

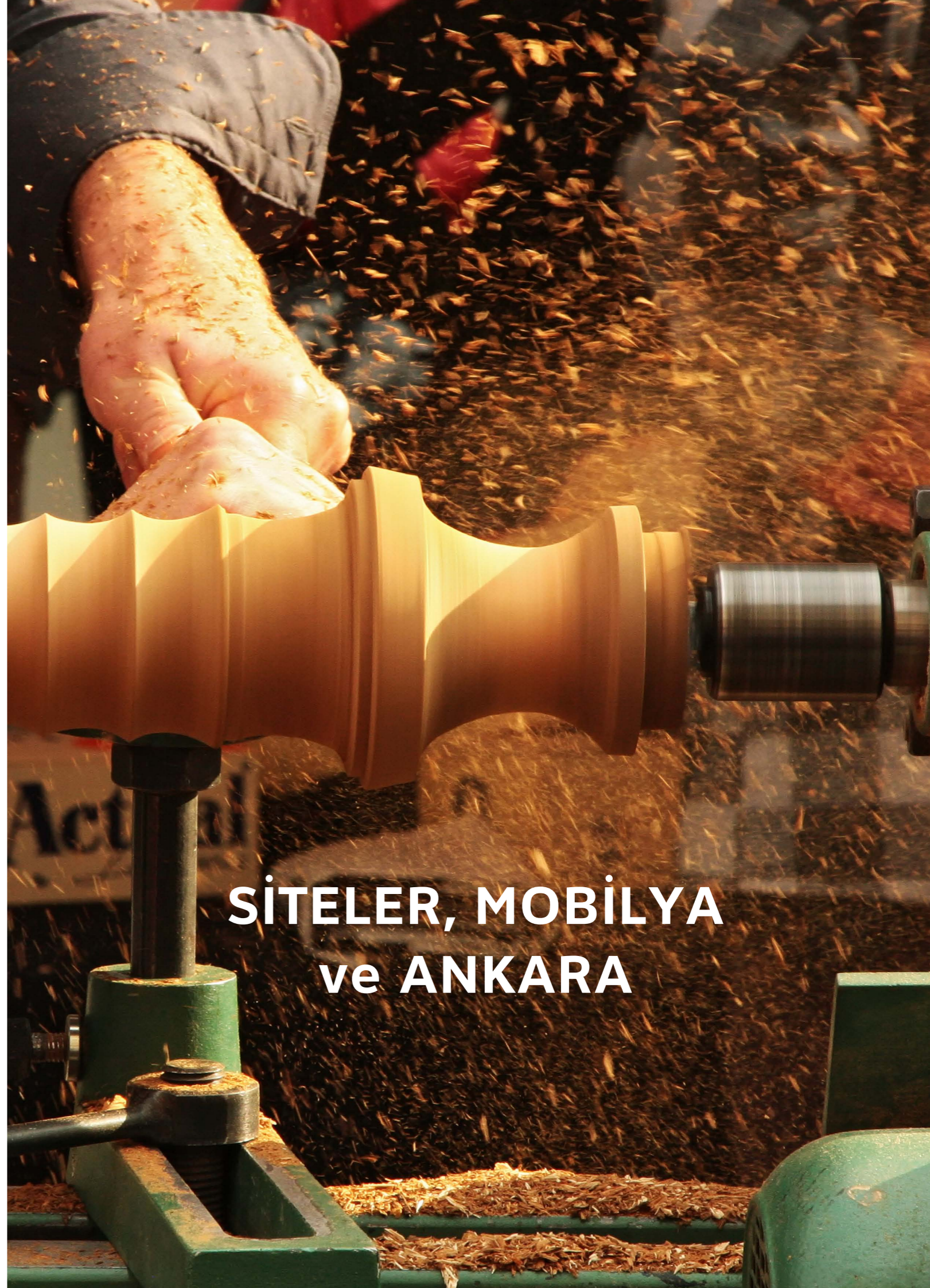


ANKARA
KALKINMA AJANSI



SİTELER, MOBİLYA VE ANKARA





**SİTELER, MOBİLYA
ve ANKARA**

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ	5
2. DÜNYA VE TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜ.....	7
2.1. DÜNYA MOBİLYA SEKTÖRÜ.....	7
2.2. TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜ.....	9
3. ANKARA MOBİLYA SEKTÖRÜ.....	13
3.1. TEMEL GÖSTERGELER.....	13
3.2. MOBİLYA SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ.....	15
3.3. ANKARA BÖLGE PLANI'NDA MOBİLYA SEKTÖRÜ.....	15
4. SİTELER MOBİLYA SEKTÖRÜNE YÖNELİK SAHA ÇALIŞMALARI VE SONUÇLARI.....	17
4.1. PAYDAŞ TOPLANTILARI VE MÜLAKATLAR.....	17
4.2. TOPLANTI ÇIKTILARI.....	18
5. SİTELER-KAPADOKYA EŞLEŞMESİ.....	23
6. SİTELER SAHA ÇALIŞMASI.....	25
6.1. METODOLOJİ.....	25
6.2. İSTATİSTİKİ ANALİZLER.....	26
6.3. SAHA ÇALIŞMASI SONUÇLARI.....	39
6.4. KARŞILAŞTIRMALI VE MEKANSAL ANALİZLER.....	40
7. SONUÇ.....	57
8. KAYNAKÇA.....	59
9. EKLER.....	61
EK- 1: SİTELER ALAN ARAŞTIRMASI ANKET SORULARI.....	61
EK-2: ULUSLARARASI MOBİLYA FUARLARI.....	64



1

GİRİŞ

Mobilya sektörü, küreselleşen dünyada yenilik ve teknolojilere hızla uyum sağlayabilen, birçok sektörle bağlantısı olan, farklı uzmanlıklarda kişilere istihdam sağlayan emek, bilgi ve teknolojinin yoğunlaştığı bir sektördür. Bilgi teknolojilerinin üretim süreçlerine giderek entegre olduğu günümüzde, dünya mobilya pazarında emek, sermaye ve hammadde üzerinden rekabet etmenin güçleştiği, Ar-Ge, yenilikçilik, moda ve tasarım gibi faktörlerin ülkelerin rekabet stratejilerinde yerini almaya başladığı görülmektedir.

