501,58%	0,13%	1,89%	2,58%
6. BELÇİKA	287.528	412.128	372.508	43,33%	-9,61%	29,56%	7,95%	3,44%	2,46%
7. DANI MARKA	169.859	308.541	351.523	81,65%	13,93%	106,95%	4,70%	2,58%	2,32%
8. HOLLANDA	65.874	193.560	309.659	193,83%	59,98%	370,08%	1,82%	1,62%	2,04%
9. İTALYA	146.559	321.465	295.100	119,34%	-8,20%	101,35%	4,05%	2,68%	1,95%
10. MEKSİKA	122.075	251.375	267.260	105,92%	6,32%	118,93%	3,38%	2,10%	1,76%
11. İSPANYA	64.467	107.136	238.822	66,19%	122,91%	270,46%	1,78%	0,89%	1,58%
12. ESTONYA	43.883	168.837	209.591	284,74%	24,14%	377,61%	1,21%	1,41%	1,38%
13. AVUSTURYA	85.073	187.355	176.234	120,23%	-5,94%	107,16%	2,35%	1,56%	1,16%
14. VIETNAM	7.412	75.292	170.131	915,81%	125,96%	2195,35%	0,20%	0,63%	1,12%
15. İSVEÇ	81.504	155.099	166.585	90,30%	7,41%	104,39%	2,25%	1,29%	1,10%
16. İNGİLTERE	78.618	120.189	155.816	52,88%	29,64%	98,19%	2,17%	1,00%	1,03%
17. PORTEKİZ	16.020	79.342	142.750	395,27%	79,92%	791,07%	0,44%	0,66%	0,94%
18. FRANSA	109.962	170.076	134.035	54,67%	-21,19%	21,89%	3,04%	1,42%	0,88%
19. TÜRKİYE	16.140	101.150	132.804	526,70%	31,29%	722,83%	0,45%	0,84%	0,88%
20. LİTVANYA	21.757	51.475	126.046	136,59%	144,87%	479,34%	0,60%	0,43%	0,83%
21. BULGARİSTAN	1.744	42.706	107.794	2348,74%	152,41%	6080,85%	0,05%	0,36%	0,71%
22. MACARİSTAN	25.512	76.730	86.511	200,76%	12,75%	239,10%	0,71%	0,64%	0,57%
23. ROMANYA	2.778	23.090	85.696	731,17%	271,14%	2984,81%	0,08%	0,19%	0,57%
24. TAYLAND	34.064	62.004	83.463	82,02%	34,61%	145,02%	0,94%	0,52%	0,55%
25. NORVEÇ	39.002	69.443	76.944	78,05%	10,80%	97,28%	1,08%	0,58%	0,51%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 6’da yer alan 94.04 Fasil İhracat verileri incelendiğinde 2001 yılında toplam 3,6 milyar \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 11,9 milyar \$, 2016 yılında 15,1 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 318,81 olmuştur.

GTİP 94.04 Fasilda en çok ihracat yapan ilk beş ülke Çin, Polonya, Almanya, ABD ve Hindistan olmuştur.

2016 itibariyle, 94.04 Fasil dünya ihracat verileri incelendiğinde ilk yirmi beş ihracatçı ülke arasında en fazla paya sahip ülke %51,08 ile Çin, en az paya sahip ülke ise % 0,51 ile Norveç olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.04 Fasil dünya ihracatının % 91,16'sını oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.04 Fasil dünya ihracatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Çin, Polonya, Portekiz, Vietnam, Hindistan, Bulgaristan, Türkiye, Romanya olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler Almanya, Danimarka, İtalya, Fransa, Meksika, Avusturya, İsveç, Belçika, Macaristan, Norveç olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Hindistan (% 4873,66), Bulgaristan (% 2348,74) ve Vietnam (% 915,81) olmuş ve azalış yaşayan ülke olmamıştır.

2010 yılından 2016 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Romanya (% 271,14), Bulgaristan (% 152,41) ve Litvanya (% 144,87) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Almanya (% -5,05), İtalya (% -8,20), Belçika (% -9,61), Avusturya (% -5,94), Fransa (% -21,19) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına ihracatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Hindistan (% 8501,58), Bulgaristan (%6080,85) ve Romanya (% 2984,81) olmuş ve azalış yaşayan ülke olmamıştır.

3.2. Dünya Mobilya Sektörü İthalatı

Tablo 7. Dünya Mobilya İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Yirmi Beş Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	D. i. i. P. 2001	D. i. i. P. 2010	D. i. i. P. 2016
DÜNYA	64.739.435	134.390.320	167.239.887	107,59%	24,44%	158,33%			
1. ABD	20.358.176	34.819.743	51.536.229	71,04%	48,01%	153,15%	31,45%	25,91%	30,82%
2. ALMANYA	6.692.672	12.567.193	14.697.422	87,78%	16,95%	119,60%	10,34%	9,35%	8,79%
3. İNGİLTERE	3.865.369	7.997.416	8.701.637	106,90%	8,81%	125,12%	5,97%	5,95%	5,20%
4. FRANSA	3.740.548	8.519.283	8.058.105	127,75%	-5,41%	115,43%	5,78%	6,34%	4,82%
5. KANADA	2.997.633	5.987.875	6.874.359	99,75%	14,80%	129,33%	4,63%	4,46%	4,11%
6. JAPONYA	3.835.138	5.567.836	6.521.859	45,18%	17,13%	70,06%	5,92%	4,14%	3,90%
7. HOLLANDA	1.852.269	3.326.844	4.158.618	79,61%	25,00%	124,51%	2,86%	2,48%	2,49%
8. İSVİÇRE	1.568.863	3.031.917	3.344.339	93,26%	10,30%	113,17%	2,42%	2,26%	2,00%
9. AVUSTURALYA	656.666	2.755.601	3.281.977	319,64%	19,10%	399,79%	1,01%	2,05%	1,96%
10. İSPANYA	1.044.703	3.397.989	3.215.652	225,26%	-5,37%	207,81%	1,61%	2,53%	1,92%
11. MEKSİKA	1.208.629	1.740.073	2.853.382	43,97%	63,98%	136,08%	1,87%	1,29%	1,71%
12. BELÇİKA	1.971.911	3.172.174	2.805.892	60,87%	-11,55%	42,29%	3,05%	2,36%	1,68%
13. ÇİN	255.607	1.731.608	2.683.494	577,45%	54,97%	949,85%	0,39%	1,29%	1,60%
14. İTALYA	1.014.841	2.687.442	2.543.895	164,81%	-5,34%	150,67%	1,57%	2,00%	1,52%
15. AVUSTURYA	1.529.416	2.396.848	2.473.411	56,72%	3,19%	61,72%	2,36%	1,78%	1,48%
16. ÇEK CUMHURİYETİ	356.910	1.195.003	2.455.394	234,82%	105,47%	587,96%	0,55%	0,89%	1,47%
17. GÜNEY KORE	265.910	1.509.564	2.287.283	467,70%	51,52%	760,17%	0,41%	1,12%	1,37%
18. İSVEÇ	945.649	2.059.742	2.179.824	117,81%	5,83%	130,51%	1,46%	1,53%	1,30%
19. POLONYA	409.713	1.301.700	1.925.548	217,71%	47,93%	369,97%	0,63%	0,97%	1,15%
20. NORVEÇ	733.463	1.796.438	1.811.721	144,93%	0,85%	147,01%	1,13%	1,34%	1,08%
21. DANIMARKA	716.122	1.525.482	1.578.421	113,02%	3,47%	120,41%	1,11%	1,14%	0,94%
22. SUUDİ ARABİSTAN	278.367	963.804	1.576.208	246,24%	63,54%	466,23%	0,43%	0,72%	0,94%
23. SLOVAKYA	177.319	708.901	1.499.190	299,79%	111,48%	745,48%	0,27%	0,53%	0,90%
24. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			1.436.140						0,86%
25. RUSYA	281.407	2.099.642	1.397.508	646,12%	-33,44%	396,61%	0,43%	1,56%	0,84%
39. TÜRKİYE	122.791	738.496	605.774	501,43%	-17,97%	393,34%	0,19%	0,55%	0,36%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 7’de yer alan 94.(05-06 hariç) Fasıllı ithalat verileri incelendiğinde 2001 yılında toplam 64,7 milyar \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 134,3 milyar \$, 2016 yılında 167,2 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı %158,33 olmuştur.

GTİP 94.(05-06 hariç) Fasılda en çok ithalat yapan ilk beş ülke ABD, Almanya, İngiltere, Fransa ve Kanada olmuştur.

2016 itibariyle, 94.(05-06 hariç) Fasıl dünya ithalat verileri incelendiğinde ilk yirmi beş ithalatçı ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 30,82 ile ABD, en az paya sahip ülke ise % 0,84 ile Rusya olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.(05-06 hariç) Fasıl dünya ithalatının %84,85'ini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.(05-06 hariç) Fasıl dünya ithalatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Çin, Çek Cumhuriyeti, Güney Kore, Polonya, Suudi Arabistan, Slovakya olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler Almanya, İngiltere, Kanada, Japonya, İsviçre, Belçika, Avusturya olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Rusya (% 646,12), Çin (% 577,45) ve Güney Kore (% 467,70) olmuş ve azalış yaşayan ülke olmamıştır.

2010 yılından 2016 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Slovakya (% 111,48), Çek Cumhuriyeti (% 105,47) ve Meksika (% 63,98) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Fransa (% -5,41), Belçika (% -11,55), Rusya (% -33,44), İtalya (% -5,34), İspanya (% -5,37) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Çin (% 949,85), Güney Kore (% 760,17) ve Slovakya (% 745,48) olmuş ve azalış yaşayan ülke olmamıştır.

3.2.1. GTİP No. 9401 "Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları" Ürün Grubu Dünya İthalatı

Tablo 8. GTİP 9401. Fasıl Dünya İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	D. İ. İ. P. 2001	D. İ. İ. P. 2010	D. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	26.073.487	55.964.051	74.676.661	114,64%	33,44%	186,41%			
1. ABD	8.407.255	15.426.632	24.013.964	83,49%	55,67%	185,63%	32,24%	27,57%	32,16%
2. ALMANYA	3.251.728	6.550.150	7.930.809	101,44%	21,08%	143,90%	12,47%	11,70%	10,62%
3. KANADA	1.668.663	2.926.256	3.559.492	75,37%	21,64%	113,31%	6,40%	5,23%	4,77%
4. İNGİLTERE	1.375.809	3.090.408	3.536.318	124,62%	14,43%	157,04%	5,28%	5,52%	4,74%
5. FRANSA	1.407.282	3.427.574	3.379.012	143,56%	-1,42%	140,11%	5,40%	6,12%	4,52%
6. JAPONYA	1.238.786	1.983.596	2.726.040	60,12%	37,43%	120,06%	4,75%	3,54%	3,65%
7. MEKSİKA	825.205	1.097.983	2.017.515	33,06%	83,75%	144,49%	3,16%	1,96%	2,70%

8.	ÇEK CUMHURİYETİ	196.822	730.701	1.805.786	271,25%	147,13%	817,47%	0,75%	1,31%	2,42%
9.	İSPANYA	400.767	1.564.170	1.769.154	290,29%	13,10%	341,44%	1,54%	2,79%	2,37%
10.	HOLLANDA	692.846	1.198.076	1.593.278	72,92%	32,99%	129,96%	2,66%	2,14%	2,13%
11.	ÇİN	162.902	1.162.292	1.396.218	613,49%	20,13%	757,09%	0,62%	2,08%	1,87%
12.	AVUSTURALYA	292.855	1.106.649	1.246.475	277,88%	12,64%	325,63%	1,12%	1,98%	1,67%
13.	BELÇİKA	898.125	1.314.523	1.200.699	46,36%	-8,66%	33,69%	3,44%	2,35%	1,61%
14.	SLOVAKYA	103.932	444.353	1.169.700	327,54%	163,24%	1025,45%	0,40%	0,79%	1,57%
15.	GÜNEY KORE	134.729	780.731	1.100.664	479,48%	40,98%	716,95%	0,52%	1,40%	1,47%
16.	POLONYA	177.845	614.125	1.100.113	245,31%	79,14%	518,58%	0,68%	1,10%	1,47%
17.	İTALYA	409.879	997.090	1.081.575	143,26%	8,47%	163,88%	1,57%	1,78%	1,45%
18.	İSVİÇRE	470.483	894.159	925.574	90,05%	3,51%	96,73%	1,80%	1,60%	1,24%
19.	AVUSTURYA	693.311	772.194	772.028	11,38%	-0,02%	11,35%	2,66%	1,38%	1,03%
20.	İSVEÇ	443.025	715.888	713.035	61,59%	-0,40%	60,95%	1,70%	1,28%	0,95%
21.	RUSYA	76.397	821.087	625.479	974,76%	-23,82%	718,72%	0,29%	1,47%	0,84%
22.	DANİMARKA	229.937	547.676	561.298	138,19%	2,49%	144,11%	0,88%	0,98%	0,75%
23.	NORVEÇ	190.438	531.812	535.736	179,26%	0,74%	181,32%	0,73%	0,95%	0,72%
24.	PORTEKİZ	116.377	415.254	523.094	256,82%	25,97%	349,48%	0,45%	0,74%	0,70%
25.	BREZİLYA	117.923	382.567	445.334	224,42%	16,41%	277,65%	0,45%	0,68%	0,60%
31.	TÜRKİYE	49.818	405.370	301.892	713,70%	-25,53%	505,99%	0,19%	0,72%	0,40%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 8’de yer alan 94.01 Fasıl ithalat verileri incelendiğinde 2001 yılında toplam 26 milyar \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 55,9 milyar \$, 2016 yılında 74,6 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 186,41 olmuştur.

GTİP 94.01 Fasılda en çok ithalat yapan ilk beş ülke ABD, Almanya, Kanada, İngiltere ve Fransa olmuştur.

2016 itibariyle, 94.01 Fasıl dünya ithalat verileri incelendiğinde ilk yirmi beş ithalatçı ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 32,16 ile ABD, en az paya sahip ülke ise % 0,60 ile Brezilya olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.01 Fasıl dünya ithalatının %88,02'sini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.01 Fasıl dünya ithalatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Güney Kore, Çek Cumhuriyeti, Polonya, Slovakya olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler Almanya, Kanada, Hollanda, İsviçre, Belçika, Avusturya, İsveç olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Rusya (% 974,76), Çin (% 613,49) ve Güney Kore (% 479,48) olmuş ve azalış yaşayan ülke olmamıştır.

2010 yılından 2016 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Slovakya (% 163,24), Çek Cumhuriyeti (% 147,13) ve Meksika (% 83,75) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Fransa (% -1,42), Belçika (% -8,66), Rusya (% -23,82), Avusturya (% -0,02), İsveç (% -0,40) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Slovakya (% 1025,45), Çek Cumhuriyeti (% 817,47) ve Çin (% 757,09) olmuş ve azalış yaşayan ülke olmamıştır.

3.2.2. GTİP No. 9402" Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Dünya İthalatı

Tablo 9. GTİP 9402. Fasıl Dünya İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	D. İ. İ. P. 2001	D. İ. İ. P. 2010	D. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	1.023.489	3.181.683	3.552.206	210,87%	11,65%	247,07%			
1. ABD	165.732	653.968	879.145	294,59%	34,43%	430,46%	16,19%	20,55%	24,75%
2. ALMANYA	63.505	193.068	219.232	204,02%	13,55%	245,22%	6,20%	6,07%	6,17%
3. KANADA	67.303	155.261	179.212	130,69%	15,43%	166,28%	6,58%	4,88%	5,05%
4. İNGİLTERE	78.712	144.173	148.172	83,17%	2,77%	88,25%	7,69%	4,53%	4,17%
5. FRANSA	66.031	160.658	146.555	143,31%	-8,78%	121,95%	6,45%	5,05%	4,13%
6. ÇİN	18.408	90.716	124.923	392,81%	37,71%	578,63%	1,80%	2,85%	3,52%
7. HOLLANDA	23.916	102.152	119.552	327,13%	17,03%	399,88%	2,34%	3,21%	3,37%
8. AVUSTURALYA	10.487	57.771	95.754	450,88%	65,75%	813,07%	1,02%	1,82%	2,70%
9. JAPONYA	42.473	66.063	80.410	55,54%	21,72%	89,32%	4,15%	2,08%	2,26%
10. İSVİÇRE	22.035	57.026	73.411	158,80%	28,73%	233,16%	2,15%	1,79%	2,07%
11. İTALYA	28.302	86.146	71.074	204,38%	-17,50%	151,13%	2,77%	2,71%	2,00%
12. SUUDİ ARABİSTAN	13.704	79.754	62.938	481,98%	-21,08%	359,27%	1,34%	2,51%	1,77%
13. BELÇİKA	21.262	49.679	54.061	133,65%	8,82%	154,26%	2,08%	1,56%	1,52%
14. MEKSİKA	15.940	51.896	53.934	225,57%	3,93%	238,36%	1,56%	1,63%	1,52%
15. İSPANYA	19.298	59.874	52.136	210,26%	-12,92%	170,16%	1,89%	1,88%	1,47%
16. AVUSTURYA	24.092	53.371	51.569	121,53%	-3,38%	114,05%	2,35%	1,68%	1,45%
17. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			47.231						1,33%
18. RUSYA	20.710	80.071	46.926	286,63%	-41,39%	126,59%	2,02%	2,52%	1,32%
19. ENDONEZYA	2.599	14.435	43.809	455,41%	203,49%	1585,61%	0,25%	0,45%	1,23%
20. POLONYA	7.574	60.237	42.790	695,31%	-28,96%	464,96%	0,74%	1,89%	1,20%
21. SİNGAPUR	6.592	36.164	42.726	448,60%	18,15%	548,15%	0,64%	1,14%	1,20%
22. HİNDİSTAN	4.930	25.330	41.178	413,79%	62,57%	735,25%	0,48%	0,80%	1,16%
23. NORVEÇ	22.941	46.646	39.523	103,33%	-15,27%	72,28%	2,24%	1,47%	1,11%
24. TÜRKİYE	7.410	27.218	32.656	267,31%	19,98%	340,70%	0,72%	0,86%	0,92%

25.	GÜNEY AFRIKA	3.177	19.000	29.507	498,05%	55,30%	828,77%	0,31%	0,60%	0,83%
-----	--------------	-------	--------	--------	---------	--------	---------	-------	-------	-------

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 9’da yer alan 94.02 Fasıl ithalat verileri incelendiğinde 2001 yılında toplam 1 milyar \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 3,1 milyar \$, 2016 yılında 3,5 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 247,07 olmuştur.

GTİP 94.02 Fasılda en çok ithalat yapan ilk beş ülke ABD, Almanya, Kanada, İngiltere ve Fransa olmuştur.