Dünya mobilya sektöründe İtalya ürettiği tasarımlarla, İsveç teknolojiye dayalı pratik uygulamalarıyla ve son beş yıl içerisinde Çin ucuz işgücüne dayalı rekabetiyle ön plana çıkmaktadır. Ülkelere göre dünya mobilya üretim ve ihracat performansı incelendiğinde Çin mobilya üretiminin %25'ini, ABD %15'ini karşılayorken ihracattaki payları da sırasıyla %48,4 ve %39,6'dır. Dünya mobilya ihracatında Çin, İtalya, Almanya ve Polonya ön sıralarda yer alırken ithalatında ilk sıralarda ABD, Almanya, Fransa ve Birleşik Krallık gelmektedir.

Türkiye 2008 yılında dünya mobilya üretim ve tüketiminde on dördüncü, ihracatında yirmi beşinci ve ithalatında otuz ikinci sırada yer almıştır. Türkiye'de ihracatta yerli kaynakları en çok kullanan ve ithal ürünlere bağımlılığı en az olan sektörlerden biri mobilya sektörüdür. Türkiye'de mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların yaklaşık % 98'i mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. Toplam üretimdeki paylarına göre önemli mobilya üretim merkezleri; İstanbul Modoko, Ankara Siteler, Bursa (İnegöl), Kayseri ve İzmir olarak sıralanmaktadır.

Ankara'daki işletmelerin sektörel dağılımında mobilya imalatı % 10,65'lik payla ikinci sırada yer almaktadır. Mobilya üretimi bölge genelinde Siteler, Akyurt ve Yenimahalle gibi ilçelerde değişik ölçeklerde bulunmaktadır. Siteler Ankara'daki mobilya işletmelerinin yoğunlaştığı önemli bir merkezdir. Sitelerde üretim yapan firmalar genellikle aile işletmelerinden oluşmaktadır.

Sektörde faaliyette bulunan küçük aile işletmelerinin kapasite kullanım oranları düşük olduğundan bu işletmelerin üretim maliyetleri yüksekve rekabet güçleri zayıf olabilmektedir. Son dönemde meydana gelen teknolojik gelişmelerözellikle üretim süreçlerinde değişimi beraberinde getirmiş, emek yoğun üretim yerini makineleşmenin yaygınlaştığı seri üretime bırakmaya başlamıştır. Bilgi ve teknolojinin sektöre nüfuzu öncelikle yenilikçiliğe yatırım yapabilme kapasitesi olan büyük ölçekli işletmelerde gerçekleşmiştir. Bu da, küçük ölçekli işletmeleri makinalaşma, hammaddeye erişim, teknoloji uygulamaları ve tasarım gibi hususlarda büyük ölçekli firmalarla rekabette dezavantajlı bir konumda bırakmıştır.

Dünyada ve ülkemizde yaşanmakta olan bu değişim sürecinde, özellikle orta ve küçük ölçekteki mobilya işletmeleri ve bunların kümelenildiği büyük üretim alanlarını küresel dönüşüme hazırlamak, rekabet avantajkazandırmak ve üretim ve istihdamın sürdürülebilirliğini sağlamak için merkezi ve yerel yönetimlerce politikalar geliştirilmesi elzem hale gelmiştir.

Ankara, Türkiye’de mobilya sektörünün uzun bir dönem lokomotifi olan Siteler’e ev sahipliği yapan, mobilya üretiminin yüzyıllardır farklı ölçeklerde devam ettiği ve geleneklerle yaşadığı bir bölgedir. Son dönemde gerek merkezi hükümetin gerekse Sayın Ankara Valimizin talimatlarıyla Ankara’da mobilya sektörünün rekabet gücünün geliştirilmesi ve özellikle Siteler Bölgesi’ne yönelik eylem planlarının hayata geçirilmesi için çalışmalar yapılmaktadır.

Ankara Kalkınma Ajansı, faaliyete geçtiği ilk günden itibaren Ankara için önem arz eden konularda araştırmalar yapmayı ve konunun uzmanlarını ortak stratejiler ve eylem planları geliştirme amaçlı buluşturmayı görev edinmiştir. Ajansın koordinasyonunda katılımcı bir anlayışla hazırlanan 2011-2013 Ankara Bölge Planı’nda Bölge’nin mobilya sektörüne dair gelecek stratejileri, amaç ve hedefleri belirlenmiştir. Ankara’da mobilya sektörünün daha rekabetçi bir yapıya kavuşmasını sağlayabilecek çalışmalar kapsamında Ajans öncelikle bir ön araştırma ve raporlama yapmış ardından paydaşlarla farklı platformlarda toplantılar ve birebir mülakatlar gerçekleştirmiştir.

Bu toplantılarda genelde Ankara mobilya sektörünün ve özelde ise Siteler’in mevcut durumu, üreticiler, odalar, akademisyenler ve kamudan gelen uzmanlarca masaya yatırılmış ve ayrıntılarıyla tartışılmıştır. Toplantılar sonucu sektörün olumlu ve olumsuz yönleri, tespitlere ilişkin çözüm önerileri, bölgede yapılması gereken çalışmalar, olası bir tasarım merkezine ve diğer örnek projelere ilişkin görüşler derlenmiş ve raporlanarak politika yapıcılara sunulmuştur.