2016 itibariyle, 94.02 Fasıl dünya ithalat verileri incelendiğinde ilk yirmi beş ithalatçı ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 24,75 ile ABD, en az paya sahip ülke ise % 0,83 ile Güney Afrika olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.02 Fasıl dünya ithalatının %78,22'sini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.02 Fasıl dünya ithalatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler ABD, Çin, Hollanda, Avusturalya, Endonezya, Singapur, Hindistan, Türkiye, Güney Afrika olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler İngiltere, Fransa, İtalya, İspanya, Belçika, Avusturya, Norveç olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Polonya (% 695,31), Güney Afrika (% 498,05) ve Suudi Arabistan (% 481,98) olmuş ve azalış yaşayan ülke olmamıştır.

2010 yılından 2016 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Endonezya (% 203,49), Avusturalya (% 65,75) ve Hindistan (% 62,57) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Fransa (% -8,78), İtalya (% -17,50), Suudi Arabistan (% -21,08), İspanya (% -12,92), Avusturya (% -3,38), Rusya (% -41,39), Polonya (% -28,96), Norveç (% -15,27) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Endonezya (% 1585,61), Güney Afrika (% 828,77) ve Avusturalya (% 813,07) olmuş ve azalış yaşayan ülke olmamıştır.

3.2.3. GTİP No. 9403" Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Dünya İthalatı

Tablo 10. GTİP 9403. Fasılların Dünya İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	D. İ. İ. P. 2001	D. İ. İ. P. 2010	D. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	33.783.775	63.978.989	75.039.780	89,38%	17,29%	122,12%			
1. ABD	10.986.027	16.165.324	23.222.301	47,14%	43,66%	111,38%	32,52%	25,27%	30,95%
2. ALMANYA	2.985.397	4.888.074	5.537.561	63,73%	13,29%	85,49%	8,84%	7,64%	7,38%
3. İNGİLTERE	2.266.163	4.222.275	4.394.190	86,32%	4,07%	93,90%	6,71%	6,60%	5,86%
4. FRANSA	2.054.518	4.330.088	3.879.142	110,76%	-10,41%	88,81%	6,08%	6,77%	5,17%
5. KANADA	1.149.298	2.475.591	2.638.341	115,40%	6,57%	129,56%	3,40%	3,87%	3,52%
6. JAPONYA	1.865.228	2.480.307	2.524.553	32,98%	1,78%	35,35%	5,52%	3,88%	3,36%
7. İSVİÇRE	975.544	1.842.347	2.051.777	88,85%	11,37%	110,32%	2,89%	2,88%	2,73%
8. HOLLANDA	984.090	1.650.296	2.033.623	67,70%	23,23%	106,65%	2,91%	2,58%	2,71%
9. AVUSTURALYA	314.858	1.329.736	1.567.970	322,33%	17,92%	397,99%	0,93%	2,08%	2,09%
10. AVUSTURYA	723.669	1.361.338	1.425.066	88,12%	4,68%	96,92%	2,14%	2,13%	1,90%
11. BELÇİKA	937.610	1.541.419	1.274.421	64,40%	-17,32%	35,92%	2,78%	2,41%	1,70%
12. İSVEÇ	400.485	1.055.304	1.155.777	163,51%	9,52%	188,59%	1,19%	1,65%	1,54%
13. İTALYA	510.685	1.344.041	1.146.638	163,18%	-14,69%	124,53%	1,51%	2,10%	1,53%
14. İSPANYA	528.545	1.456.907	1.097.360	175,64%	-24,68%	107,62%	1,56%	2,28%	1,46%
15. NORVEÇ	470.956	1.058.281	1.058.661	124,71%	0,04%	124,79%	1,39%	1,65%	1,41%
16. ÇİN	66.345	425.359	1.006.828	541,13%	136,70%	1417,56%	0,20%	0,66%	1,34%
17. SUUDİ ARABİSTAN	210.815	576.298	913.426	173,37%	58,50%	333,28%	0,62%	0,90%	1,22%
18. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			820.339						1,09%
19. DANIMARKA	407.402	785.148	796.716	92,72%	1,47%	95,56%	1,21%	1,23%	1,06%
20. GÜNEY KORE	101.986	543.779	795.854	433,19%	46,36%	680,36%	0,30%	0,85%	1,06%
21. RUSYA	173.176	1.127.553	677.131	551,10%	-39,95%	291,01%	0,51%	1,76%	0,90%
22. MEKSİKA	327.724	469.964	666.576	43,40%	41,84%	103,40%	0,97%	0,73%	0,89%
23. POLONYA	208.879	535.673	607.057	156,45%	13,33%	190,63%	0,62%	0,84%	0,81%
24. HONG KONG	876.576	467.179	551.163	-46,70%	17,98%	-37,12%	2,59%	0,73%	0,73%
25. ÇEK CUMHURİYETİ	140.134	379.157	534.842	170,57%	41,06%	281,66%	0,41%	0,59%	0,71%
45. TÜRKİYE	62.129	242.083	212.004	289,65%	-12,43%	241,23%	0,18%	0,38%	0,28%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 10'da yer alan 94.03 ithalat verileri incelendiğinde 2001 yılında toplam 33,7 milyar \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 63,9 milyar \$, 2016 yılında 75 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 122,12 olmuştur.

GTİP 94.03 Faslında en çok ithalat yapan ilk beş ülke ABD, Almanya, İngiltere, Fransa ve Kanada olmuştur.

2016 itibariyle, 94.03 Fasil dünya ithalat verileri incelendiğinde ilk yirmi beş ithalatçı ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 30,95 ile ABD, en az paya sahip ülke ise % 0,71 ile Çek Cumhuriyeti olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.03 Fasil dünya ithalatının %83,13'ünü oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.03 Fasil dünya ithalatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Avusturalya, Güney Kore, Çek Cumhuriyeti, Suudi Arabistan, Çin olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler Almanya, İngiltere, İsviçre, Belçika, Avusturya, Japonya olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Rusya (% 551,10), Çin (% 541,13) ve Güney Kore (% 433,19) olmuş ve azalış yaşayan ülke Hong Kong (% -46,70) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Çin (% 136,70), Suudi Arabistan (% 58,50) ve Güney Kore (% 46,36) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler Fransa (% -10,41), Belçika (% -17,32), Rusya (% -39,95), İtalya (% -14,69), İspanya (% -24,68) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Çin (% 1417,56), Güney Kore (% 680,36) ve Avusturalya (% 397,99) olmuş ve azalış yaşayan ülke Hong Kong (% -37,12) olmuştur.

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

Tablo 11. GTİP 9404. Fasil Dünya İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	D. İ. İ. P. 2001	D. İ. İ. P. 2010	D. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	3.616.408	11.978.881	15.145.923	231,24%	26,44%	318,81%			
1. ÇİN	1.103.424	5.939.623	7.737.088	438,29%	30,26%	601,19%	30,51%	49,58%	51,08%
2. POLONYA	104.113	824.496	1.057.701	691,92%	28,28%	915,92%	2,88%	6,88%	6,98%
3. ALMANYA	249.948	538.053	510.870	115,27%	-5,05%	104,39%	6,91%	4,49%	3,37%
4. ABD	183.067	317.097	421.062	73,21%	32,79%	130,00%	5,06%	2,65%	2,78%
5. HİNDİSTAN	4.544	226.003	390.856	4873,66%	72,94%	8501,58%	0,13%	1,89%	2,58%
6. BELÇİKA	287.528	412.128	372.508	43,33%	-9,61%	29,56%	7,95%	3,44%	2,46%

7.	DANİMARKA	169.859	308.541	351.523	81,65%	13,93%	106,95%	4,70%	2,58%	2,32%
8.	HOLLANDA	65.874	193.560	309.659	193,83%	59,98%	370,08%	1,82%	1,62%	2,04%
9.	İTALYA	146.559	321.465	295.100	119,34%	-8,20%	101,35%	4,05%	2,68%	1,95%
10.	MEKSİKA	122.075	251.375	267.260	105,92%	6,32%	118,93%	3,38%	2,10%	1,76%
11.	İSPANYA	64.467	107.136	238.822	66,19%	122,91%	270,46%	1,78%	0,89%	1,58%
12.	ESTONYA	43.883	168.837	209.591	284,74%	24,14%	377,61%	1,21%	1,41%	1,38%
13.	AVUSTURYA	85.073	187.355	176.234	120,23%	-5,94%	107,16%	2,35%	1,56%	1,16%
14.	VIETNAM	7.412	75.292	170.131	915,81%	125,96%	2195,35%	0,20%	0,63%	1,12%
15.	İSVEÇ	81.504	155.099	166.585	90,30%	7,41%	104,39%	2,25%	1,29%	1,10%
16.	İNGİLTERE	78.618	120.189	155.816	52,88%	29,64%	98,19%	2,17%	1,00%	1,03%
17.	PORTEKİZ	16.020	79.342	142.750	395,27%	79,92%	791,07%	0,44%	0,66%	0,94%
18.	FRANSA	109.962	170.076	134.035	54,67%	-21,19%	21,89%	3,04%	1,42%	0,88%
19.	TÜRKİYE	16.140	101.150	132.804	526,70%	31,29%	722,83%	0,45%	0,84%	0,88%
20.	LİTVANYA	21.757	51.475	126.046	136,59%	144,87%	479,34%	0,60%	0,43%	0,83%
21.	BULGARİSTAN	1.744	42.706	107.794	2348,74%	152,41%	6080,85%	0,05%	0,36%	0,71%
22.	MACARİSTAN	25.512	76.730	86.511	200,76%	12,75%	239,10%	0,71%	0,64%	0,57%
23.	ROMANYA	2.778	23.090	85.696	731,17%	271,14%	2984,81%	0,08%	0,19%	0,57%
24.	TAYLAND	34.064	62.004	83.463	82,02%	34,61%	145,02%	0,94%	0,52%	0,55%
25.	NORVEÇ	39.002	69.443	76.944	78,05%	10,80%	97,28%	1,08%	0,58%	0,51%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 11’de yer alan 94.04 Fasil ithalat verileri incelendiğinde 2001 yılında toplam 3,8 milyar \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 11,2 milyar \$, 2016 yılında 13,9 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 262,07 olmuştur.

GTİP 94.04 Fasilda en çok ithalat yapan ilk beş ülke ABD, Japonya, Almanya, Fransa ve İngiltere olmuştur.

2016 itibariyle, 94.04 Fasil dünya ithalat verileri incelendiğinde ilk yirmi beş ithalatçı ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 24,48 ile ABD, en az paya sahip ülke ise % 0,76 ile Tayvan olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.04 Fasil dünya ithalatının %83,40’ini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.04 Fasil dünya ithalatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Güney Kore, ABD, Avusturalya, Polonya, Suudi Arabistan, Çin, Tayvan olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler Almanya, Japonya, Fransa, Hollanda, İsviçre, Belçika, Avusturya, Danimarka olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Güney Kore (% 616,01), Avusturalya (% 579,68) ve Çin (% 569,53) olmuş ve azalış yaşayan ülke olmamıştır.

2010 yılından 2016 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Çin (% 192,12), Suudi Arabistan (% 128,56) ve Güney Kore (% 112,97) olmuş ve azalış yaşayan ülkeler İspanya (% -6,32), İtalya (% -5,98), Meksika (% -4,05) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına ithalatını oransal bazda en fazla arttıran ilk üç ülke sırasıyla; Çin (% 1855,80), Güney Kore (% 1424,87) ve Suudi Arabistan (% 1186,28) olmuş ve azalış yaşayan ülke olmamıştır.

3.3. Mobilya Sektörü Dünya Ticaret Dengesi

Tablo 12. Dünya Mobilya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)

GTİP 94. FASIL (94.05-94.06) HARİÇ DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)					GTİP 94. FASIL (94.05-94.06) HARİÇ DIŞ TİCARET AÇIĞI VEREN İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)				
ÜLKELER		2001	2010	2016	ÜLKELER		2001	2010	2016
	DÜNYA	2.686.824	-2.347.504	3.999.524		DÜNYA	-2.686.824	-2.347.504	3.999.524
1.	ÇİN	4.815.398	37.529.817	53.429.124	1.	ABD	-15.260.483	-28.408.977	-43.019.915
2.	POLONYA	2.094.052	6.607.655	8.720.583	2.	İNGİLTERE	-2.380.662	-6.114.106	-5.941.377
3.	İTALYA	7.556.372	7.971.072	8.136.984	3.	JAPONYA	-3.370.645	-4.118.277	-5.562.269
4.	VİETNAM	265.812	2.843.331	7.342.004	4.	FRANSA	-1.440.170	-5.695.340	-5.307.227
5.	MEKSİKA	2.084.488	2.684.401	5.168.477	5.	AVUSTURALYA	-574.887	-2.653.379	-3.173.354
6.	ROMANYA	413.356	1.112.623	1.699.513	6.	İSVİÇRE	-1.036.963	-2.313.905	-2.735.837
7.	MALEZYA	1.267.722	2.115.898	1.696.772	7.	ALMANYA	-1.413.146	-1.236.922	-2.356.096
8.	TÜRKİYE	75.617	676.179	1.628.020	8.	KANADA	1.737.112	-2.363.597	-2.195.874
9.	ÇEK CUMHURİYETİ	572.203	1.174.561	1.342.608	9.	HOLLANDA	-1.073.993	-1.655.214	-1.729.507
10.	LİTVANYA	122.220	834.881	1.341.321	10.	SUUDİ ARABİSTAN	-265.422	-907.613	-1.510.020
11.	ENDONEZYA	1.418.829	1.733.652	1.263.872	11.	NORVEÇ	-404.961	-1.303.355	-1.465.128
12.	PORTEKİZ	68.428	480.000	973.270	12.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			-1.164.714
13.	TAYVAN	1.058.664	860.826	909.007	13.	GÜNEY KORE	-50.074	-798.990	-1.144.776
14.	DANİMARKA	1.216.888	590.698	724.269	14.	BELÇİKA	-218.871	-1.081.377	-1.144.179
15.	MACARİSTAN	354.078	626.361	508.444	15.	RUSYA	-186.066	-1.924.396	-1.141.415
16.	BOSNA HERSEK		324.266	449.860	16.	AVUSTURYA	-263.932	-595.813	-1.045.142
17.	TAYLAND	803.146	840.383	425.339	17.	İSPANYA	460.857	-1.597.436	-883.906
18.	ESTONYA	141.412	391.321	415.874	18.	IRAK			-713.556

19.	BULGARİSTAN	30.877	109.943	348.213	19.	HONG KONG	-238.171	-474.405	-656.913
20.	SLOVENYA	498.253	315.030	314.325	20.	SİNGAPUR	-291.331	-589.390	-648.518
21.	HİNDİSTAN	13.559	24.324	277.362	21.	KATAR	-64.825	-414.368	-568.850
22.	SİRBİSTAN		73.377	250.200	22.	İSRAİL	-296.309	-359.384	-524.616
23.	BELARUS	133.099	253.266	228.353	23.	YENİ ZELLANDA	-58.040	-266.570	-523.518
24.	MISIR	-12.879	55.645	172.503	24.	FİNLANDİYA	-74.002	-440.306	-497.508
25.	UKRAYNA	7.208	377	158.115	25.	ŞİLİ	-11.095	-305.496	-452.207

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 12’de yer alan veriler incelendiğinde dünya mobilya sektöründe 2016 itibariyle en çok dış ticaret fazlası veren ilk beş ülke Çin, Polonya, İtalya, Vietnam, Meksika olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı veren ilk beş ülke ise ABD, İngiltere, Japonya, Fransa ve Avusturalya olmuştur.

3.3.1. GTİP No. 9401" Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları "

Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi

Tablo 13. GTİP 9401. Fasil Dünya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)

2016 İTİBARIYLA GTİP 9401. FASIL DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)					2016 İTİBARIYLA GTİP 9401. FASIL DIŞ TİCARET AÇIĞI VEREN İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)				
ÜLKELER		2001	2010	2016	ÜLKELER		2001	2010	2016
	DÜNYA	-1.490.558	-4.010.390	-2.785.328		DÜNYA	-1.490.558	-4.010.390	-2.785.328
1.	ÇİN	1.374.199	13.778.764	20.470.692	1.	ABD	-5.688.960	-12.459.343	-19.434.458
2.	MEKSİKA	1.657.843	2.252.293	4.450.197	2.	ALMANYA	-1.273.406	-2.953.811	-3.852.027
3.	POLONYA	1.087.078	3.417.575	4.357.110	3.	FRANSA	-539.482	-2.276.302	-2.070.795
4.	İTALYA	3.103.381	2.157.236	2.251.685	4.	İNGİLTERE	-958.487	-2.224.005	-1.953.197
5.	VİETNAM	63.566	683.037	2.059.505	5.	JAPONYA	-883.101	-676.804	-1.939.569
6.	ROMANYA	74.300	682.697	1.360.203	6.	KANADA	-230.718	-1.513.268	-1.804.627
7.	ÇEK CUMHURİYETİ	402.808	929.467	903.022	7.	AVUSTURALYA	-271.609	-1.067.692	-1.220.164
8.	TÜRKİYE	64.555	136.394	485.706	8.	İSPANYA	40.375	-963.472	-1.168.917
9.	PORTEKİZ	115.033	252.562	427.343	9.	İSVİÇRE	-367.399	-747.269	-809.271
10.	MACARİSTAN	361.446	549.201	411.304	10.	BELÇİKA	-299.245	-640.259	-675.645
11.	BOSNA HERSEK		281.723	345.578	11.	HOLLANDA	-421.513	-588.422	-629.142
12.	ENDONEZYA	529.906	357.773	322.608	12.	RUSYA	-58.220	-789.087	-581.653
13.	LİTVANYA	19.033	191.636	316.115	13.	SLOVAKYA	80.365	82.910	-462.424
14.	MALEZYA	257.707	409.855	262.752	14.	SUUDİ ARABİSTAN	-39.763	-222.756	-419.315
15.	TAYLAND	274.411	320.064	246.320	15.	AVUSTURYA	-128.257	-344.778	-402.869
16.	BULGARİSTAN	19.987	85.797	187.499	16.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			-399.536
17.	TAYVAN	220.607	155.150	186.568	17.	BREZİLYA	-39.029	-200.882	-328.823

18.	SLOVENYA	346.027	167.222	183.370	18.	NORVEÇ	25.586	-157.682	-304.187
19.	SİRBİSTAN		51.586	158.608	19.	İSRAİL	-79.299	-171.884	-242.097
20.	HRVATİSTAN	28.818	111.576	137.259	20.	İSVEÇ	-168.569	-237.856	-237.397
21.	MAKEDONYA	-1.809	2.385	101.912	21.	FİNLANDİYA	-71.951	-163.895	-210.044
22.	UKRAYNA	11.216	28.893	94.373	22.	ARJANTİN	141.172	-188.059	-208.246
23.	MOLDOVA	-956	9.388	85.290	23.	YENİ ZELLANDA	-31.878	-117.914	-201.261
24.	ESTONYA	19.967	108.045	84.021	24.	GÜNEY KORE	-69.568	-240.720	-174.459
25.	TUNUS	-2.268	-10.681	82.333	25.	SİNGAPUR	-47.820	-141.519	-170.148

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 13’de yer alan veriler incelendiğinde GTİP 9401. Fasılda 2016 itibariyle en çok dış ticaret fazlası veren ilk beş ülke Çin, Meksika, Polonya, İtalya, Vietnam olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı veren ilk beş ülke ise ABD, Almanya, Fransa, İngiltere ve Japonya olmuştur.