Ankara Kalkınma Ajansı’nın sektöre yönelik çalışmalarının devamında, Sitelerde mevcut durumu niceliksel olarak anlamak, mekânsal olarak haritalandırmak ve bundan sonra yapılacak çalışmalara altlık teşkil etmek amacıyla ODTÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü ile ortaklaşa bir “Siteler Envanter Çalışması” yürütülmüştür. 3 ay süren bu çalışmada, Siteler’deki her bir işletmenin faaliyet yılı ve türü, mülkiyet durumu, çalışan sayısı, üretim biçimi, iç-dış pazar potansiyeli ve markalaşma, tasarım, ortaklık kurma konusundaki bilgileri ve fikirleri kayıt altına alınmıştır. Sonrasında bu bilgiler coğrafi bilgi sistemleri kullanılarak mekânsal bir veri tabanına dönüştürülmüştür.

5.000 dönüm arazi üzerinde mikro, küçük ve orta ölçekli mobilya üretimi yapan Sitelerde yapılan çalışma sonucu mobilya üretimi yapan 5.644 işletmenin varlığı tespit edilmiş, bu işletmelerden % 90,8’i Sitelerde yapılan anket çalışmasına katılım sağlamışlardır. Sitelerde bulunan 5.644 işletmede yaklaşık 10.500 kişinin istihdam edildiği tespit edilmiştir. Yapılan bu çalışma sonucunda Sitelerde mobilya üretimi yapan büyük ölçekli firma sayısının yok denecek kadar az olduğu da ortaya çıkan diğer bir bulgudur. Nitekim firmalarda çalışan sayısına bakıldığında % 46’sı 4 kişiden az, % 44’ü 4-10 kişi, % 8’i 11-25 kişi ve yalnızca % 2’si 25 kişiden fazla işçi çalıştırmaktadır.

Siteler ile ilgili gerçekleştirilen bu kapsamlı çalışma, Siteler’in mevcut durumunu anlamak ve geliştirilebilecek stratejileri belirlemek amacıyla, teknolojik, mekânsal, sosyal ve ekonomik birçok analizin yapılmasına olanak sağlamıştır. Ankara Kalkınma Ajansı’nın, mobilya sektörü ve Siteler’e dair çalışmaları, sektörün bölgesel ve küresel düzeyde rekabet gücünü geliştirme amaçlı strateji ve eylemlere bilimsel bir nitelik kazandırmaktadır.

Bu raporda mobilya sektörünün Dünya’da, Türkiye’de ve Ankara’daki durumuna değinilmekte olup, Ankara Bölge Planı’ndaki mobilya sektörüne dair stratejilere yer verilmektedir. Ardında Türkiye ve Ankara açısından büyük öneme sahip olan Siteler’de mobilya sektörünün ihtiyaçlarının tespiti ve rekabetçi bir yapıya kavuşturulması adına Ankara Kalkınma Ajansı’nınyaptığı ve yapmakta olduğu çalışmaların ayrıntıları aktarılmaktadır.

2

DÜNYA VE TÜRKİYE’DE MOBİLYA SEKTÖRÜ

2.1. DÜNYA MOBİLYA SEKTÖRÜ

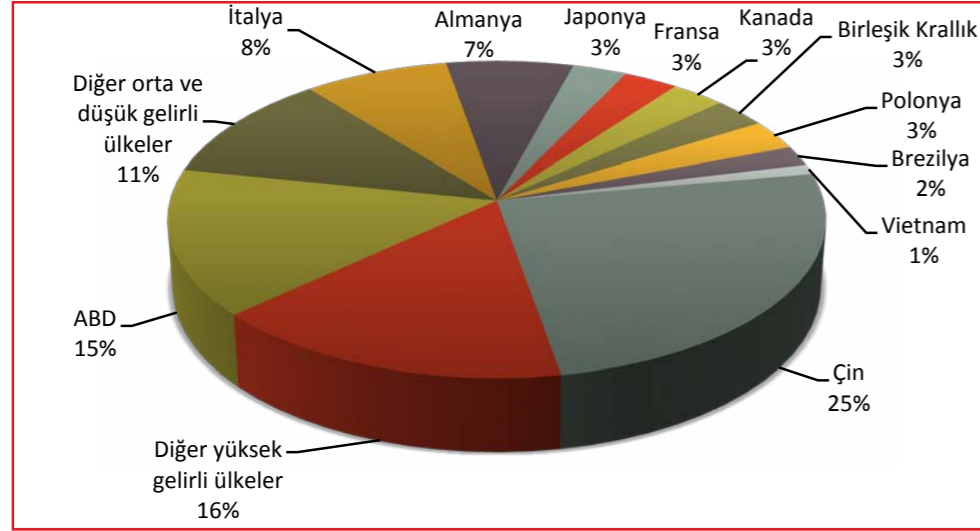
İtalyanca mobilia, Fransızcamobilier kelimelerinden türemiş olan mobilya, yaşam alanlarının süslenmesi ve her türlü amaçla donatılması anlamına gelmektedir. ATO 2010 Ankara İli Sektörel Rekabet Analizi Fizibilite Raporu’nda; mobilya, dinlenme, yatma, çalışma ve yeme gibi temel ihtiyaçların karşılanması ve eşyaların muhafaza edilmesi işlerinde rahatlık sağlayan taşınabilir eşyalar olarak tanımlanmıştır. Mobilya, estetik değeri ile de mekanın güzel görünmesi, yaşadığımız veya çalıştığımız mekanların sıcak ve renkli bir ortam haline gelmesini sağlayan bir üründür.

Dünyada yaklaşık 260.000 kişiye istihdam sağlayan mobilya sektörü dünya ticaretinde önemli bir yere sahiptir (Ulay, 2011). Dünya mobilya üretimi 2010 yılı itibarıyla yaklaşık 376 milyar ABD Dolarıdır. Dünya mobilya üretiminin %58’i yüksek gelir grubuna sahip ülkeler geride kalan %42’lik kısmı ise orta ve düşük gelir düzeyine sahip ülkeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Yüksek gelir grubuna sahip ülkelerden ABD, İtalya, Almanya, Japonya, Fransa, Kanada ve Birleşik Krallık 159 milyar ABD Doları değerinde mobilya üretimi yapmaktadır. Son yıllarda özellikle Çin, Polonya ve Vietnam gibi ülkelerde ihracat odaklı tasarlanan yeni yatırımlar sayesinde hızlı bir artış yaşanmaktadır (CSIL, 2011).

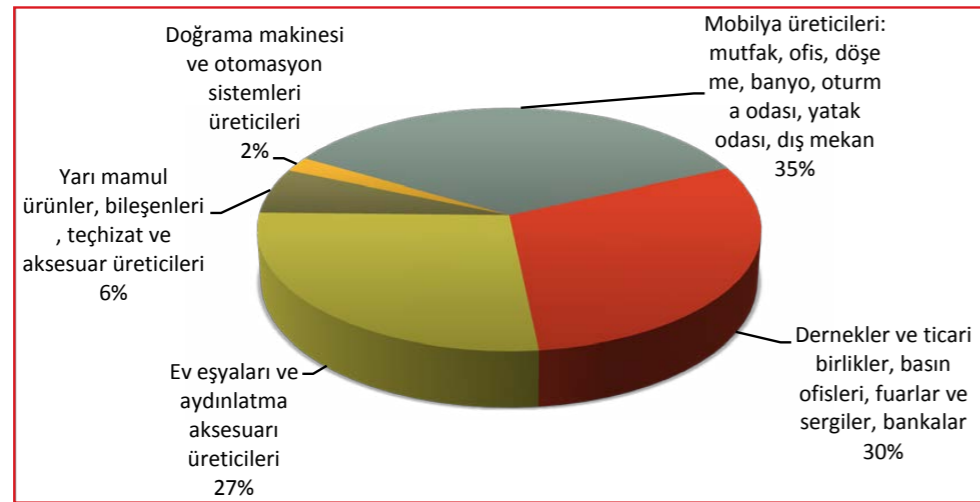
Dünya mobilya ithalatında ABD, Almanya, Fransa ve Birleşik Krallık öne çıkarken ihracatta Çin, İtalya, Almanya ve Polonya başı çekmektedir. Ayrıca, ülkeler tarafından düzenli olarak her yıl Uluslararası Mobilya fuarları düzenlenmektedir. Uluslararası düzeyde gerçekleşen 60 mobilya fuarının 10’u İtalya’da 9’u Çin’de 6’sı Almanya’da düzenlenmektedir. Bu listede Türkiye’den yılda 2 fuar düzenleyen İstanbul ili yer almaktadır.