3.3.2. GTİP No. 9402" Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi

Tablo 14. GTİP 9402. Fasil Dünya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)

2016 İTİBARIYLA GTİP 9402. FASIL DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)					2016 İTİBARIYLA GTİP 9402. FASIL DIŞ TİCARET AÇIĞI VEREN İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)				
ÜLKELER		2001	2010	2016	ÜLKELER		2001	2010	2016
	DÜNYA	152.265	-288.313	-141.971		DÜNYA	152.265	-288.313	-141.971
1.	ÇİN	-9.312	249.236	471.419	1.	ABD	212.050	-135.081	-264.566
2.	ALMANYA	113.557	363.358	304.175	2.	KANADA	-33.073	-7.617	-88.503
3.	MEKSİKA	-11.853	19.110	158.471	3.	AVUSTURALYA	-5.119	-48.481	-87.522
4.	ÇEK CUMHURİYETİ	16.208	97.718	115.613	4.	FRANSA	23.441	-88.195	-68.642
5.	POLONYA	4.054	72.866	102.858	5.	SUUDİ ARABİSTAN	-13.704	-78.120	-62.127
6.	TAYVAN	21.668	90.994	95.321	6.	İNGİLTERE	-17.336	-44.723	-59.137
7.	İTALYA	47.027	47.315	71.306	7.	İSVİÇRE	-3.336	-26.933	-50.337
8.	FİNLANDİYA	15.425	23.535	19.338	8.	RUSYA	-20.176	-79.416	-44.780
9.	PORTEKİZ	-10.102	-13.352	11.672	9.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			-39.908
10.	İSVEÇ	4.951	5.445	8.434	10.	NORVEÇ	-20.315	-42.513	-35.906
11.	DANİMARKA	30.471	19.172	8.203	11.	ENDONEZYA	5.679	-749	-29.201
12.	SERBEST BÖLGELER	62	-46	5.631	12.	AVUSTURYA	-3.530	-29.335	-27.854
13.	BELARUS	458	5.153	5.572	13.	BELÇİKA	-14.264	-18.317	-26.221
14.	ESTONYA	-879	2.049	3.866	14.	ŞİLİ	-3.810	-19.015	-26.011
15.	SLOVENYA	-1.396	-1.324	2.052	15.	GÜNEY AFRİKA	-1.441	-12.921	-23.810
16.	SLOVAKYA	581	2.123	1.639	16.	SİNGAPUR	-4.498	-9.429	-21.841
17.	MACARİSTAN	-727	4.692	886	17.	JAPONYA	-1.340	-2.245	-20.554
18.	LİTVANYA	-833	-565	754	18.	KATAR	-1.159	-17.762	-19.492

19.	TANZANYA	-520	-2.769	236	19.	HİNDİSTAN	-4.172	-16.442	-19.452
20.	TURKS VE CAİCOS ADALARI	-121		75	20.	İSRAİL	-5.482	-13.227	-16.694
21.	İNGİLİZ VİRGİN ADALARI	-5	-2	21	21.	MISIR	-2.611	-8.909	-16.250
22.	FRANSIZ GÜNEY VE ANTARTİKA BÖLGELERİ		9	3	22.	BREZİLYA	-1.303	-30.635	-15.567
23.	İNGİLİZ HİNT OKYANUSU BÖLGELERİ		28	-2	23.	KUVEYT	-4.663	-16.051	-14.727
24.	MONTSERRAT	-6		-4	24.	FİLİPİNLER	-1.997	-3.465	-13.964
25.	NİUE	-15	-1	-5	25.	CEZAYİR	-2.401	-15.706	-13.662

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 14’de yer alan veriler incelendiğinde GTİP 9402. Fasılda 2016 itibariyle en çok dış ticaret fazlası veren ilk beş ülke Çin, Almanya, Meksika, Çek Cumhuriyeti, Polonya olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı veren ilk beş ülke ise ABD, Kanada, Avusturalya, Fransa ve Suudi Arabistan olmuştur.

3.3.3. GTİP No. 9403" Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Dünya Ticaret Dengesi

Tablo 15. GTİP 9403. Fasil Dünya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)

2016 İTİBARIYLA GTİP 9403. FASIL DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)					2016 İTİBARIYLA GTİP 9403. FASIL DIŞ TİCARET AÇIĞI VEREN İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)				
ÜLKELER		2001	2010	2016	ÜLKELER		2001	2010	2016
	DÜNYA	1.106.255	1.237.915	5.752.140		DÜNYA	1.106.255	1.237.915	5.752.140
1.	ÇİN	2.355.039	17.615.435	24.905.450	1.	ABD	9.167.478	-13.557.831	20.321.134
2.	İTALYA	4.325.380	5.705.221	5.763.501	2.	İNGİLTERE	1.338.772	-3.425.007	-3.461.902
3.	VIETNAM	194.872	2.082.427	5.156.700	3.	FRANSA	-821.374	-2.899.956	-2.648.429
4.	POLONYA	914.222	2.384.383	3.378.502	4.	JAPONYA	1.807.024	-2.423.105	-2.443.794
5.	ALMANYA	-111.203	1.751.379	1.690.706	5.	İSVİÇRE	-627.553	-1.364.221	-1.621.432
6.	MALEZYA	988.551	1.655.985	1.436.146	6.	AVUSTURALYA	-268.078	-1.284.343	-1.512.600
7.	TÜRKİYE	4.180	508.208	1.069.237	7.	NORVEÇ	-400.106	-1.012.904	-1.024.178
8.	ENDONEZYA	875.812	1.350.851	942.549	8.	HOLLANDA	-571.346	-855.874	-984.892
9.	LİTVANYA	84.662	613.322	935.601	9.	SUUDİ ARABİSTAN	-201.112	-553.491	-875.472
10.	TAYVAN	813.948	658.893	678.906	10.	GÜNEY KORE	8.171	-407.815	-638.564
11.	DANİMARKA	1.008.580	596.024	587.911	11.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			-632.947
12.	PORTEKİZ	-38.833	225.535	445.477	12.	AVUSTURYA	-128.874	-199.110	-565.905
13.	MEKSİKA	356.183	281.853	407.906	13.	BELÇİKA	-77.976	-568.376	-538.110
14.	BREZİLYA	386.707	497.702	371.244	14.	RUSYA	-98.003	-992.634	-485.049

15.	ÇEK CUMHURİYETİ	145.449	182.309	352.590	15.	IRAK			-482.862
16.	İSPANYA	454.375	-395.801	348.077	16.	HONG KONG	-170.201	-307.807	-389.498
17.	ROMANYA	344.929	441.458	333.750	17.	SİNGAPUR	-216.290	-364.276	-359.070
18.	SLOVAKYA	84.575	275.642	269.522	18.	KATAR	-50.677	-268.947	-332.415
19.	MISIR	-1.933	122.833	253.242	19.	YENİ ZELANDA	-20.359	-109.843	-246.603
20.	TAYLAND	497.104	488.550	200.698	20.	KUVEYT	-79.731	-149.293	-240.232
21.	BELARUS	105.547	180.887	194.364	21.	CEZAYİR	-13.778	-157.711	-235.920
22.	İSVEÇ	419.315	541.107	157.512	22.	İSRAİL	-198.159	-146.929	-219.754
23.	ESTONYA	81.488	123.044	136.449	23.	FİNLANDİYA	7.453	-226.304	-218.887
24.	SLOVENYA	147.409	150.921	133.322	24.	ŞİLİ	14.235	-144.973	-209.916
25.	KANADA	2.035.238	-482.867	119.552	25.	İRLANDA	-142.556	-218.189	-190.409

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 15’de yer alan veriler incelendiğinde GTİP 9403. Fasılda 2016 itibariyle en çok dış ticaret fazlası veren ilk beş ülke Çin, İtalya, Vietnam, Polonya, Almanya olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı veren ilk beş ülke ise ABD, İngiltere, Fransa, Japonya ve İsviçre olmuştur.

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

Tablo 16. GTİP 9404. Fasil Dünya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)

2016 İTİBARIYLA GTİP 9404. FASIL DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)					2016 İTİBARIYLA GTİP 9404. FASIL DIŞ TİCARET AÇIĞI VEREN İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)				
ÜLKELER		2001	2010	2016	ÜLKELER		2001	2010	2016
	DÜNYA	-242.276	713.284	1.174.683		DÜNYA	-242.276	713.284	1.174.683
1.	ÇİN	1.095.472	5.886.382	7.581.563	1.	ABD	-616.095	-2.256.722	-2.999.757
2.	POLONYA	88.698	732.831	882.113	2.	JAPONYA	-679.180	-1.016.123	-1.158.352
3.	HİNDİSTAN	3.368	206.621	369.766	3.	FRANSA	-102.755	-430.887	-519.361
4.	ESTONYA	40.836	158.183	191.538	4.	ALMANYA	-142.094	-397.848	-498.950
5.	DANİMARKA	103.309	137.759	154.020	5.	İNGİLTERE	-66.067	-420.371	-467.141
6.	MEKSİKA	82.315	131.145	151.903	6.	KANADA	-34.335	-359.845	-422.296
7.	VIETNAM	7.124	70.000	130.315	7.	AVUSTURALYA	-30.081	-252.863	-353.068
8.	BELÇİKA	172.614	145.575	95.797	8.	GÜNEY KORE	10.411	-146.875	-321.793
9.	LİTVANYA	19.358	30.488	88.851	9.	İSVİÇRE	-38.675	-175.482	-254.797
10.	PORTEKİZ	2.330	15.255	88.778	10.	SUUDİ ARABİSTAN	-10.843	-53.246	-153.106
11.	BULGARİSTAN	461	33.838	88.304	11.	İSVEÇ	-5.887	-102.542	-117.784
12.	TÜRKİYE	12.706	37.325	73.582	12.	HONG KONG	-40.478	-60.587	-107.485
13.	PAKİSTAN		85.465	67.200	13.	HOLLANDA	-85.543	-182.760	-102.506
14.	İTALYA	80.584	61.300	50.492	14.	NORVEÇ	-10.126	-90.256	-100.857

15.	FİLİPİNLER	4.462	-2.146	39.183	15.	SİNGAPUR	-22.723	-74.166	-97.459
16.	UKRAYNA	-771	-6.531	34.223	16.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ			-92.323
17.	MACARİSTAN	15.109	38.598	33.988	17.	İRAK			-88.497
18.	BANGLADEŞ	-89	9.921	30.652	18.	FİNLANDİYA	-24.929	-73.642	-87.915
19.	ENDONEZYA	7.432	25.777	27.916	19.	YENİ ZELANDA	-3.749	-29.511	-63.770
20.	EL SALVADOR	1.833	2.922	23.512	20.	ŞİLİ	-2.057	-37.470	-63.317
21.	GÜNEY AFRİKA	-358	8.210	20.820	21.	KUVEYT	-11.748	-37.798	-60.377
22.	ROMANYA	812	-1.902	17.381	22.	İSPANYA	-31.626	-209.902	-58.180
23.	KAMBOÇYA	1.229	11.974	15.586	23.	TAYVAN	2.441	-44.211	-51.788
24.	GUATEMALA	-546	3.976	13.048	24.	AVUSTURYA	-3.271	-22.590	-48.514
25.	SRİ LANKA	2.785	9.424	10.698	25.	KATAR	-4.281	-28.324	-47.808

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 16’da yer alan veriler incelendiğinde GTİP 9404. Fasılda 2016 itibariyle en çok dış ticaret fazlası veren ilk beş ülke Çin, Polonya, Hindistan, Estonya, Danimarka olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı veren ilk beş ülke ise ABD, Japonya, Fransa, Almanya ve İngiltere olmuştur.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYEDEKİ DURUMU

4.1. Türkiye Mobilya Sektörü İhracatı

Tablo 17. Türkiye Mobilya İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Yirmi Beş Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	T. i. i. P. 2001	T. i. i. P. 2010	T. i. i. P. 2016
DÜNYA	198.408	1.414.675	2.233.794	613,01%	57,90%	1025,86%			
1. IRAK		209.205	417.060		99,35%			14,79%	18,67%
2. ALMANYA	49.888	135.372	162.475	171,35%	20,02%	225,68%	25,14%	9,57%	7,27%
3. SUUDİ ARABİSTAN	5.718	29.910	149.478	423,08%	399,76%	2514,17%	2,88%	2,11%	6,69%
4. FRANSA	12.211	73.804	133.783	504,41%	81,27%	995,59%	6,15%	5,22%	5,99%
5. ABD	7.763	22.723	95.671	192,71%	321,03%	1132,40%	3,91%	1,61%	4,28%
6. LİBYA	311	75.415	79.344	24149,20%	5,21%	25412,54%	0,16%	5,33%	3,55%
7. İNGİLTERE	5.353	42.210	72.524	688,53%	71,82%	1254,83%	2,70%	2,98%	3,25%
8. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	4.431	20.894	65.867	371,54%	215,24%	1386,50%	2,23%	1,48%	2,95%
9. İSRAİL	15.838	19.360	54.035	22,24%	179,11%	241,17%	7,98%	1,37%	2,42%
10. AZERBAYCAN	2.792	82.963	53.029	2871,45%	-36,08%	1799,32%	1,41%	5,86%	2,37%
11. ROMANYA	2.550	21.913	47.552	759,33%	117,00%	1764,78%	1,29%	1,55%	2,13%
12. HOLLANDA	16.172	46.637	46.989	188,38%	0,75%	190,56%	8,15%	3,30%	2,10%
13. TÜRKMENİSTAN	2.139	47.026	46.339	2098,50%	-1,46%	2066,39%	1,08%	3,32%	2,07%
14. İRAN	911	91.326	46.309	9924,81%	-49,29%	4983,32%	0,46%	6,46%	2,07%
15. İTALYA	1.877	31.070	44.555	1555,30%	43,40%	2273,73%	0,95%	2,20%	1,99%
16. CEZAYİR	1.129	11.403	43.266	910,01%	279,43%	3732,24%	0,57%	0,81%	1,94%
17. İSPANYA	2.015	12.173	32.700	504,12%	168,63%	1522,83%	1,02%	0,86%	1,46%
18. SERBEST BÖLGELER	7.513	30.188	32.253	301,81%	6,84%	329,30%	3,79%	2,13%	1,44%
19. BELÇİKA	5.251	21.038	32.129	300,65%	52,72%	511,86%	2,65%	1,49%	1,44%
20. GÜRCİSTAN	617	16.818	29.725	2625,77%	76,75%	4717,67%	0,31%	1,19%	1,33%
21. KATAR	608	5.087	26.614	736,68%	423,18%	4277,30%	0,31%	0,36%	1,19%
22. BULGARİSTAN	1.654	12.807	25.456	674,30%	98,77%	1439,06%	0,83%	0,91%	1,14%
23. FAS	935	6.196	22.783	562,67%	267,70%	2336,68%	0,47%	0,44%	1,02%
24. YUNANİSTAN	4.987	42.395	22.692	750,11%	-46,47%	355,02%	2,51%	3,00%	1,02%
25. AVUSTURYA	10.820	19.711	22.144	82,17%	12,34%	104,66%	5,45%	1,39%	0,99%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 17’de yer alan ihracat verileri incelendiğinde Türkiye’nin 94.(05-06 hariç) Fasılda 2001 yılında toplam 198,4 milyon \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 1,4 milyar \$, 2016 yılında 2,2 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 1009,90 olmuştur. Türkiye bu fasılda dünyada 17. sırada yer almaktadır.

GTİP 94.(05-06 hariç) Fasılda Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk beş ülke Irak, Almanya, Suudi Arabistan, Fransa ve ABD olmuştur.

2016 itibariyle, 94.(05-06 hariç) Fası Türkiye ihracat verileri incelendiğinde, Türkiye'nin ihracat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 18,67 ile Irak, en az paya sahip ülke ise % 0,99 ile Avusturya olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.(05-06 hariç) Fası Türkiye ihracatının % 80,79'unu oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.(05-06 hariç) Fası Türkiye ihracatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler İngiltere, Romanya, Cezayir, Gürcistan, Katar, Bulgaristan olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler ise Almanya, Hollanda, Avusturya, Serbest Bölgeler, Belçika olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Libya (% 24149,20), İran (% 9924,81) ve Azerbaycan (% 2871,45) olmuş ve azalış yaşadığı ülke olmamıştır.

2010 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Katar (% 423,18), Suudi Arabistan (% 399,76) ve ABD (% 321,03) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Azerbaycan (% -36,08), İran (% -49,29), Yunanistan (% -46,47), Türkmenistan (% -1,46) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Libya (% 25412,54), İran (% 4983,32) ve Gürcistan (% 4717,67) olmuş ve azalış yaşadığı ülke olmamıştır.

Tablo 18. Türkiye Mobilya İhracatının Dünya Mobilya İhracatı İçindeki Payı (1000 \$)

YIL	DÜNYA MOBİLYA İHRACATI	TÜRKİYE'NİN MOBİLYA İHRACATI	TÜRKİYE MOBİLYA İHRACATININ DÜNYA MOBİLYA İHRACATI İÇİNDEKİ PAYI
2001	62.052.611	198.408	0,32%
2010	132.042.816	1.414.675	1,07%
2016	171.239.411	2.233.794	1,30%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Genel dünya mobilya ihracatı ve Türkiye mobilya sektörü ihracat rakamlarının 2001-2010-2016 yılları incelendiğinde Türkiye mobilya sektörünün genel dünya mobilya

ihracatı içindeki payı 2001 yılında (% 0,32) seviyelerinde, 2010 yılında (% 1,07) seviyelerinde, 2016 yılında (% 1,30) seviyelerinde olduğu görülmektedir.