Dünya Mobilya Üretimi

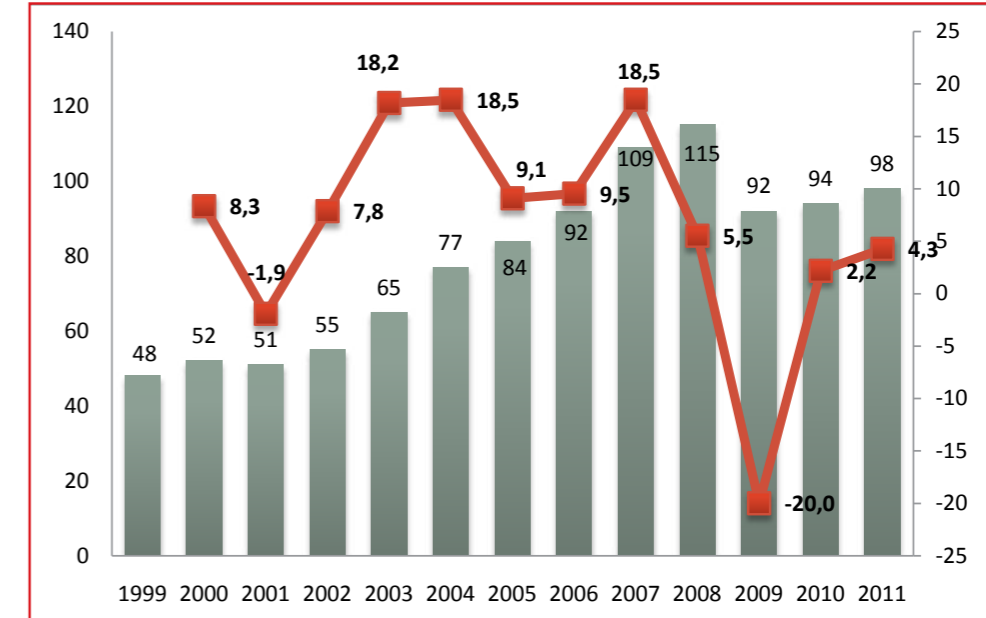
Dünya mobilya üretimi ülkeler bazında incelendiğinde en büyük üretim hacminin %25 ile Çin, ardından da %15 ile ABD’de olduğu görülmektedir. İtalya %8 ile Avrupa’da lider konumdadır. İtalya’yı %7 ile Almanya ve %3 ile Fransa ve İngiltere takip etmektedir. %1’in altında üretim payı olan diğer yüksek gelirli ülkelerin toplam üretim hacmi %16’ya, orta ve düşük gelirli ülkelerin üretim hacmi ise toplam %11’e karşılık gelmektedir.

Grafik 1: Dünya Mobilya Üretimini Ülkelere Göre Dağılımı**Kaynak:** CSIL, 2011a

Dünya mobilya sektörü faaliyet alanı bazında incelendiğinde % 35'inin mutfak, ofis, döşeme, banyo, oturma odası, yatak odası ve dış mekan üzerine çalışan mobilya üreticileri, % 30'u mobilya alanında faaliyet gösteren dernekler ve ticari birlikler, basın ofisleri, fuarlar ve sergiler ve bankalar, % 27'si ev eşyaları ve aydınlatma aksesuarları üreticileri, % 6'sı yarı mamul ürünler, bileşenleri, teçhizat ve aksesuar üreticileri ve % 2'si ise doğrama makinesi ve otomasyon sistemleri üreticilerinden oluşmaktadır.

Grafik 2: Dünya Mobilya Üretimini Faaliyetlere Göre Dağılımı**Kaynak:** CSIL, 2011a

Dünya mobilya ticareti 2009 yılında 92 milyar ABD \$ bir hacme sahipken Endüstri Çalışmaları Merkezi'nin (CSIL) tahminlerine göre bu hacim 2010'da 94 milyar ABD \$ ve 2011 yılında ise 98 milyar ABD \$ olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 3: Dünya Mobilya Ticaretinin Yıllık Hacim ve % Değişimleri**Kaynak:** CSIL, 2011b

2.2 TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜ

Türkiye mobilya sektöründe, irili ufaklı tüm üreticiler ve perakende mağazalar ile birlikte yaklaşık 60.000 şirket hizmet vermektedir. Mobilya sektörü 158.213 kişiye doğrudan, 258.213 kişiye dolaylı istihdam sağlamaktadır (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı 2010). Mobilya sektörü ülke ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Günümüzde mobilya sektöründe el emeği hala yoğun olarak kullanılmakta ve geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, mikro ölçekli işletmeler ağırlıktadır. Ancak, 1990'lı yıllardan itibaren orta ve büyük ölçekli işletmelerin katılımlarıyla ülke imalat sanayisi içinde %3'lük üretim katkısıyla önemli bir bilgi ve sermaye ağırlıklı imalat kolu olmuştur (DPT, 2006a). Son yıllarda Türkiye'de küçük atölyelerde düşük teknoloji ve sermaye ile emek yoğun faaliyet gösterdiği düşünülen mobilya endüstrisi, hızlı bir dönüşüm geçirerek geçmiş yıllara oranla çok daha fazla bilgi ve sermaye yoğun bir sektör olma yolunda ilerlemektedir. Dünya ihracatına açılan işletme sayısı artmış ve teknolojik yatırımlar sayesinde fabrikasyon üretim modeli oldukça gelişmiştir.

TÜİK (2011) verilerine göre, Türkiye'deki toplam mobilya ihracatı 2004 yılında yaklaşık 0,6 milyar dolardan %156'lık bir artış göstererek 2010 yılında 1,34 milyar seviyesine ulaşmıştır. Mobilya sektörünün 2023 yılı ihracat hedefi ise 6 milyar \$ seviyesine ulaşmaktır (TİM, 2011).

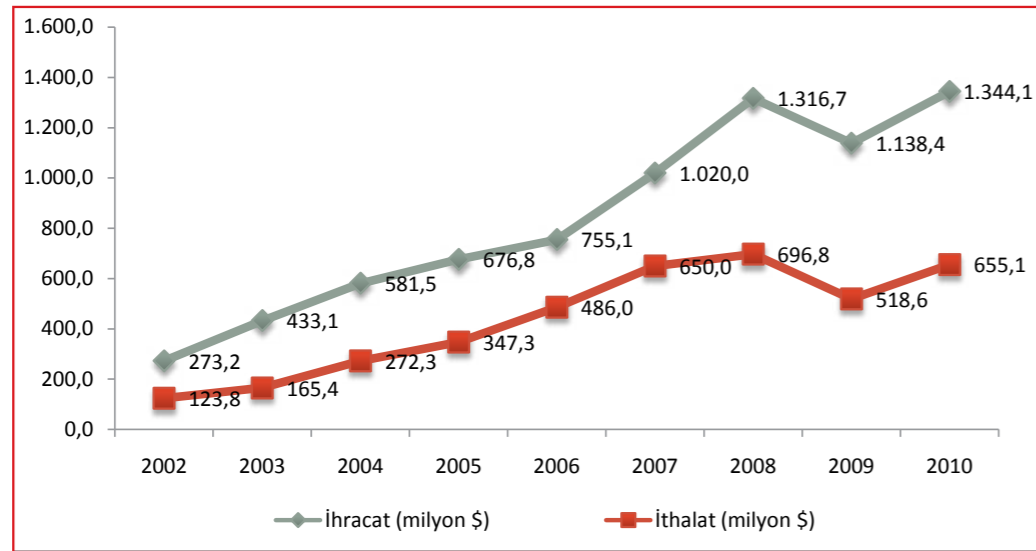
İthalat ise aynı yıllarda hızlı bir artış göstererek yaklaşık 0,27 milyar dolardan 0,65 milyar dolara yükselmiştir. 2009 yılında 208 farklı ülkeye ihracat yapan Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülkeler sırasıyla % 11,5'le Irak, % 10,2'yle Almanya, %6,2'yle İran, % 6'yla Azerbaycan ve % 5,6'yla Fransa'dır (OAİBGS, 2010).