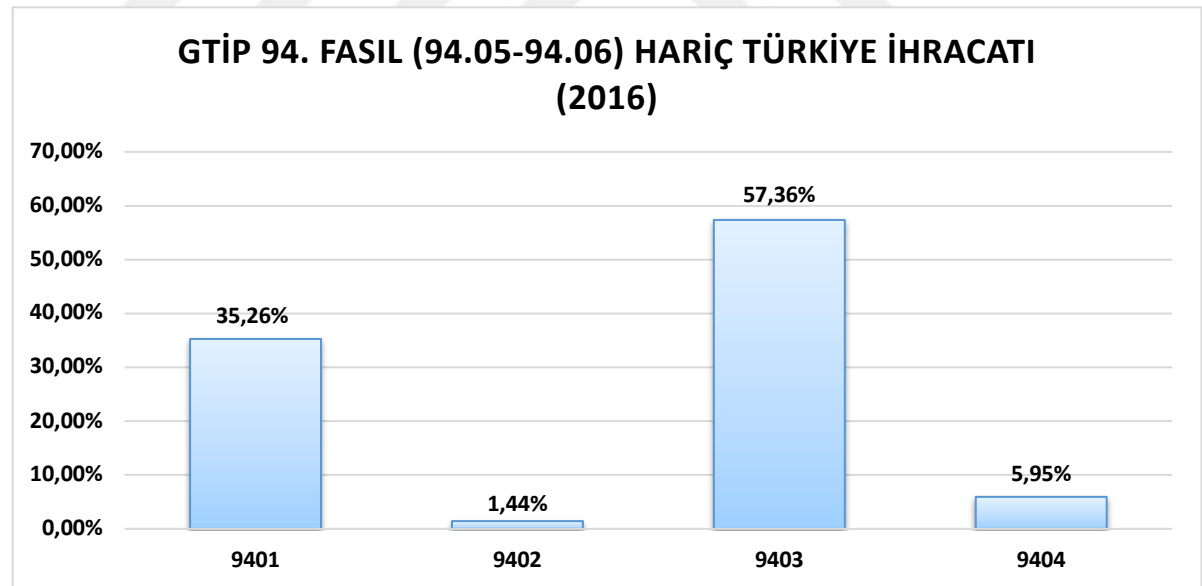
Tablo 19. Türkiye Mobilya İhracatının Genel İhracat İçindeki Payı (1000 \$)

YIL	TÜRKİYE'NİN GENEL İHRACATI	TÜRKİYE'NİN MOBİLYA İHRACATI	TÜRKİYE MOBİLYA İHRACATININ GENEL İHRACAT İÇİNDEKİ PAYI
2001	31.333.944	198.408	0,63%
2010	113.883.219	1.414.675	1,24%
2016	142.529.584	2.202.140	1,55%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Türkiye Genel ihracatı ve Türkiye mobilya sektörü ihracat rakamlarının 2001-2010-2016 yılları incelendiğinde Türkiye mobilya sektörünün genel Türkiye ihracatı içindeki payı 2001 yılında (% 0,63) seviyelerinde, 2010 yılında (% 1,24) seviyelerinde, 2016 yılında (% 1,55) seviyelerinde olduğu görülmektedir.

Grafik 5. 94'ün Alt Fasıllarının Türkiye İhracatı İçindeki Payları



Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) esas alındığında, Türkiye mobilya ihracatının % 35,26'sini 9401"Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları" ürün grubundan, % 1,44'ünü 9402"Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları" ürün grubundan, % 57,36'sini

9403"Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları" ürün grubundan, % 5,95'ini
9404"Somiyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya" ürün grubundan oluşmaktadır.

4.1.1. GTİP No. 9401"Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İhracatı

Tablo 20. GTİP 9401. Fasıl Türkiye İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	T. i. i. P. 2001	T. i. i. P. 2010	T. i. i. P. 2016
DÜNYA	114.373	541.764	787.598	373,68%	45,38%	588,62%			
1. IRAK		75.733	107.221		41,58%			13,98%	13,61%
2. FRANSA	8.146	33.497	82.132	311,21%	145,19%	908,25%	7,12%	6,18%	10,43%
3. ABD	5.613	16.531	75.466	194,51%	356,51%	1244,49%	4,91%	3,05%	9,58%
4. ALMANYA	35.859	78.325	70.386	118,42%	-10,14%	96,29%	31,35%	14,46%	8,94%
5. SUUDİ ARABİSTAN	2.383	5.742	33.805	140,96%	488,73%	1318,59%	2,08%	1,06%	4,29%
6. İSRAIL	9.228	12.498	27.455	35,44%	119,68%	197,52%	8,07%	2,31%	3,49%
7. ROMANYA	619	9.273	26.637	1398,06%	187,25%	4203,23%	0,54%	1,71%	3,38%
8. İSPANYA	1.445	8.747	23.684	505,33%	170,77%	1539,03%	1,26%	1,61%	3,01%
9. İTALYA	1.386	16.028	18.820	1056,42%	17,42%	1257,86%	1,21%	2,96%	2,39%
10. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2.817	5.266	18.130	86,94%	244,28%	543,59%	2,46%	0,97%	2,30%
11. HOLLANDA	5.443	21.882	17.345	302,02%	-20,73%	218,67%	4,76%	4,04%	2,20%
12. İNGİLTERE	2.678	5.008	16.371	87,01%	226,90%	511,31%	2,34%	0,92%	2,08%
13. İRAN	795	46.886	14.167	5797,61%	-69,78%	1682,01%	0,70%	8,65%	1,80%
14. BELÇİKA	2.837	5.693	13.577	100,67%	138,49%	378,57%	2,48%	1,05%	1,72%
15. TÜRKMENİSTAN	487	13.407	13.242	2652,98%	-1,23%	2619,10%	0,43%	2,47%	1,68%
16. RUSYA	1.177	15.787	13.023	1241,29%	-17,51%	1006,46%	1,03%	2,91%	1,65%
17. AVUSTURYA	10.254	13.828	12.921	34,85%	-6,56%	26,01%	8,97%	2,55%	1,64%
18. LİBYA	80	18.144	10.673	22580,00%	-41,18%	13241,25%	0,07%	3,35%	1,36%
19. AZERBAIJAN	939	16.702	9.827	1678,70%	-41,16%	946,54%	0,82%	3,08%	1,25%
20. GÜRCİSTAN	327	5.403	9.235	1552,29%	70,92%	2724,16%	0,29%	1,00%	1,17%
21. POLONYA	256	3.860	9.188	1407,81%	138,03%	3489,06%	0,22%	0,71%	1,17%
22. YUNANİSTAN	3.373	19.301	8.706	472,22%	-54,89%	158,11%	2,95%	3,56%	1,11%
23. SERBEST BÖLGELER	2.094	1.744	8.572	-16,71%	391,51%	309,36%	1,83%	0,32%	1,09%
24. FAS	731	2.205	8.178	201,64%	270,88%	1018,74%	0,64%	0,41%	1,04%
25. KATAR	356	799	7.960	124,44%	896,25%	2135,96%	0,31%	0,15%	1,01%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 20'de yer alan ihracat verileri incelendiğinde Türkiye'nin 94.01 Fasılda 2001 yılında toplam 114,3 milyon \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 541,7 milyon \$, 2016

yılında 787,6 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı %588,62 olmuştur. Türkiye bu fasılda dünyada 17. sırada yer almaktadır.

GTİP 94.01 Fasılda Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk beş ülke Irak, Fransa, ABD, Almanya ve Suudi Arabistan olmuştur.

2016 itibarıyla, 94.01 Fasıllık Türkiye ihracat verileri incelendiğinde, Türkiye'nin ihracat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 13,61 ile Irak, en az paya sahip ülke ise % 1,01 ile Katar olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibarıyla 94.01 Fasıllık Türkiye ihracatının % 83,38'ini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.01 Fasıllık Türkiye ihracatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Polonya, Romanya, İspanya, Gürcistan olmuştur. Sürekli payı azalan ülke ise Almanya, Hollanda, Avusturya olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Libya (% 22580,00), İran (% 5797,61) ve Türkmenistan (% 2652,98) olmuş ve azalış yaşadığı ülke Serbest Bölgeler (% -16,71) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Katar (% 896,25), Suudi Arabistan (% 488,73) ve Serbest Bölgeler (% 391,51) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Libya (% -41,18), Türkmenistan (% -1,23), Azerbaycan (% -41,16), İran (% -69,78), Yunanistan (% -54,89), Almanya (% -10,14), Hollanda (% -20,73), Rusya (% -17,51), Avusturya (% -6,56) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Libya (% 13241,25), Romanya (% 4203,23) ve Polonya (% 3489,06) olmuş ve azalış yaşadığı ülke olmamıştır.

4.1.2. GTİP No. 9402" Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İhracatı

Tablo 21. GTİP 9402. Fasıl Türkiye İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	T. i. i. P. 2001	T. i. i. P. 2010	T. i. i. P. 2016
DÜNYA	1.586	21.470	32.151	1253,72%	49,75%	1927,18%			
1. KONGO			1.908						5,93%
2. ALMANYA	289	2.302	1.763	696,54%	-23,41%	510,03%	18,22%	10,72%	5,48%
3. IRAK		2.424	1.609		-33,62%			11,29%	5,00%
4. ROMANYA	69	716	1.509	937,68%	110,75%	2086,96%	4,35%	3,33%	4,69%
5. GÜRCİSTAN	1	449	1.399	44800,00%	211,58%	139800,00%	0,06%	2,09%	4,35%
6. FRANSA	34	218	906	541,18%	315,60%	2564,71%	2,14%	1,02%	2,82%
7. SUUDİ ARABİSTAN	35	1.263	903	3508,57%	-28,50%	2480,00%	2,21%	5,88%	2,81%
8. SERBEST BÖLGELER	33	66	854	100,00%	1193,94%	2487,88%	2,08%	0,31%	2,66%
9. MISIR	36	705	835	1858,33%	18,44%	2219,44%	2,27%	3,28%	2,60%
10. İNGİLTERE	163	734	762	350,31%	3,81%	367,48%	10,28%	3,42%	2,37%
11. LİBYA	1	578	751	57700,00%	29,93%	75000,00%		2,69%	2,34%
12. SUDAN			734						2,28%
13. ENDONEZYA		133	679		410,53%			0,62%	2,11%
14. ARJANTİN			675						2,10%
15. LÜBNAN	13	435	611	3246,15%	40,46%	4600,00%	0,82%	2,03%	1,90%
16. AZERBAYCAN	11	1.404	576	12663,64%	-58,97%	5136,36%	0,69%	6,54%	1,79%
17. HİNDİSTAN		134	550		310,45%			0,62%	1,71%
18. FAS	4	176	538	4300,00%	205,68%	13350,00%	0,25%	0,82%	1,67%
19. SURİYE	3	683	507	22666,67%	-25,77%	16800,00%	0,19%	3,18%	1,58%
20. HOLLANDA	5	279	499	5480,00%	78,85%	9880,00%	0,32%	1,30%	1,55%
21. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	7	137	489	1857,14%	256,93%	6885,71%	0,44%	0,64%	1,52%
22. PAKİSTAN	4	75	418	1775,00%	457,33%	10350,00%	0,25%	0,35%	1,30%
23. KOLOMBİYA		44	416		845,45%			0,20%	1,29%
24. MALDİVLER			415						1,29%
25. NİJERYA		307	413		34,53%			1,43%	1,28%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 21’de yer alan ihracat verileri incelendiğinde Türkiye’nin 94.02 Fasılda 2001 yılında toplam 1,5 milyon \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 21,4 milyon \$, 2016 yılında 32,1 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı %1927,18 olmuştur. Türkiye bu fasılda dünyada 17. sırada yer almaktadır.

GTİP 94.02 Fasılda Türkiye’nin en çok ihracat yaptığı ilk beş ülke Kongo, Almanya, Irak, Romanya ve Gürcistan olmuştur.

2016 itibariyle, 94.02 Fasil Türkiye ihracat verileri incelendiğinde, Türkiye'nin ihracat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 5,93 ile Kongo, en az paya sahip ülke ise % 1,28 ile Nijerya olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.02 Fasil Türkiye ihracatının % 64,44'ünü oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.02 Fasil Türkiye ihracatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Hollanda, Birleşik Arap Emirlikleri, Gürcistan, Fas, Pakistan olmuştur. Sürekli payı azalan ülke ise Almanya, İngiltere olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Libya (% 57700,00), Gürcistan (% 44800,00) ve Suriye (% 22666,67) olmuş ve azalış yaşadığı ülke olmamıştır.

2010 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Serbest Bölgeler (% 1193,94), Kolombiya (% 845,45) ve Pakistan (% 457,33) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Almanya (% -23,41), Irak (% -33,62), Suudi Arabistan (% -28,50), Azerbaycan (% -58,97), Suriye (% -25,77) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Gürcistan (% 139800,00), Libya (% 75000,00) ve Suriye (% 16800,00) olmuş ve azalış yaşadığı ülke olmamıştır.

4.1.3. GTİP No. 9403"Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İhracatı

Tablo 22. GTİP 9403. Fasil Türkiye İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	T. İ. İ. P. 2001	T. İ. İ. P. 2010	T. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	66.309	750.291	1.281.241	1031,51%	70,77%	1832,23%			
1. IRAK		124.385	301.567		142,45%			16,58%	23,54%
2. SUUDİ ARABİSTAN	2.689	21.631	113.496	704,43%	424,69%	4120,75%	4,06%	2,88%	8,86%
3. ALMANYA	11.520	45.532	81.113	295,24%	78,15%	604,11%	17,37%	6,07%	6,33%
4. LİBYA	226	54.037	65.264	23810,18%	20,78%	28777,88%	0,34%	7,20%	5,09%
5. İNGİLTERE	2.384	32.900	51.823	1280,03%	57,52%	2073,78%	3,60%	4,38%	4,04%
6. FRANSA	3.559	33.346	44.002	836,95%	31,96%	1136,36%	5,37%	4,44%	3,43%

7.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1.593	10.630	42.387	567,29%	298,75%	2560,83%	2,40%	1,42%	3,31%
8.	AZERBAIJAN	1.743	61.341	39.110	3419,28%	-36,24%	2143,83%	2,63%	8,18%	3,05%
9.	CEZAYİR	512	6.928	35.803	1253,13%	416,79%	6892,77%	0,77%	0,92%	2,79%
10.	TÜRKMENİSTAN	1.583	31.111	30.476	1865,32%	-2,04%	1825,21%	2,39%	4,15%	2,38%
11.	HOLLANDA	5.579	21.039	25.708	277,11%	22,19%	360,80%	8,41%	2,80%	2,01%
12.	İSRAİL	4.802	5.899	25.539	22,84%	332,94%	431,84%	7,24%	0,79%	1,99%
13.	İRAN	107	34.560	22.345	32199,07%	-35,34%	20783,18%	0,16%	4,61%	1,74%
14.	SERBEST BÖLGELER	4.497	26.409	20.858	487,26%	-21,02%	363,82%	6,78%	3,52%	1,63%
15.	BULGARİSTAN	951	7.741	19.555	713,99%	152,62%	1956,26%	1,43%	1,03%	1,53%
16.	ABD	1.767	4.947	18.740	179,97%	278,82%	960,55%	2,66%	0,66%	1,46%
17.	ROMANYA	1.575	10.726	18.208	581,02%	69,76%	1056,06%	2,38%	1,43%	1,42%
18.	KATAR	252	4.060	18.105	1511,11%	345,94%	7084,52%	0,38%	0,54%	1,41%
19.	GÜRCİSTAN	249	9.164	17.289	3580,32%	88,66%	6843,37%	0,38%	1,22%	1,35%
20.	İTALYA	355	6.327	17.145	1682,25%	170,98%	4729,58%	0,54%	0,84%	1,34%
21.	ÜRDÜN	438	4.029	13.983	819,86%	247,06%	3092,47%	0,66%	0,54%	1,09%
22.	FAS	188	3.363	13.615	1688,83%	304,85%	7142,02%	0,28%	0,45%	1,06%
23.	BELÇİKA	1.924	10.407	13.610	440,90%	30,78%	607,38%	2,90%	1,39%	1,06%
24.	KUVEYT	351	2.234	12.552	536,47%	461,86%	3476,07%	0,53%	0,30%	0,98%
25.	UMMAN	131	938	11.713	616,03%	1148,72%	8841,22%	0,20%	0,13%	0,91%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 22’de yer alan ihracat verileri incelendiğinde Türkiye’nin 94.03 Fasılda 2001 yılında toplam 66,3 milyon \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 750,2 milyon \$, 2016 yılında 1,2 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı %1832,23 olmuştur. Türkiye bu fasılda dünyada 12. sırada yer almaktadır.

GTİP 94.03 Fasılda Türkiye’nin en çok ihracat yaptığı ilk beş ülke Irak, Suudi Arabistan, Almanya, Libya ve İngiltere olmuştur.

2016 itibariyle, 94.03 Fasil Türkiye ihracat verileri incelendiğinde, Türkiye’nin ihracat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 23,54 ile Irak, en az paya sahip ülke ise % 0,91 ile Umman olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.03 Fasil Türkiye ihracatının % 83,83’ünü oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.03 Fasil Türkiye ihracatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Cezayir, Katar, İtalya, Fas, Gürcistan olmuştur. Sürekli payı azalan ülke ise Fransa, Serbest Bölgeler, Romanya, Belçika, Hollanda olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; İran (% 32199,07), Libya (% 23810,18) ve Gürcistan (% 3580,32) olmuş ve azalış yaşadığı ülke olmamıştır.

2010 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Umman (% 1148,72), Kuveyt (% 461,86) ve Suudi Arabistan (% 424,69) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Türkmenistan (% -2,04), Azerbaycan (% -36,24), İran (% -35,34), Serbest Bölgeler (% -21,02) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Libya (% 28777,88), İran (% 20783,18) ve Umman (% 8841,22) olmuş ve azalış yaşadığı ülke olmamıştır.

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

Tablo 23. GTİP 9404. Fasil Türkiye İhracat Verileri ve En Fazla İhracat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	T. İ. İ. P. 2001	T. İ. İ. P. 2010	T. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	16.140	101.150	132.804	526,70%	31,29%	722,83%			
1. ALMANYA	2.220	9.213	13.972	315,00%	51,66%	529,37%	13,75%	9,11%	10,52%
2. ROMANYA	287	1.198	10.321	317,42%	761,52%	3496,17%	1,78%	1,18%	7,77%
3. IRAK		6.663	9.720		45,88%			6,59%	7,32%
4. SUUDİ ARABİSTAN	611	1.274	8.152	108,51%	539,87%	1234,21%	3,79%	1,26%	6,14%
5. FRANSA	472	6.743	7.083	1328,60%	5,04%	1400,64%	2,92%	6,67%	5,33%
6. İTALYA	134	8.382	6.357	6155,22%	-24,16%	4644,03%	0,83%	8,29%	4,79%
7. HOLLANDA	5.145	3.437	6.323	-33,20%	83,97%	22,90%	31,88%	3,40%	4,76%
8. YUNANİSTAN	205	3.223	5.664	1472,20%	75,74%	2662,93%	1,27%	3,19%	4,26%
9. İNGİLTERE	128	3.568	5.074	2687,50%	42,21%	3864,06%	0,79%	3,53%	3,82%
10. İRAN	8	9.610	4.074	120025,00%	-57,61%	50825,00%	0,05%	9,50%	3,07%
11. BELÇİKA	490	4.865	3.885	892,86%	-20,14%	692,86%	3,04%	4,81%	2,93%
12. LİBYA	4	2.656	3.648	66300,00%	37,35%	91100,00%	0,02%	2,63%	2,75%
13. ABD	383	1.130	3.475	195,04%	207,52%	807,31%	2,37%	1,12%	2,62%
14. CEZAYİR	5	1.231	3.259	24520,00%	164,74%	65080,00%	0,03%	1,22%	2,45%
15. SERBEST BÖLGELER	889	1.969	3.203	121,48%	62,67%	260,29%	5,51%	1,95%	2,41%
16. GÜRCİSTAN	40	1.802	2.258	4405,00%	25,31%	5545,00%	0,25%	1,78%	1,70%
17. AVUSTURYA	240	852	1.980	255,00%	132,39%	725,00%	1,49%	0,84%	1,49%
18. DANIMARKA	288	393	1.950	36,46%	396,18%	577,08%	1,78%	0,39%	1,47%
19. AZERBAIJAN	99	3.516	1.866	3451,52%	-46,93%	1784,85%	0,61%	3,48%	1,41%

20.	SURİYE		234	1.739		643,16%			0,23%	1,31%
21.	İSRAİL	1.692	734	1.541	-56,62%	109,95%	-8,92%	10,48%	0,73%	1,16%
22.	BULGARİSTAN	417	1.029	1.508	146,76%	46,55%	261,63%	2,58%	1,02%	1,14%
23.	TÜRKMENİSTAN	68	2.240	1.370	3194,12%	-38,84%	1914,71%	0,42%	2,21%	1,03%
24.	KUVEYT	44	467	1.360	961,36%	191,22%	2990,91%	0,27%	0,46%	1,02%
25.	POLONYA	3	363	1.203	12000,00%	231,40%	40000,00%	0,02%	0,36%	0,91%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 23’de yer alan ihracat verileri incelendiğinde Türkiye’nin 94.04 Fasılda 2001 yılında toplam 16,1 milyon \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 101,1 milyon \$, 2016 yılında 132,8 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 722,83 olmuştur. Türkiye bu fasılda dünyada 19. sırada yer almaktadır.

GTİP 94.04 Fasılda Türkiye’nin en çok ihracat yaptığı ilk beş ülke Almanya, Romanya, Irak, Suudi Arabistan ve Fransa olmuştur.

2016 itibariyle, 94.04 Fasil Türkiye ihracat verileri incelendiğinde, Türkiye’nin ihracat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 10,52 ile Almanya, en az paya sahip ülke ise % 0,91 ile Polonya olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.04 Fasil Türkiye ihracatının % 83,57’sini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.04 Fasil Türkiye ihracatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Yunanistan, İngiltere, Libya, Cezayir, Kuveyt, Polonya olmuştur. Sürekli payı azalan ülke olmamıştır.

2001 yılından 2010 yılına Türkiye’nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; İran (% 120025,00), Libya (% 66300,00) ve Cezayir (% 24520,00) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Hollanda (% -33,20), İsrail (% -56,62) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına Türkiye’nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Romanya (% 761,25), Suriye (% 643,16) ve Suudi Arabistan (% 539,87) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler İtalya (% -24,16), Türkmenistan (% -38,84), Azerbaycan (% -46,93), İran (% -57,61), Belçika (% -20,14) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına Türkiye’nin, ihracatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Libya (% 91110,00), Cezayir (% 65080,00) ve İran (% 50825,00) olmuş ve azalış yaşadığı ülke İsrail (% -8,92) olmuştur.

4.2. Türkiye Mobilya Sektörü İthalatı

Tablo 24. Türkiye Mobilya İthalatı Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Yirmi Beş Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	T. İ. İ. P. 2001	T. İ. İ. P. 2010	T. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	122.791	738.496	605.774	501,43%	-17,97%	393,34%			
1. İTALYA	36.791	68.986	88.179	87,51%	27,82%	139,68%	29,96%	9,34%	14,56%
2. ALMANYA	26.346	75.180	78.879	185,36%	4,92%	199,40%	21,46%	10,18%	13,02%
3. ÇİN	2.631	276.237	76.945	10399,32%	-72,15%	2824,55%	2,14%	37,41%	12,70%
4. POLONYA	316	39.414	50.287	12372,78%	27,59%	15813,61%	0,26%	5,34%	8,30%
5. FRANSA	16.442	35.973	34.602	118,79%	-3,81%	110,45%	13,39%	4,87%	5,71%
6. BULGARİSTAN	158	5.424	28.046	3332,91%	417,07%	17650,63%	0,13%	0,73%	4,63%
7. ROMANYA	52	14.632	22.657	28038,46%	54,85%	43471,15%	0,04%	1,98%	3,74%
8. SERBESTBÖLGELER	701	15.509	18.272	2112,41%	17,82%	2506,56%	0,57%	2,10%	3,02%
9. GÜNEY KORE	206	9.933	16.213	4721,84%	63,22%	7770,39%	0,17%	1,35%	2,68%
10. ABD	9.780	12.569	15.814	28,52%	25,82%	61,70%	7,96%	1,70%	2,61%
11. ÇEK CUMHURİYETİ	119	5.960	15.729	4908,40%	163,91%	13117,65%	0,10%	0,81%	2,60%
12. İSPANYA	3.914	29.577	15.324	655,67%	-48,19%	291,52%	3,19%	4,01%	2,53%
13. MALEZYA	180	2.624	13.637	1357,78%	419,70%	7476,11%	0,15%	0,36%	2,25%
14. JAPONYA	259	17.771	11.425	6761,39%	-35,71%	4311,20%	0,21%	2,41%	1,89%
15. İNGİLTERE	7.257	7.247	11.424	-0,14%	57,64%	57,42%	5,91%	0,98%	1,89%
16. LİTVANYA		6.663	10.112		51,76%			0,90%	1,67%
17. MACARİSTAN	66	5.497	9.194	8228,79%	67,25%	13830,30%	0,05%	0,74%	1,52%
18. VİETNAM	900	18.770	8.169	1985,56%	-56,48%	807,67%	0,73%	2,54%	1,35%
19. İSVEÇ	444	6.701	7.793	1409,23%	16,30%	1655,18%	0,36%	0,91%	1,29%
20. SLOVAKYA	32	9.017	7.495	28078,13%	-16,88%	23321,88%	0,03%	1,22%	1,24%
21. HİNDİSTAN	131	8.593	6.800	6459,54%	-20,87%	5090,84%	0,11%	1,16%	1,12%
22. PORTEKİZ	103	2.967	6.648	2780,58%	124,06%	6354,37%	0,08%	0,40%	1,10%
23. HOLLANDA	1.970	3.923	6.031	99,14%	53,73%	206,14%	1,60%	0,53%	1,00%
24. DANİMARKA	583	5.694	5.789	876,67%	1,67%	892,97%	0,47%	0,77%	0,96%
25. ENDONEZYA	1.727	18.724	5.005	984,19%	-73,27%	189,81%	1,41%	2,54%	0,83%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 24’de yer alan ithalat verileri incelendiğinde Türkiye’nin 94.(05-06 hariç) Fasılda 2001 yılında toplam 122,7 milyon \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 738,4 milyon \$, 2016 yılında 605,7 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı %393,34 olmuştur. Türkiye bu fasılda dünyada 39. sırada yer almaktadır.

GTİP 94.(05-06 hariç) Fasılda Türkiye’nin en çok ithalat yaptığı ilk beş ülke İtalya, Almanya, Çin, Polonya ve Fransa olmuştur.

2016 itibariyle, 94.(05-06 hariç) Fasıl Türkiye ithalat verileri incelendiğinde, Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 14,56 ile İtalya, en az paya sahip ülke ise % 0,83 ile Endonezya olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.(05-06 hariç) Fasıl Türkiye ithalatının % 94,17'sini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.(05-06 hariç) Fasıl Türkiye ithalatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Polonya, Güney Kore, Bulgaristan, Romanya, Çek Cumhuriyeti, Malezya, Portekiz, Danimarka, Slovakya, İsveç, Macaristan, Serbest Bölgeler olmuştur. Sürekli payı azalan ülke olmamıştır.

2001 yılından 2010 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Slovakya (% 28078,13), Romanya (% 28038,46) ve Polonya (% 12372,78) olmuş ve azalış yaşadığı ülke İngiltere (% -0,14) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Malezya (% 419,70), Bulgaristan (% 417,07) ve Çek Cumhuriyeti (% 163,91) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Çin (% -72,15), Japonya (% -35,71), İspanya (% -48,19), Hindistan (% -20,87), Vietnam (% -56,48), Endonezya (% -73,27), Slovakya (% -16,88), Fransa (% -3,81) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Romanya (% 43471,15), Slovakya (% 23321,88) ve Bulgaristan (% 17650,63) olmuş ve azalış yaşadığı ülke olmamıştır.

Tablo 25. Türkiye Hazır Giyim İthalatının Genel İthalat İçindeki Payı (1000 \$)

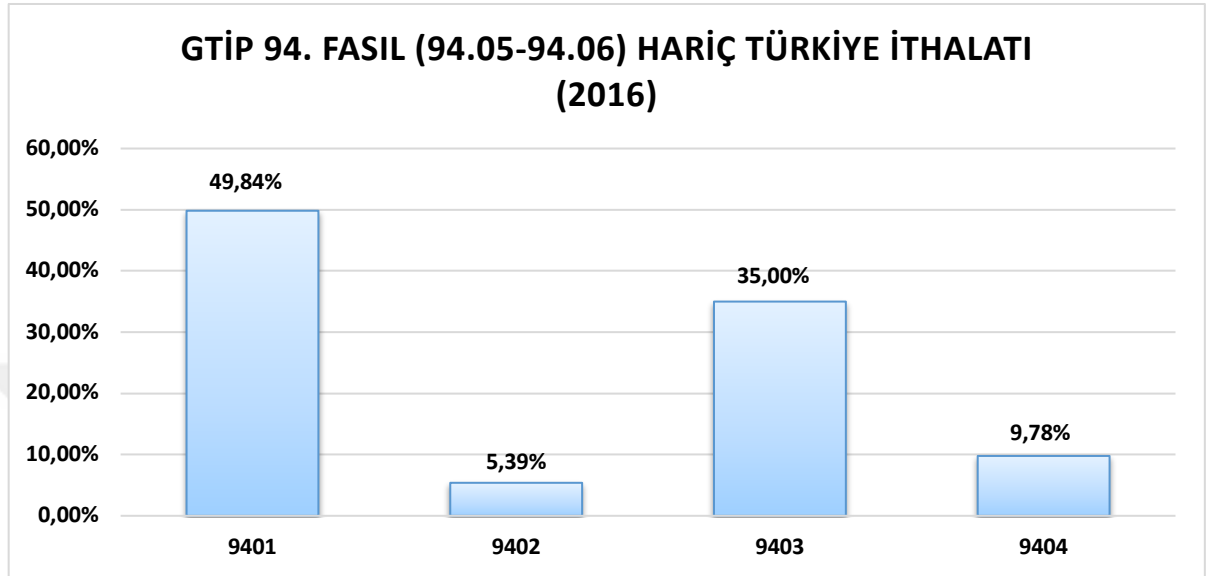
YIL	TÜRKİYE'NİN GENEL İTHALATI	TÜRKİYE'NİN MOBİLYA İTHALATI	TÜRKİYE MOBİLYA İTHALATININ GENEL İTHALAT İÇİNDEKİ PAYI
2001	41.399.079	122.791	0,30%
2010	185.544.332	738.496	0,40%
2016	198.618.235	605.774	0,30%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Türkiye Genel ithalatı ve Türkiye mobilya sektörü ithalatı rakamlarının 2001-2010-2016 yılları incelendiğinde Türkiye mobilya sektörünün genel Türkiye ithalatı içindeki

payı 2001 yılında (% 0,30) seviyelerinde, 2010 yılında (% 0,30) seviyelerinde, 2016 yılında (%0,30) seviyelerinde olduğu görülmektedir.

Grafik 6. 94'ün Alt Fasıllarının Türkiye İthalatı İçindeki Payları



Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) esas alındığında, Türkiye mobilya ithalatının % 49,84'ünü 9401"Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları" ürün grubundan, % 5,39'unu 9402"Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları" ürün grubundan, % 35,00'ını 9403"Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları" ürün grubundan, % 9,78'ini 9404"Somiyalar, Yatak Takımı Eşyası Ve Benzeri Eşya" ürün grubundan oluşmaktadır.

4.2.1. GTİP No. 9401"Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İthalatı

Tablo 26. GTİP 9401. Fasil Türkiye İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	T. i. i. P. 2001	T. i. i. P. 2010	T. i. i. P. 2016
DÜNYA	49.818	405.370	301.892	713,70%	-25,53%	505,99%			
1. ÇİN	901	160.323	41.225	17693,90%	-74,29%	4475,47%	1,81%	39,55%	13,66%
2. ALMANYA	11.354	34.065	37.181	200,03%	9,15%	227,47%	22,79%	8,40%	12,32%

3.	FRANSA	9.648	27.614	29.768	186,21%	7,80%	208,54%	19,37%	6,81%	9,86%
4.	İTALYA	10.666	28.242	29.726	164,79%	5,25%	178,70%	21,41%	6,97%	9,85%
5.	POLONYA	140	19.151	21.301	13579,29%	11,23%	15115,00%	0,28%	4,72%	7,06%
6.	ROMANYA	7	12.955	16.186	184971,43%	24,94%	231128,57%	0,01%	3,20%	5,36%
7.	GÜNEY KORE	139	9.706	15.137	6882,73%	55,96%	10789,93%	0,28%	2,39%	5,01%
8.	JAPONYA	93	17.391	11.252	18600,00%	-35,30%	11998,92%	0,19%	4,29%	3,73%
9.	ABD	3.971	5.980	10.769	50,59%	80,08%	171,19%	7,97%	1,48%	3,57%
10.	MALEZYA	108	1.692	8.053	1466,67%	375,95%	7356,48%	0,22%	0,42%	2,67%
11.	MACARİSTAN	6	4.579	7.649	76216,67%	67,05%	127383,33%	0,01%	1,13%	2,53%
12.	ÇEK CUMHURİYETİ	97	1.110	7.613	1044,33%	585,86%	7748,45%	0,19%	0,27%	2,52%
13.	İSPANYA	2.599	23.661	7.607	810,39%	-67,85%	192,69%	5,22%	5,84%	2,52%
14.	İNGİLTERE	4.003	3.468	7.097	-13,36%	104,64%	77,29%	8,04%	0,86%	2,35%
15.	HİNDİSTAN	46	6.303	5.307	13602,17%	-15,80%	11436,96%	0,09%	1,55%	1,76%
16.	VIETNAM	610	12.829	5.162	2003,11%	-59,76%	746,23%	1,22%	3,16%	1,71%
17.	BULGARİSTAN	63	3.489	4.953	5438,10%	41,96%	7761,90%	0,13%	0,86%	1,64%
18.	PORTEKİZ	94	2.505	4.521	2564,89%	80,48%	4709,57%	0,19%	0,62%	1,50%
19.	TAYLAND	158	1.922	4.447	1116,46%	131,37%	2714,56%	0,32%	0,47%	1,47%
20.	SİRBİSTAN		48	4.262		8779,17%			0,01%	1,41%
21.	HOLLANDA	516	1.993	3.210	286,24%	61,06%	522,09%	1,04%	0,49%	1,06%
22.	BELÇİKA	192	1.156	3.205	502,08%	177,25%	1569,27%	0,39%	0,29%	1,06%
23.	ENDONEZYA	838	11.260	2.893	1243,68%	-74,31%	245,23%	1,68%	2,78%	0,96%
24.	SLOVAKYA	14	4.023	2.771	28635,71%	-31,12%	19692,86%	0,03%	0,99%	0,92%
25.	LİTVANYA		315	1.765		460,32%			0,08%	0,58%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 26'da yer alan ithalat verileri incelendiğinde Türkiye'nin 94.01 Fasılda 2001 yılında toplam 49,8 milyon \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 405,3 milyon \$, 2016 yılında 301,8 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 505,99 olmuştur. Türkiye bu fasılda dünyada 31. sırada yer almaktadır.

GTİP 94.01 Fasılda Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ilk beş ülke Çin, Almanya, Fransa, İtalya ve Polonya olmuştur.

2016 itibarıyla, 94.01 Fasil Türkiye ithalat verileri incelendiğinde, Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 13,66 ile Çin, en az paya sahip ülke ise % 0,58 ile Litvanya olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibarıyla 94.01 Fasil Türkiye ithalatının % 97,07'sini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.01 Fasil Türkiye ithalatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Polonya, Güney Kore,

Bulgaristan, Romanya, Çek Cumhuriyeti, Tayland, Malezya, Macaristan, Hindistan, Portekiz olmuştur. Sürekli payı azalan ülke olmamıştır.

2001 yılından 2010 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Romanya (% 184971,43), Macaristan (% 76216,67) ve Slovakya (% 28635,71) olmuş ve azalış yaşadığı ülke İngiltere (% -13,36) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Sırbistan (% 8779,17), Çek Cumhuriyeti (% 585,86) ve Litvanya (% 460,32) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Çin (% -74,29), Japonya (% -35,30), İspanya (% -67,85), Hindistan (% -15,80), Vietnam (% -59,76), Endonezya (% -74,31), Slovakya (% -31,12) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Romanya (% 231128,57), Macaristan (% 127383,33) ve Slovakya (% 19692,86) olmuş ve azalış yaşadığı ülke olmamıştır.

4.2.2. GTİP No. 9402" Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İthalatı

Tablo 27. GTİP 9402. Fasil Türkiye İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	T. İ. İ. P. 2001	T. İ. İ. P. 2010	T. İ. İ. P. 2016
DÜNYA	7.410	27.218	32.656	267,31%	19,98%	340,70%			
1. ALMANYA	2.061	12.003	9.452	482,39%	-21,25%	358,61%	27,81%	44,10%	28,94%
2. SERBEST BÖLGELER	18		6.233	-100,00%		34527,78%	0,24%		19,09%
3. ABD	1.393	3.040	2.997	118,23%	-1,41%	115,15%	18,80%	11,17%	9,18%
4. ÇİN	27	2.396	2.761	8774,07%	15,23%	10125,93%	0,36%	8,80%	8,45%
5. İTALYA	748	2.492	2.599	233,16%	4,29%	247,46%	10,09%	9,16%	7,96%
6. FRANSA	276	1.769	2.494	540,94%	40,98%	803,62%	3,72%	6,50%	7,64%
7. ÇEK CUMHURİYETİ	8	2.587	2.120	32237,50%	-18,05%	26400,00%	0,11%	9,50%	6,49%
8. FİNLANDİYA	892	455	1.199	-48,99%	163,52%	34,42%	12,04%	1,67%	3,67%
9. TAYVAN	355	826	343	132,68%	-58,47%	-3,38%	4,79%	3,03%	1,05%
10. POLONYA	16	60	285	275,00%	375,00%	1681,25%	0,22%	0,22%	0,87%
11. İSPANYA	86	55	283	-36,05%	414,55%	229,07%	1,16%	0,20%	0,87%
12. HOLLANDA	403	106	274	-73,70%	158,49%	-32,01%	5,44%	0,39%	0,84%
13. İNGİLTERE	102	388	216	280,39%	-44,33%	111,76%	1,38%	1,43%	0,66%
14. İSVEÇ	63	122	208	93,65%	70,49%	230,16%	0,85%	0,45%	0,64%

15.	GÜNEY KORE	60	97	189	61,67%	94,85%	215,00%	0,81%	0,36%	0,58%
16.	İSRAİL	16	221	121	1281,25%	-45,25%	656,25%	0,22%	0,81%	0,37%
17.	JAPONYA	143	49	113	-65,73%	130,61%	-20,98%	1,93%	0,18%	0,35%
18.	SLOVAKYA		49	113		130,61%			0,18%	0,35%
19.	MEKSİKA		46	94		104,35%			0,17%	0,29%
20.	AVUSTURYA	97	58	85	-40,21%	46,55%	-12,37%	1,31%	0,21%	0,26%
21.	PORTEKİZ			84						0,26%
22.	TUNUS			82						0,25%
23.	HİNDİSTAN		18	52		188,89%			0,07%	0,16%
24.	İSVİÇRE	64	112	43	75,00%	-61,61%	-32,81%	0,86%	0,41%	0,13%
25.	HONG KONG			30						0,09%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 27’de yer alan ithalat verileri incelendiğinde Türkiye'nin 94.02 Fasılda 2001 yılında toplam 7,4 milyon \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 27,2 milyon \$, 2016 yılında 32,6 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 340,70 olmuştur. Türkiye bu fasılda dünyada 24. sırada yer almaktadır.

GTİP 94.02 Fasılda Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ilk beş ülke Almanya, Serbest Bölgeler, ABD, Çin ve İtalya olmuştur.

2016 itibariyle, 94.02 Fasil Türkiye ithalat verileri incelendiğinde, Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 28,94 ile Almanya, en az paya sahip ülke ise % 0,09 ile Hong Kong olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.02 Fasil Türkiye ithalatının % 99,43'ünü oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.02 Fasil Türkiye ithalatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülke Fransa olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler ABD, İtalya, Tayvan, İsviçre olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Çek Cumhuriyeti (% 32237,50), Çin (% 8774,07) ve İsrail (% 1281,25) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Serbest Bölgeler (% -100,00), Finlandiya (% -48,99), İspanya (% -36,05), Hollanda (% -73,70), Japonya (% -65,73), Avusturya (% -40,21) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; İspanya (% 414,55), Polonya (% 375,00) ve Hindistan (% 188,89) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Almanya (% -21,25), ABD (% -1,41), Çek

Cumhuriyeti (% -18,05), Tayvan (% -58,47), İngiltere (% -44,33), İsrail (% -45,25), İsviçre (% -61,61) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Serbest Bölgeler (% 34527,78), Çek Cumhuriyeti (% 26400,00) ve Çin (% 10125,93) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Tayvan (% -3,38), Hollanda (% -32,01), Japonya (% -20,98), Avusturya (% -12,37), İsviçre (% -32,81), olmuştur.

4.2.3. GTİP No. 9403"DİĞER Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları" Ürün Grubu Türkiye İthalatı

Tablo 28. GTİP 9403. Fasil Türkiye İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	T. i. i. P. 2001	T. i. i. P. 2010	T. i. i. P. 2016
DÜNYA	62.129	242.083	212.004	289,65%	-12,43%	241,23%			
1. İTALYA	25.044	37.097	54.409	48,13%	46,67%	117,25%	40,31%	15,32%	25,66%
2. ALMANYA	12.461	28.638	31.359	129,82%	9,50%	151,66%	20,06%	11,83%	14,79%
3. ÇİN	1.254	74.810	27.469	5865,71%	-63,28%	2090,51%	2,02%	30,90%	12,96%
4. POLONYA	154	17.173	24.045	11051,30%	40,02%	15513,64%	0,25%	7,09%	11,34%
5. LİTVANYA		6.169	7.709		24,96%			2,55%	3,64%
6. İSVEÇ	226	6.282	7.277	2679,65%	15,84%	3119,91%	0,36%	2,59%	3,43%
7. İSPANYA	1.213	5.352	6.184	341,22%	15,55%	409,81%	1,95%	2,21%	2,92%
8. ÇEK CUMHURİYETİ	14	2.193	5.788	15564,29%	163,93%	41242,86%	0,02%	0,91%	2,73%
9. MALEZYA	70	932	5.506	1231,43%	490,77%	7765,71%	0,11%	0,38%	2,60%
10. SLOVAKYA	18	4.944	4.602	27366,67%	-6,92%	25466,67%	0,03%	2,04%	2,17%
11. İNGİLTERE	2.762	3.053	3.935	10,54%	28,89%	42,47%	4,45%	1,26%	1,86%
12. VİETNAM	286	5.335	2.945	1765,38%	-44,80%	929,72%	0,46%	2,20%	1,39%
13. ROMANYA	45	1.258	2.932	2695,56%	133,07%	6415,56%	0,07%	0,52%	1,38%
14. SERBEST BÖLGELER	540	3.719	2.372	588,70%	-36,22%	339,26%	0,87%	1,54%	1,12%
15. BULGARİSTAN	94	1.511	2.314	1507,45%	53,14%	2361,70%	0,15%	0,62%	1,09%
16. HOLLANDA	1.041	1.745	2.267	67,63%	29,91%	117,77%	1,68%	0,72%	1,07%
17. FRANSA	6.297	6.377	2.125	1,27%	-66,68%	-66,25%	10,14%	2,63%	1,00%
18. PORTEKİZ	7	368	1.995	5157,14%	442,12%	28400,00%	0,01%	0,15%	0,94%
19. ENDONEZYA	885	7.333	1.958	728,59%	-73,30%	121,24%	1,42%	3,03%	0,92%
20. AVUSTURYA	1.097	6.872	1.921	526,44%	-72,05%	75,11%	1,77%	2,84%	0,91%
21. ABD	4.061	2.969	1.447	-26,89%	-51,26%	-64,37%	6,54%	1,23%	0,68%
22. MACARİSTAN	44	411	1.339	834,09%	225,79%	2943,18%	0,07%	0,17%	0,63%
23. HİNDİSTAN	73	1.455	1.170	1893,15%	-19,59%	1502,74%	0,12%	0,60%	0,55%
24. TAYVAN	223	2.964	1.027	1229,15%	-65,35%	360,54%	0,36%	1,22%	0,48%
25. MISIR	8	586	951	7225,00%	62,29%	11787,50%	0,01%	0,24%	0,45%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 28’de yer alan ithalat verileri incelendiğinde Türkiye'nin 94.03 Fasılda 2001 yılında toplam 62,1 milyon \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 242 milyon \$, 2016 yılında 212 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı % 241,23 olmuştur. Türkiye bu fasılda dünyada 45. sırada yer almaktadır.

GTİP 94.03 Fasılda Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ilk beş ülke İtalya, Almanya, Çin, Polonya ve Litvanya olmuştur.

2016 itibarıyla, 94.03 Fasil Türkiye ithalat verileri incelendiğinde, Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 25,66 ile İtalya, en az paya sahip ülke ise % 0,45 ile Mısır olmuştur.

İlk yirmi beş ülke, 2016 itibarıyla 94.03 Fasil Türkiye ithalatının % 96,72'sini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.03 Fasil Türkiye ithalatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Polonya, Bulgaristan, Romanya, Çek Cumhuriyeti, Malezya, Macaristan, Portekiz, İsveç, İspanya, Slovakya, Mısır olmuştur. Sürekli payı azalan ülkeler Fransa ve ABD olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Slovakya (% 27366,67), Çek Cumhuriyeti (% 15564,29) ve Polonya (% 11051,30) olmuş ve azalış yaşadığı ülke ABD (% -26,89) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Malezya (% 490,77), Portekiz (% 442,12) ve Macaristan (% 225,79) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Çin (% -63,28), Serbest Bölgeler (% -36,22), Fransa (% -66,68), Hindistan (% -19,59), Vietnam (% -44,80), Endonezya (% -73,30), Slovakya (% -6,92), ABD (% -51,26), Tayvan (% -65,35), Avusturya (% -72,05) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Çek Cumhuriyeti (% 41242,86), Portekiz (% 28400,00) ve Slovakya (% 25466,67) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Amerika (% -64,37) ve Fransa (% -66,25) olmuştur.

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

Tablo 29. GTİP 9404. Fasıl Türkiye İthalat Verileri ve En Fazla İthalat Yapan İlk Beş Yirmi Ülke (1000 \$)

ÜLKELER	2001	2010	2016	DEĞİŞİM 2001-2010	DEĞİŞİM 2010-2016	DEĞİŞİM 2001-2016	T. i. i. P. 2001	T. i. i. P. 2010	T. i. i. P. 2016
DÜNYA	3.434	63.825	59.222	1758,62%	-7,21%	1624,58%			
1. BULGARİSTAN		382	20.778		5339,27%			0,60%	35,08%
2. SERBEST BÖLGELER	16	11.507	9.660	71818,75%	-16,05%	60275,00%	0,47%	18,03%	16,31%
3. ÇİN	449	38.708	5.490	8520,94%	-85,82%	1122,72%	13,08%	60,65%	9,27%
4. POLONYA	6	3.030	4.656	50400,00%	53,66%	77500,00%	0,17%	4,75%	7,86%
5. DANI MARKA	59	2.291	3.971	3783,05%	73,33%	6630,51%	1,72%	3,59%	6,71%
6. ROMANYA		418	3.509		739,47%			0,65%	5,93%
7. HIRVATİSTAN			1.562						2,64%
8. İTALYA	333	1.155	1.445	246,85%	25,11%	333,93%	9,70%	1,81%	2,44%
9. İSPANYA	16	509	1.250	3081,25%	145,58%	7712,50%	0,47%	0,80%	2,11%
10. ALMANYA	470	474	887	0,85%	87,13%	88,72%	13,69%	0,74%	1,50%
11. BOSNA HERSEK		100	711		611,00%			0,16%	1,20%
12. LİTVANYA		179	638		256,42%			0,28%	1,08%
13. ABD	355	580	601	63,38%	3,62%	69,30%	10,34%	0,91%	1,01%
14. GÜNEY KORE	3	56	541	1766,67%	866,07%	17933,33%	0,09%	0,09%	0,91%
15. BANGLADEŞ			393						0,66%
16. HOLLANDA	10	79	280	690,00%	254,43%	2700,00%	0,29%	0,12%	0,47%
17. HİNDİSTAN	12	817	271	6708,33%	-66,83%	2158,33%	0,35%	1,28%	0,46%
18. UKRAYNA		2	252		12500,00%				0,43%
19. ESTONYA		533	226		-57,60%			0,84%	0,38%
20. FRANSA	221	213	215	-3,62%	0,94%	-2,71%	6,44%	0,33%	0,36%
21. ÇEK CUMHURİYETİ		70	208		197,14%			0,11%	0,35%
22. MAKEDONYA		1	208		20700,00%				0,35%
23. MACARİSTAN	8	490	201	6025,00%	-58,98%	2412,50%	0,23%	0,77%	0,34%
24. İNGİLTERE	390	338	176	-13,33%	-47,93%	-54,87%	11,36%	0,53%	0,30%
25. ENDONEZYA	4	131	149	3175,00%	13,74%	3625,00%	0,12%	0,21%	0,25%

Kaynak: ITC, Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Tablo 29'da yer alan ithalat verileri incelendiğinde Türkiye'nin 94.01 Fasılda 2001 yılında toplam 3,4 milyon \$ olan dış ticaret, 2010 yılında 63,8 milyon \$, 2016 yılında 59,2 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. 2001-2016 arasındaki 15 yıllık dönemde artış miktarı %1624,58 olmuştur. Türkiye bu fasılda dünyada 36. sırada yer almaktadır.

GTİP 94.04 Fasılda Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ilk beş ülke Bulgaristan, Serbest Bölgeler, Çin, Polonya ve Danimarka olmuştur.

2016 itibariyle, 94.04 Fasıl Türkiye ithalat verileri incelendiğinde, Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında en fazla paya sahip ülke % 35,08 ile Bulgaristan, en az paya sahip ülke ise % 0,25 ile Endonezya olmuştur ilk yirmi beş ülke, 2016 itibariyle 94.04 Fasıl Türkiye ithalatının % 98,41'ini oluşturmaktadır. 2001, 2010 ve 2016 yılları dikkate alındığında 94.04 Fasıl Türkiye ithalatı içindeki payını sürekli arttırmakta olan ülkeler Polonya, Danimarka, İspanya, Endonezya olmuştur. Sürekli payı azalan ülke İngiltere olmuştur.

2001 yılından 2010 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Serbest Bölgeler (% 71818,75), Çin (% 8520,94) ve Polonya (% 50400,00) olmuş ve azalış yaşadığı ülke Fransa (% -3,62), İngiltere (% -13,33) olmuştur.

2010 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Makedonya (% 20700,00), Ukrayna (% 12500,00) ve Bulgaristan (% 5339,27) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Çin (% -85,82), Serbest Bölgeler (% -16,05), Hindistan (% -66,83), Estonya (% -57,60), Macaristan (% -58,98), İngiltere (% -47,93) olmuştur.

2001 yılından 2016 yılına Türkiye'nin, ithalatını oransal bazda en fazla arttırdığı ilk üç ülke sırasıyla; Polonya (% 77500,00), Serbest Bölgeler (% 60275,00) ve Güney Kore (% 17933,33) olmuş ve azalış yaşadığı ülkeler Fransa (% -2,71), İngiltere (% -54,87) olmuştur.

4.3. Türkiye'nin Mobilya Sektörü Ticaret Dengesi

Tablo 30. Türkiye'nin Mobilya Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)

GTİP 94. FASIL (94.05-94.06) HARİÇ TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARET FAZLASI VERDİĞİ İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)					GTİP 94. FASIL (94.05-94.06) HARİÇ TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARET AÇIĞI VERDİĞİ İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)				
ÜLKELER		2001	2010	2016	ÜLKELER		2001	2010	2016
	DÜNYA	75.617	676.179	1.628.020		DÜNYA	75.617	676.179	1.628.020
1.	IRAK		209.049	420.058	1.	ÇİN	-2.615	-275.501	-68.406
2.	SUUDİ ARABİSTAN	5.718	29.889	156.317	2.	İTALYA	-34.914	-37.916	-45.649
3.	FRANSA	-4.231	37.831	99.521	3.	POLONYA	14	-33.020	-35.908
4.	ALMANYA	23.542	60.192	88.355	4.	GÜNEY KORE	-99	-8.934	-14.611
5.	ABD	-2.017	10.154	82.202	5.	MALEZYA	-143	-2.464	-13.324

6.	LİBYA	311	75.414	80.336	6.	ÇEK CUMHURİYETİ	464	680	-9.966
7.	İNGİLTERE	-1.904	34.963	62.606	7.	LİTVANYA	5	-5.737	-8.059
8.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	4.352	20.759	61.856	8.	VİETNAM	-899	-18.747	-7.480
9.	İSRAİL	15.534	18.729	53.253	9.	TAYLAND	-289	-3.508	-4.112
10.	AZERBAYCAN	2.779	82.951	51.363	10.	ENDONEZYA	-1.727	-18.567	-3.925
11.	TÜRKMENİSTAN	2.136	47.026	45.469	11.	JAPONYA	255	-13.754	-3.340
12.	CEZAYİR	1.116	11.403	45.189	12.	SLOVAKYA	-23	-5.978	-3.286
13.	HOLLANDA	14.202	42.714	43.844	13.	HİNDİSTAN	-57	-5.552	-2.914
14.	İRAN	903	91.255	40.685	14.	PORTEKİZ	199	974	-2.871
15.	ROMANYA	2.498	7.281	34.018	15.	MACARİSTAN	270	-1.612	-2.765
16.	GÜRCİSTAN	612	16.782	30.121	16.	BULGARİSTAN	1.496	7.383	-2.111
17.	BELÇİKA	4.381	19.000	27.417	17.	TAYVAN	-1.203	-5.993	-1.854
18.	KATAR	608	5.086	27.120	18.	İSVEÇ	1.463	-355	-353
19.	YUNANİSTAN	4.371	41.767	24.223	19.	FİLİPİNLER	-273	-972	-350
20.	FAS	933	6.182	23.219	20.	BANGLADEŞ		116	-39
21.	AVUSTURYA	8.468	12.220	20.747	21.	NEPAL			-3
22.	ÜRDÜN	933	5.739	19.054	22.	TURKS VE CAICOS ADALARI			
23.	İSPANYA	-1.899	-17.404	17.588	23.	ABD KÜÇÜK DIŞ ADALARI	-25		
24.	LÜBNAN	514	9.400	16.875	24.	DOĞU TİMOR			
25.	KUVEYT	729	3.424	16.334	25.	TURKS VE CAICOS ADALARI			

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 30'da yer alan veriler incelendiğinde mobilya sektöründe Türkiye, 2001 yılında 75.617.000 \$ dış ticaret fazlası verirken 2010 yılında 676.179.000 \$ dış ticaret fazlası ve 2016 yılında 1.628.020.000 \$ dış ticaret fazlası vermiştir. 2016 itibarıyla mobilya sektöründe Türkiye'nin en çok dış ticaret fazlası verdiği ilk beş ülke Irak, Suudi Arabistan, Fransa, Almanya, ABD olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı verdiği ilk beş ülke ise Çin, İtalya, Polonya, Güney Kore ve Malezya olmuştur. Türkiye mobilya sektöründe dünyada en çok dış ticaret fazlası veren 8. ülke konumundadır.

4.3.1. GTİP No. 9401" Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları "

Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi

Tablo 31. GTİP 9401. Fasıl Türkiye Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)

2016 İTİBARIYLA GTİP 9401. FASIL TÜRKİYE'NİN DİŞ TİCARET FAZLASI VERDİĞİ İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)				2016 İTİBARIYLA GTİP 9401. FASIL TÜRKİYE'NİN DİŞ TİCARET AÇIĞI VERDİĞİ İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)			
ÜLKELER	2001	2010	2016	ÜLKELER	2001	2010	2016
DÜNYA	64.555	136.394	485.706	DÜNYA	64.555	136.394	485.706

1.	IRAK		75.716	107.221	1.	ÇİN	-899	-159.900	-34.188
2.	ABD	1.642	10.551	64.697	2.	GÜNEY KORE	-34	-8.750	-14.023
3.	FRANSA	-1.502	5.883	52.364	3.	POLONYA	116	-15.291	-12.113
4.	SUUDİ ARABİSTAN	2.383	5.741	33.801	4.	İTALYA	-9.280	-12.214	-10.906
5.	ALMANYA	24.505	44.260	33.205	5.	JAPONYA	-68	-16.939	-10.004
6.	İSRAİL	9.187	12.424	26.464	6.	MALEZYA	-102	-1.599	-7.952
7.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	2.814	5.219	18.086	7.	VİETNAM	-609	-12.821	-5.089
8.	İSPANYA	-1.154	-14.914	16.077	8.	MACARİSTAN	85	-3.664	-4.989
9.	HOLLANDA	4.927	19.889	14.135	9.	ÇEK CUMHURİYETİ	427	3.606	-4.624
10.	İRAN	791	46.817	14.098	10.	TAYLAND	-135	-1.787	-4.104
11.	TÜRKMENİSTAN	486	13.407	13.242	11.	HİNDİSTAN	5	-5.264	-3.361
12.	RUSYA	1.149	15.503	12.873	12.	ENDONEZYA	-838	-11.258	-2.826
13.	AVUSTURYA	9.818	13.320	12.415	13.	PORTEKİZ	17	458	-1.592
14.	LİBYA	80	18.144	10.673	14.	LİTVANYA	1	-67	-987
15.	ROMANYA	612	-3.682	10.451	15.	TAYVAN	-607	-2.218	-547
16.	BELÇİKA	2.645	4.537	10.372	16.	FİLİPİNLER	-104	-676	-399
17.	AZERBAYCAN	935	16.696	9.823	17.	SİRBİSTAN		2.003	-368
18.	İNGİLTERE	-1.325	1.540	9.274	18.	BULGARİSTAN	222	409	-302
19.	GÜRCİSTAN	324	5.400	9.220	19.	MALAWİ	1		-5
20.	SERBEST BÖLGELER	1.967	1.461	8.565	20.	BANGLADEŞ		8	-3
21.	YUNANİSTAN	3.218	18.962	8.470	21.	EL SALVADOR			-1
22.	FAS	731	2.205	8.083	22.	NEPAL			-1
23.	KATAR	356	798	7.954	23.	BRİTANYA HİNT OKYANUSU BÖLGESİ	-3		
24.	CEZAYİR	599	2.312	5.783	24.	İNGİLİZ VİRGİN ADALARI			
25.	LÜBNAN	83	3.728	5.712	25.	DEMOKRATİK KORE HALK CUMHURİYETİ			

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 31’de yer alan veriler incelendiğinde mobilya sektöründe Türkiye, 2001 yılında 64.555.000 \$ dış ticaret fazlası verirken 2010 yılında 136.394.000 \$ dış ticaret fazlası ve 2016 yılında 485.706.000 \$ dış ticaret fazlası vermiştir. 2016 itibariyle mobilya sektöründe Türkiye'nin en çok dış ticaret fazlası verdiği ilk beş ülke Irak, ABD, Fransa, Suudi Arabistan, Almanya olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı verdiği ilk beş ülke ise Çin, İtalya, Güney Kore, Polonya, İtalya ve Japonya olmuştur. Türkiye mobilya sektöründe dünyada en çok dış ticaret fazlası veren 8. ülke konumundadır.

4.3.2. GTİP No. 9402" Tıp, Cerrahi, Diş Hekimliği Ve Veterinerlikte Kullanılan Mobilyalar, Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi

Tablo 32. GTİP 9402. Fasil Türkiye Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)

2016 İTİBARIYLA GTİP 9402. FASIL TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARET FAZLASI VERDİĞİ İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)					2016 İTİBARIYLA GTİP 9402. FASIL TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARET AÇIĞI VERDİĞİ İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)				
ÜLKELER		2001	2010	2016	ÜLKELER		2001	2010	2016
	DÜNYA	-5.824	-5.748	-505		DÜNYA	-5.824	-5.748	-505
1.	KONGO			1.908	1.	ALMANYA	-1.772	-9.701	-7.689
2.	IRAK		2.399	1.600	2.	SERBEST BÖLGELER	15	66	-5.379
3.	ROMANYA	69	715	1.479	3.	ÇİN	-27	-2.386	-2.756
4.	GÜRCİSTAN	1	449	1.399	4.	ABD	-1.393	-2.925	-2.662
5.	SUUDİ ARABİSTAN	35	1.263	903	5.	İTALYA	-746	-2.159	-2.391
6.	MISIR	36	705	834	6.	ÇEK CUMHURİYETİ	-8	-2.578	-2.093
7.	LİBYA	1	578	751	7.	FRANSA	-242	-1.551	-1.588
8.	SUDAN			734	8.	FİNLANDİYA	-892	-455	-1.195
9.	ARJANTİN			675	9.	TAYVAN	-355	-826	-337
10.	ENDONEZYA		133	674	10.	İSVEÇ	-63	-114	-164
11.	LÜBNAN	13	435	611	11.	JAPONYA	-143	-49	-113
12.	AZERBAYCAN	11	1.404	576	12.	GÜNEY KORE	-58	-97	-76
13.	İNGİLTERE	61	346	546	13.	POLONYA	-16	35	-55
14.	FAS	4	176	538	14.	PORTEKİZ	79	16	-45
15.	SURİYE	3	683	507	15.	LETONYA		11	-25
16.	HİNDİSTAN		116	498	16.	SLOVAKYA		55	-24
17.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	7	134	489	17.	HONG KONG			-15
18.	PAKİSTAN	4	75	418	18.	SLOVENYA	-25	4	-9
19.	KOLOMBİYA		44	416	19.	DOMİNİK CUMHURİYETİ			-3
20.	MALDİVLER			415	20.	DANİMARKA	-4	-38	-2
21.	NİJERYA		307	413	21.	İNGİLİZ VİRGİN ADALARI			
22.	TÜRKMENİSTAN	1	268	381	22.	EKVATOR GİNESİ			
23.	CEZAYİR		932	377	23.	LİBERYA			
24.	VIETNAM			376	24.	CURACAO			
25.	ARNAVUTLUK	9	425	358	25.	MARŞAL ADALARI			

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 32’de yer alan veriler incelendiğinde mobilya sektöründe Türkiye, 2001 yılında -5.824.000 \$ dış ticaret açığı verirken 2010 yılında -5.748.000 \$ dış ticaret açığı ve 2016 yılında -505.000 \$ dış ticaret açığı vermiştir. 2016 itibariyle mobilya sektöründe Türkiye'nin en çok dış ticaret fazlası verdiği ilk beş ülke Kongo, Irak, Romanya, Gürcistan Suudi Arabistan olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı verdiği ilk beş ülke ise Almanya, Serbest Bölgeler, Çin, ABD ve İtalya olmuştur.

4.3.3. GTİP No. 9403" Diğer Mobilyalar, Bunların Aksam Ve Parçaları " Ürün Grubu Türkiye Ticaret Dengesi

Tablo 33. GTİP 9403. Fasıl Türkiye Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)

2016 İTİBARIYLA GTİP 9403. FASIL TÜRKİYE'NİN DİŞ TİCARET FAZLASI VERDİĞİ İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)					2016 İTİBARIYLA GTİP 9403. FASIL TÜRKİYE'NİN DİŞ TİCARET AÇIĞI VERDİĞİ İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)				
ÜLKELER		2001	2010	2016	ÜLKELER		2001	2010	2016
	DÜNYA	4.180	508.208	1.069.237		DÜNYA	4.180	508.208	1.069.237
1.	IRAK		124.310	301.544	1.	İTALYA	-24.689	-30.770	-37.264
2.	SUUDİ ARABİSTAN	2.689	21.627	113.493	2.	ÇİN	-1.240	-74.763	-26.232
3.	LİBYA	226	54.036	65.264	3.	POLONYA	-83	-15.097	-20.287
4.	ALMANYA	-941	16.894	49.754	4.	LİTVANYA	4	-5.605	-6.569
5.	İNGİLTERE	-378	29.847	47.888	5.	MALEZYA	-70	-865	-5.312
6.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1.517	10.545	42.250	6.	SLOVAKYA	-18	-3.412	-4.048
7.	FRANSA	-2.738	26.969	41.877	7.	ÇEK CUMHURİYETİ	12	-489	-3.830
8.	AZERBAYCAN	1.734	61.335	39.098	8.	VİETNAM	-286	-5.320	-2.719
9.	CEZAYİR	512	6.928	35.770	9.	İSVEÇ	-45	-4.018	-2.362
10.	TÜRKMENİSTAN	1.581	31.111	30.476	10.	ENDONEZYA	-885	-7.324	-1.624
11.	İSRAİL	4.555	5.563	25.072	11.	PORTEKİZ	104	590	-1.199
12.	HOLLANDA	4.538	19.294	23.441	12.	TAYVAN	-221	-2.944	-943
13.	İRAN	103	34.558	22.327	13.	FİLİPİNLER	-195	-299	-55
14.	SERBEST BÖLGELER	3.957	22.690	18.486	14.	GÜNEY KORE	-4	-52	-40
15.	KATAR	252	4.060	18.065	15.	TAYLAND	-152	-1.682	-39
16.	ABD	-2.294	1.978	17.293	16.	LETONYA		-233	-18
17.	GÜRCİSTAN	247	9.131	17.244	17.	İNGİLİZ VİRGİN ADALARI		29	
18.	BULGARİSTAN	857	6.230	17.241	18.	CAYMAN ADALARI			
19.	ROMANYA	1.530	9.468	15.276	19.	FRANSIZ GÜNEY VE ANTARKTİKA BÖLGELERİ			
20.	ÜRDÜN	438	4.024	13.976	20.	CEBELİTARİK			
21.	FAS	186	3.349	13.592	21.	DEMOKRATİK KORE HALK CUMHURİYETİ			
22.	BELÇİKA	1.284	9.700	13.213	22.	KUZİY MARIANA ADALARI			
23.	KUVEYT	350	2.234	12.552	23.	MARŞAL ADALARI			
24.	UMMAN	131	938	11.713	24.	ABD KÜÇÜK DİŞ ADALARI	-25		
25.	YUNANİSTAN	1.006	19.438	10.134	25.	ANDORRA	-23		

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 33'de yer alan veriler incelendiğinde mobilya sektöründe Türkiye, 2001 yılında 4.180.000 \$ dış ticaret fazlası verirken 2010 yılında 508.208.000 \$ dış ticaret fazlası ve 2016 yılında 1.069.237.000 \$ dış ticaret fazlası vermiştir. 2016 itibariyle mobilya

sektöründe Türkiye'nin en çok dış ticaret fazlası verdiği ilk beş ülke Irak, Suudi Arabistan, Libya, Almanya, İngiltere olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı verdiği ilk beş ülke ise İtalya, Çin, Polonya, Litvanya ve Malezya olmuştur. Türkiye mobilya sektöründe dünyada en çok dış ticaret fazlası veren 12. ülke konumundadır.

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

Tablo 34. GTİP 9404. Fasıl Türkiye Ticaret Dengesi Verileri (1000 \$)

2016 İTİBARIYLA GTİP 9404. FASIL TÜRKİYE'NİN DİŞ TİCARET FAZLASI VERDİĞİ İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)					2016 İTİBARIYLA GTİP 9404. FASIL TÜRKİYE'NİN DİŞ TİCARET AÇIĞI VERDİĞİ İLK YİRMİ BEŞ ÜLKE (1000 USD)				
ÜLKELER		2001	2010	2016	ÜLKELER		2001	2010	2016
	DÜNYA	12.706	37.325	73.582		DÜNYA	12.706	37.325	73.582
1.	ALMANYA	1.750	8.739	13.085	1.	BULGARİSTAN	417	647	-19.270
2.	IRAK		6.624	9.693	2.	SERBEST BÖLGELER	873	-9.538	-6.457
3.	SUUDİ ARABİSTAN	611	1.258	8.120	3.	ÇİN	-449	-38.452	-5.230
4.	FRANSA	251	6.530	6.868	4.	POLONYA	-3	-2.667	-3.453
5.	ROMANYA	287	780	6.812	5.	DANİMARKA	229	-1.898	-2.021
6.	HOLLANDA	5.135	3.358	6.043	6.	HIRVATİSTAN	3	216	-1.224
7.	YUNANİSTAN	145	3.203	5.544	7.	İSPANYA	57	-86	-615
8.	İTALYA	-199	7.227	4.912	8.	LİTVANYA		-144	-570
9.	İNGİLTERE	-262	3.230	4.898	9.	GÜNEY KORE	-3	-35	-472
10.	İRAN	8	9.610	4.073	10.	BANGLADEŞ		4	-392
11.	BELÇİKA	452	4.770	3.756	11.	HİNDİSTAN	-10	-807	-236
12.	LİBYA	4	2.656	3.648	12.	ENDONEZYA	-4	-118	-149
13.	CEZAYİR	5	1.231	3.259	13.	ESTONYA	3	-226	-93
14.	ABD	28	550	2.874	14.	MALEZYA	29		-75
15.	GÜRCİSTAN	40	1.802	2.258	15.	VİETNAM	-4	-606	-48
16.	AVUSTURYA	-482	799	1.967	16.	PORTEKİZ	-1	-90	-35
17.	AZERBAYCAN	99	3.516	1.866	17.	TAYVAN	-20	-5	-27
18.	SURİYE		174	1.739	18.	BOSNA HERSEK	57	179	-20
19.	İSRAİL	1.692	734	1.531	19.	PAKİSTAN		98	-14
20.	TÜRKMENİSTAN	68	2.240	1.370	20.	TAYLAND	-2	-61	-11
21.	KUVEYT	44	467	1.360	21.	SRİ LANKA		-15	-7
22.	SLOVENYA		352	1.053	22.	SİNGAPUR		9	-3
23.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	14	4.861	1.031	23.	NEPAL			-2
24.	İSVİÇRE	299	1.432	1.008	24.	İNGİLİZ VİRGİN ADALARI		6	
25.	FAS	12	452	1.006	25.	NOEL ADASI			

Kaynak: ITC, Trademap

Tablo 34’de yer alan veriler incelendiğinde mobilya sektöründe Türkiye, 2001 yılında 12.706.000 \$ dış ticaret fazlası verirken 2010 yılında 37.325.000 \$ dış ticaret fazlası ve 2016 yılında 73.582.000 \$ dış ticaret fazlası vermiştir. 2016 itibariyle mobilya sektöründe Türkiye'nin en çok dış ticaret fazlası verdiği ilk beş ülke Almanya, Irak, Suudi Arabistan, Fransa, Romanya olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı verdiği ilk beş ülke ise Bulgaristan, Serbest Bölgeler, Çin, Polonya ve Danimarka olmuştur. Türkiye mobilya sektöründe dünyada en çok dış ticaret fazlası veren 12. ülke konumundadır.



SONUÇ

Mobilya sektörü dünyada rekabetin yoğun yaşandığı, bu rekabetin Türkiye ekonomisine de istihdam ve ticaret hacmi yönünden önemli katkılar veren bir sektör olduğu işlenen verilerle birlikte kesin bir şekilde görülmektedir. Dünya mobilya sektörü 2016 yılında ihracat rakamı 171,2 milyar \$, ithalat rakamı 167,2 milyar \$'a ulaşmıştır. Türkiye mobilya sektörü 2016 yılında ihracat rakamı 2,2 milyar \$, ithalat rakamı 605,7 milyon \$'a varmıştır. Dünya mobilya ihracatı içinde Türkiye'nin 2016 yılındaki payı % 1,30'dur.

2016 yılı itibariyle Çin, dünya mobilya ihracatında liderliğini sürdürmekte ve dünya mobilya ihracatında %32,77'lik paya sahip olduğu görülmektedir. 2001-2010-2016 yılları arasındaki dönemlere bakıldığında dünya mobilya sektöründe en çok ihracat yapan ilk yirmi beş ülke arasında Çin, Almanya, Polonya, Vietnam, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Romanya, Türkiye, Portekiz ve Litvanya'nın ihracatında artışlar gözlenmiş ayrıca Kanada, Fransa, İtalya, Malezya, Danimarka, İsveç, Belçika, Endonezya, Tayvan ve Avusturya'nın ihracatında ise azalışlar görülmüştür.

2016 itibariyle ABD, dünya mobilya ithalatında liderliğini sürdürmekte ve dünya mobilya ithalatında % 30,82'lik paya sahip olduğu görülmektedir. 2001-2010-2016 yılları arasındaki dönemlere bakıldığında dünya mobilya sektöründe en çok ithalat yapan ilk yirmi beş ülke arasında Çin, Çek Cumhuriyeti, Güney Kore, Polonya, Suudi Arabistan ve Slovakya'nın ithalatında artışlar gözlenmiş ayrıca Almanya, İngiltere, Kanada, Japonya, İsviçre, Belçika ve Avusturya'nın ithalatında ise azalışlar görülmüştür.

Türkiye, 2016 yılında dünyada en çok mobilya ihracatı yapan 17. ülke konumunda yer almaktadır. 2016 itibariyle sektörün toplam Türkiye ihracatı içindeki payı % 1,55 olmuştur. Türkiye, 417.060.000 \$ ihracatı ile en çok ihracatını Irak'a yapmaktadır. 2001-2010-2016 yılları arasındaki dönemlere bakıldığında Türkiye'nin mobilya sektöründe en çok ihracat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında İngiltere, Romanya, Cezayir, Gürcistan, Katar ve Bulgaristan'ın ihracatında artışlar yaşadığı ayrıca Almanya, Hollanda, Avusturya, Serbest Bölgeler ve Belçika'nın ihracatında azalış yaşadığı görülmektedir.

Türkiye, 2016 yılında dünyada en çok mobilya ithalatı yapan 39. ülke konumunda yer almaktadır. Sektörün toplam Türkiye ithalatı içindeki payının % 0,30 olduğu görülmektedir. Türkiye, 88.179.000 \$'la en çok ithalatını İtalya'dan yapmaktadır. 2001-2010-2016 yılları arasındaki döneme bakıldığında Türkiye'nin mobilya sektöründe en çok ithalat yaptığı ilk yirmi beş ülke arasında Polonya, Güney Kore, Bulgaristan, Romanya, Çek Cumhuriyeti, Malezya, Portekiz, Danimarka, Slovakya, İsveç, Macaristan, Serbest Bölgeler ile ithalatında artış yaşadığı ülkeler olmuştur.

GTİP 9401. fasıl Dünya ihracatı 2016 yılında olarak 71.891.333.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9401. fasılda en çok ihracat yapan ilk beş ülke Çin, Meksika, Polonya, ABD ve Almanya olmuştur. Çin % 30,42 ile GTİP 9401. fasıl Dünya ihracatında en fazla paya sahip ülke konumundadır.

GTİP 9402. fasıl Dünya ihracatı 2016 yılında olarak 3.410.235.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9402. fasılda en çok ihracat yapan ilk beş ülke ABD, Çin, Almanya, Meksika ve Polonya olmuştur. ABD % 18,02 ile GTİP 9402. fasıl Dünya ihracatında en fazla paya sahip ülke konumundadır.

GTİP 9403. fasıl Dünya ihracatı 2016 yılında olarak 80.791.920.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9403. fasılda en çok ihracat yapan ilk beş ülke Çin, Almanya, İtalya, Vietnam ve Polonya olmuştur. Çin % 32,07 ile GTİP 9403. fasıl Dünya ihracatında en fazla paya sahip ülke konumundadır.

GTİP 9404. fasıl Dünya ihracatı 2016 yılında olarak 15.145.923.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9404. fasılda en çok ihracat yapan ilk beş ülke Çin, Polonya, Almanya, ABD ve Hindistan olmuştur. Çin % 51,08 ile GTİP 9404. fasıl Dünya ihracatında en fazla paya sahip ülke konumundadır.

GTİP 9401. fasıl Dünya ithalatı 2016 yılında olarak 74.676.661.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9401. fasılda en çok ithalat yapan ilk beş ülke ABD, Almanya, Kanada, İngiltere ve Fransa olmuştur. ABD % 32,16 ile GTİP 9401. fasıl Dünya ithalatında en fazla paya sahip ülke konumundadır.

GTİP 9402. fasıl Dünya ithalatı 2016 yılında olarak 3.552.206.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9402. fasılda en çok ithalat yapan ilk beş ülke ABD, Almanya, Kanada, İngiltere

ve Fransa olmuştur. ABD % 24,75 ile GTİP 9402. fasıl Dünya ithalatında en fazla paya sahip ülke konumundadır.

GTİP 9403. fasıl Dünya ithalatı 2016 yılında olarak 75.039.780.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9403. fasılda en çok ithalat yapan ilk beş ülke ABD, Almanya, İngiltere, Fransa ve Kanada olmuştur. ABD % 30,95 ile GTİP 9403. fasıl Dünya ithalatında en fazla paya sahip ülke konumundadır.

GTİP 9404. fasıl Dünya ithalatı 2016 yılında olarak 15.145.923.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9404. fasılda en çok ithalat yapan ilk beş ülke ABD, Japonya, Almanya, Fransa ve İngiltere olmuştur. ABD % 24,48 ile GTİP 9404. fasıl Dünya ithalatında en fazla paya sahip ülke konumundadır.

GTİP 9401. fasılda 2016 itibariyle en çok dış ticaret fazlası veren ilk beş ülke Çin, Meksika, Polonya, İtalya, Vietnam olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı veren ilk beş ülke ise ABD, Almanya, Fransa, İngiltere ve Japonya olmuştur.

GTİP 9402. fasılda 2016 itibariyle en çok dış ticaret fazlası veren ilk beş ülke Çin, Almanya, Meksika, Çek Cumhuriyeti, Polonya olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı veren ilk beş ülke ise ABD, Kanada, Avusturalya, Fransa ve Suudi Arabistan olmuştur.

GTİP 9403. fasılda 2016 itibariyle en çok dış ticaret fazlası veren ilk beş ülke Çin, İtalya, Vietnam, Polonya, Almanya olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı veren ilk beş ülke ise ABD, İngiltere, Fransa, Japonya ve İsviçre olmuştur.

GTİP 9404. fasılda 2016 itibariyle en çok dış ticaret fazlası veren ilk beş ülke Çin, Polonya, Hindistan, Estonya, Danimarka olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı veren ilk beş ülke ise ABD, Japonya, Fransa, Almanya ve İngiltere olmuştur.

GTİP 9401. fasıl Türkiye ihracatı 2016 yılında olarak 787.598.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9401. fasılda Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk beş ülke Irak, Fransa, ABD Almanya ve Suudi Arabistan olmuştur. Irak % 13,61 ile GTİP 9401. fasıl Türkiye ihracatında en fazla paya sahip ülke konumundadır. Türkiye'nin GTİP 9401. fasılda dünyada en çok ihracat yapan 17. ülke konumunda olduğu görülmüştür.

GTİP 9402. fasıl Türkiye ihracatı 2016 yılında olarak 32.151.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9402. fasılda Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk beş ülke Kongo, Almanya, Irak, Romanya ve Gürcistan olmuştur. Kongo % 5,93 ile GTİP 9402. fasıl Türkiye ihracatında en fazla paya sahip ülke konumundadır. Türkiye'nin GTİP 9402. fasılda dünyada en çok ihracat yapan 17. ülke konumunda olduğu görülmüştür.

GTİP 9403. fasıl Türkiye ihracatı 2016 yılında olarak 1.281.241.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9403. fasılda Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk beş ülke Irak, Suudi Arabistan, Almanya, Libya ve İngiltere olmuştur. Irak % 23,54 ile GTİP 9403. fasıl Türkiye ihracatında en fazla paya sahip ülke konumundadır. Türkiye'nin GTİP 9403. fasılda dünyada en çok ihracat yapan 12. ülke konumunda olduğu görülmüştür.

GTİP 9404. fasıl Türkiye ihracatı 2016 yılında olarak 132.804.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9404. fasılda Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk beş ülke Almanya, Romanya, Irak, Suudi Arabistan ve Fransa olmuştur. Almanya % 10,52 ile GTİP 9404. fasıl Türkiye ihracatında en fazla paya sahip ülke konumundadır. Türkiye'nin GTİP 9404. fasılda dünyada en çok ihracat yapan 19. ülke konumunda olduğu görülmüştür.

GTİP 9401. fasıl Türkiye ithalatı 2016 yılında olarak 301.892.000 \$ \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9401. fasılda Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ilk beş ülke Çin, Almanya, Fransa, İtalya ve Polonya olmuştur. Çin % 13,66 ile GTİP 9401. fasıl Türkiye ithalatında en fazla paya sahip ülke konumundadır. Türkiye'nin GTİP 9401. fasılda dünyada en çok ithalat yapan 31. ülke konumunda olduğu görülmüştür.

GTİP 9402. fasıl Türkiye ithalatı 2016 yılında olarak 32.656.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9402. fasılda Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ilk beş ülke Almanya, Serbest Bölgeler, ABD, Çin ve İtalya olmuştur. Almanya % 28,94 ile GTİP 9402. fasıl Türkiye ithalatında en fazla paya sahip ülke konumundadır. Türkiye'nin GTİP 9402. fasılda dünyada en çok ithalat yapan 24. ülke konumunda olduğu görülmüştür.

GTİP 9403. fasıl Türkiye ithalatı 2016 yılında olarak 212.004.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9403. fasılda Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ilk beş ülke İtalya, Almanya, Çin, Polonya ve Litvanya olmuştur. İtalya % 25,66 ile GTİP 9403. fasıl Türkiye ithalatında en fazla paya sahip ülke konumundadır. Türkiye'nin GTİP 9403. fasılda dünyada en çok ithalat yapan 45. ülke konumunda olduğu görülmüştür.

GTİP 9404. fasıl Türkiye ithalatı 2016 yılında olarak 59.222.000 \$ gerçekleşmiştir. GTİP 9404. fasılda Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ilk beş ülke Bulgaristan, Serbest Bölgeler, Çin, Polonya ve Danimarka olmuştur. Bulgaristan % 35,08 ile GTİP 9404. fasıl Türkiye ithalatında en fazla paya sahip ülke konumundadır. Türkiye'nin GTİP 9404. fasılda dünyada en çok ithalat yapan 36. ülke konumunda olduğu görülmüştür.

GTİP 9401. fasılda Türkiye 2001 yılında 64.555.000 \$ dış ticaret fazlası verirken 2010 yılında 136.394.000 \$ dış ticaret fazlası ve 2016 yılında 485.706.000 \$ dış ticaret fazlası verdiği görülmüştür. 2016 itibariyle bu fasılda Türkiye'nin en çok dış ticaret fazlası verdiği ilk beş ülke Irak, ABD, Fransa, Suudi Arabistan, Almanya olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı verdiği ilk beş ülke ise Çin, İtalya, Güney Kore, Polonya, İtalya ve Japonya olmuştur. Türkiye bu fasılda Dünyada en çok dış ticaret fazlası veren 8. ülke konumundadır.

GTİP 9402. fasılda Türkiye 2001 yılında -5.824.000 \$ dış ticaret açığı verirken 2010 yılında -5.748.000 \$ dış ticaret açığı ve 2016 yılında -505.000 \$ dış ticaret açığı verdiği görülmüştür. 2016 itibariyle bu fasılda Türkiye'nin en çok dış ticaret fazlası verdiği ilk beş ülke Kongo, Irak, Romanya, Gürcistan Suudi Arabistan olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı verdiği ilk beş ülke ise Almanya, Serbest Bölgeler, Çin, ABD ve İtalya olmuştur.

GTİP 9403. fasılda Türkiye 2001 yılında 4.180.000 \$ dış ticaret fazlası verirken 2010 yılında 508.208.000 \$ dış ticaret fazlası ve 2016 yılında 1.069.237.000 \$ dış ticaret fazlası verdiği görülmüştür. 2016 itibariyle bu fasılda Türkiye'nin en çok dış ticaret fazlası verdiği ilk beş ülke Irak, Suudi Arabistan, Libya, Almanya, İngiltere olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı verdiği ilk beş ülke ise İtalya, Çin, Polonya, Litvanya ve Malezya olmuştur. Türkiye bu fasılda Dünyada en çok dış ticaret fazlası veren 12. ülke konumundadır.

GTİP 9404. fasılda Türkiye 2001 yılında 12.706.000 \$ dış ticaret fazlası verirken 2010 yılında 37.325.000 \$ dış ticaret fazlası ve 2016 yılında 73.582.000 \$ dış ticaret fazlası verdiği görülmüştür. 2016 itibariyle bu fasılda Türkiye'nin en çok dış ticaret fazlası verdiği ilk beş ülke Almanya, Irak, Suudi Arabistan, Fransa, Romanya olmakla birlikte en çok dış ticaret açığı verdiği ilk beş ülke ise Bulgaristan, Serbest Bölgeler, Çin,

Polonya ve Danimarka olmuştur. Türkiye bu fasılda Dünyada en çok dış ticaret fazlası veren 12. ülke konumundadır.

Öneriler

Türkiye'nin dünya mobilya ticaretinde payının ve rekabet gücünün artması için aşağıdaki önerilerin sağlanması faydalı olacaktır (İstanbul Ticaret Odası, 2016);

Dünya mobilya sektörü son 15-20 yılda gelişmekte olan ülkelerin de yaygın girişiyle yoğun rekabetin yaşandığı bir sektör olup bu dönemde Çin, Polonya, Vietnam, Meksika gibi bazı ülkelerin dünya üretim ve ticaretinde paylarını önemli ölçüde arttırdığı görülmektedir. Sektörde son 12 yılda gelişmiş ülkelerin büyüme oranı %1 olarak gerçekleşirken gelişmekte olan ülkeler %18 oranında yıllık büyüme gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin de sektördeki payı ve dış ticaret payı artmaktadır. Türkiye için bu sektörde bir fırsat penceresi vardır. Dünya mobilya sektörünün çok farklı ürün gruplarını içermesi nedeniyle heterojen bir yapısı vardır. Ürün gruplarına ve ülkelerin gelişmişlik durumuna göre ülkelerin mobilya üretiminin ve pazarlarının yapısı farklı özellikler taşımaktadır. Bu nedenle sektörün dünyadaki durumunun üretim, teknoloji, pazarlama gibi yönlerden incelenmesi ve irdelenmesi, bunun statik olarak değil dinamik şekilde değişimlerin takip edilmesi, Türkiye'nin bu bağlamda Mobilya Sektör politikasının oluşturularak süreklilik içinde sektörün gelişimine katkıda bulunulması önem arz etmektedir.

Türkiye Mobilya Sektörünün maliyet, teknoloji, kalite, pazarlama, girdiler, finansman gibi temel parametrelerinin rakip ülkelerle mukayeseli olarak incelenmesi ve sektörün bir nevi röntgeninin alınması için niceliksel ve niteliksel “Değer Zinciri Analizi”nin yapılması önerilmektedir.

Türkiye Mobilya Sektörü için yapılan rekabet gücü hesaplamalarında bazı sektörlerin rekabet gücü olmadığı bazılarının da rekabet gücünün gerilemekte olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öncelikle bu alt sektörlerin incelenmesi ve irdelenmesi, rekabet gücünü olumsuz etkileyen faktörlerin belirlenerek çözümlerin geliştirilmesi bununla birlikte rekabet gücü olan alt sektörlerin rekabet gücünün artırılması için gerekli inceleme ve çalışmaların gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

Türkiye Mobilya Sektörü ile ilgili eğitimin teknolojik içeriğinin, sektör ihtiyaçlarına uyumunun ve uygulamalı eğitiminin yetersizliği, sektörle ilgili eğitimde ders müfredatlarının eski olması, Endüstri Meslek Liselerindeki atölyelerin teknolojik olarak çok geri ve yetersiz olması, yeni mezunlarının teknolojik yetkinliklerinin yetersizliği tespitleri çerçevesinde eğitim konusunun sektörün en başta gelen sorunlarından olduğu ve sektörün geleceğini ve gelişmesini etkileyeceği bu nedenle bu konuda gerekli çalışmaların ivedilikle gerçekleştirilmesi gerekli görülmektedir.

Firmaların uluslararası piyasalarda rekabet gücü başarısını etkileyen faktörlerin başında kalite, girdi ve hammadde maliyetleri ve ihracat ve dış pazar deneyimi gelmektedir.

2016'da dünya e-ticaret hacminin 2 trilyon dolara, 2018'de ise söz konusu rakamın 2 trilyon 500 milyar dolara yükselmesi beklenmektedir. 2013 yılında, küresel mobilya satışlarının %2,6'sı e-ticaret yoluyla gerçekleşmiştir. Bu oran her geçen yıl hızla artmaktadır. E-ticaretin geliştirilmesi konusunun gündeme alınması önerilmektedir.

Mobilya firmalarının teknoloji edinmeyi büyük oranda fuarlar, internet, dergi ve katalog yoluyla gerçekleştirdiği, ancak %7'sinin araştırma geliştirme yaparak, %2'sinin lisans, patent, know-how alarak, %2'sinin üniversite ve araştırma kurumlarından teknoloji edindiği tespiti sektörün teknolojik düzeyinin geliştirilmesi ihtiyacını ortaya koymaktadır.

Sektörün sorunları olarak belirlenen ve sektörün gelişmesinde önem arz eden konuların bazıları aşağıda verilmiştir;

- Lojistikle ilgili destek yetersizdir.
- Türkiye Mobilya Sektörü değer zincirinde tasarım sürecinin zayıf olduğu değerlendirilmiştir.
- Sektörün uluslararası pazarlama konularında yetersizlikleri mevcuttur.
- Sektörde üniversiteler ve/veya araştırma kurumları/merkezleri ile işbirliği yetersizdir.
- Sektörde Patent, Endüstriyel Tasarım, Faydalı Model üretimi dolayısıyla “yenilikçilik” yetersizdir. Bu konuda çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

- Girdilerin kalite ve maliyetlerindeki sorunlar incelenmeli ve çözüm üretilmelidir.
- Sektörde KDV oranının yarattığı sorunların çözülmesi sektöre büyük katkıda bulunacaktır.
- Mobilya ürünlerinin hacimlerinin yüksek olması nedeniyle yurtdışı fuarlara ürün gönderilmesi ve bu fuarlarda stand kiralari konusunda sektöre ilave destekler verilmesi önem arz etmektedir.
- Sektörel finansman konusunda çalışmanın yapılması ve sektörde önemli bir sorun olan finansman sorununa çözüm üretilmesi gerekmektedir.
- Emek yoğun bir sektör olması nedeniyle sektördeki SGK ve diğer yüklerin hafifletilmesi sektöre rekabet gücü kazandıracaktır.

Bu yetersizliklerin giderilmesi için gerekli faaliyetlere başlanması ve çözüm önerilerinin oluşturularak çözüm üretilmesi sektör açısından önem arz etmektedir.

Türkiye Mobilya Sektörünün masaya yatırılarak incelendiği ve irdelendiği bu çalışmamız çerçevesinde yukarda tespiti yapılan hususların değerlendirilerek sektörün gelişimi için araştırma, proje, çözüm önerileri üretilip bunların realize edilmesinde öncülük edecek, sektörel bir think-tank/düşünce kuruluşu olarak işlev görececek bir Türkiye Mobilya Sektörü Araştırma Merkezi'nin kamu, sektör ve işdünyasının kurum ve kuruluşları ve akademik kuruluşların katılımı ile oluşturulması çalışmamız ile ulaşılan en önemli sonuç olarak teklif edilmektedir.

KAYNAKÇA

Adıgüzel, M. (2016). Dünyada ve Türkiye’de Mobilya Sektörü: Mevcut Durum, Sorunlar, Öneriler ve Rekabet Gücü. (ISBN 978-605-137-612-7). İstanbul: İTO Yayın.

Çukurova Kalkınma Ajansı, (2014). Mobilya Sektörü Araştırma Raporu. Adana

Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, (2014). Mobilyacılık Sektör Raporu. Hatay.

Ekin, M., Yeniocak, M., Çolak, M. ve Güngör, M. (2013). Mobilya Üretimi Yapan İşletmelerde Üretim Planlaması Üzerine Araştırma. Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Kastamonu.

Güleç, E. (2016). Türkiye Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücünün İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, İstanbul.

Gürpınar, K. (2007). Türk Mobilya Sektörünün Rekabet Gücü Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.

Gürpınar, K. Ve Barca, M. (2007). Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi ve Nedenleri. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Eskişehir.

ITC Trademap Veri Tabanı.

İnal, M. E. Ve Toksarı M. (2006). Mobilyacılık Sektöründe Karşılaşılan Pazarlama Sorunları ve Bu Sorunlara Çözüm Üretmeye Yönelik Bir Araştırma: Kayseri Örneği. Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 2, Sayı 4. Zonguldak.

İSO(2015). Mobilya İmalat Sanayi Sektör Raporu.(ISBN:978-605-137-432-1). İstanbul: İSO Yayın.

Kayseri OSB, (2016). Mobilya Sektörü Mevcut Durum Raporu. Kayseri.

Mobilya Sektöründe Üretim Yönetimi. (2017).

http://www.theprowess.net/index.php?option=com_content&view=article&id=448:mobilya-sektorunde-uretim-yonetimi&catid=30:makaleler&Itemid=160

Müsiad (2013). Dayanıklı Tüketim ve Mobilya Sektör Raporu. (ISBN 978-605-4383-32-0). İstanbul.

Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, (2016). TR72 Mobilya Sektör Raporu. Kayseri.

Özker, S. (2015). Sektörel Makale: Türkiye’de Mobilya Tasarımı ve Sektörün Durumu İle İlgili Bir Çalışma. Doğu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi İç Mimarlık Bölümü. İstanbul.

<http://www.gncahsap.com/sektorel-makale-turkiyede-mobilya-tasarimi-ve-sektorun-durumu-ile-ilgili-bir-calisma/>

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

Yaldız, E. (2017). Mobilya Üretim Aşamaları nelerdir.
<https://www.muhendisbeyinler.net/mobilyanin-uretim-asamalari-nelerdir/>

Yardibi, C. (2016). Mobilya Sektöründe Uluslararasılaşma ve Rekabet Stratejileri: Türkiye Örneği. Doktora Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Ankara.

Yıldırım, Y. (2016). Tüketicinin Satın Alma Karar Sürecinde Bilgi Kaynakları ve Güvenirlikleri: Referans Grubu Olarak Yakın Çevrenin Etkisinin İncelenmesi. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, Malatya.

TOBB (2013). Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu. (ISBN: 978-605-137-339-3). Ankara: TOBB Yayın.

T.C. Ekonomi Bakanlığı. (2016). Mobilya Sektörü: Sektör Raporları. Ankara.

<http://www.birofis.com/mobilya-nedir.shtm>