Tablo 1: Türkiye Mobilya Endüstrisi Dış Ticaret Dengesi (Bin \$)

Yıl	İhracat	İthalat	Ticari Denge	Hacim	Karşılama Oranı (%)
2002	273.295	123.859	149.436	397.154	220,7
2003	433.191	165.427	267.764	598.618	261,9
2004	581.595	272.362	309.233	853.957	213,5
2005	676.879	347.300	329.579	1.024.179	194,9
2006	755.104	486.057	269.047	1.241.161	155,4
2007	1.020.097	657.008	363.089	1.677.105	155,3
2008	1.316.769	696.882	619.887	2.013.651	189,0
2009	1.138.070	516.652	621.418	1.654.722	220,3
2010	1.344.179	655.162	689.017	1.999.341	205,2

Kaynak: TÜİK, 2011

Türkiye 6,2 milyar dolarlık üretim kapasitesi ile dünya mobilya üretiminin % 2'sini oluşturmakla birlikte, dünya mobilya ihracatından yaklaşık % 1 pay almaktadır (OAİBGS, 2010).

Grafik 4: Türkiye Mobilya İhracatı ve İthalatı**Kaynak:** TÜİK, 2011

Mobilya Sanayi İş Adamları Derneği (MOBSAD), 2008 Mobilya Sektörü Raporu'na göre, Türkiye mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletme sayısı 29.346, perakende satış yapan işletme sayısı 32.382 ve toplam çalışan sayısı ise 158.213'tür. Türkiye'de mobilya sektörü, belirli bölgelerde toplanmıştır. Önemli mobilya üretim bölgeleri toplam üretimdeki paylarına göre; İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Bursa (İnegöl), Eskişehir ve Kayseri şeklinde sıralanmaktadır. Türkiye mobilya üretiminin yaklaşık %23'ü İstanbul'da %19'u ise Ankara'da gerçekleşmektedir.

Tablo 2: Mobilya Sektöründe Üretimde Bulunan Firma ve Çalışan Sayısı

Şehir	Firma Sayısı	%	Çalışan Sayısı	%
İstanbul	6,458	22	35,633	22,5
Ankara	5,361	18,3	30,062	30,1
İzmir	2,379	8,1	14,142	5,5
Bursa	2,13	7,3	16,096	10,2
Kayseri	740	2,5	20,28	12,8
Diğer	12,278	41,8	42	26,5
Toplam Üretim	29,346	47,5	158,213	61,3
Perakende Satış	32,382	52,5	100	38,7
Genel Toplam	61,728	100	258,213	100

Kaynak: MOBSAD 2009

Mobilya sanayi kapasite kullanım oranları; 2006 yılında %84,3, 2007 yılında %80,1, 2008 yılında %75,2 ve 2009 yılında ise küresel mali krizden dolayı %63,3 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye, ihrac ürünleri sıralamasında ön sıralarda yer alan çeyrek ürünlerle dünya ihracatında %8'lik pay ile üçüncü sıradadır. Toplu taşıma (otobüs, taksi vb. araçlar) mobilyalarında %7'lik pay ile dünya beşincisi, ofis mobilyalarında ise %3'lük paya sahiptir.

3

ANKARA MOBİLYA SEKTÖRÜ

3.1 TEMEL GÖSTERGELER

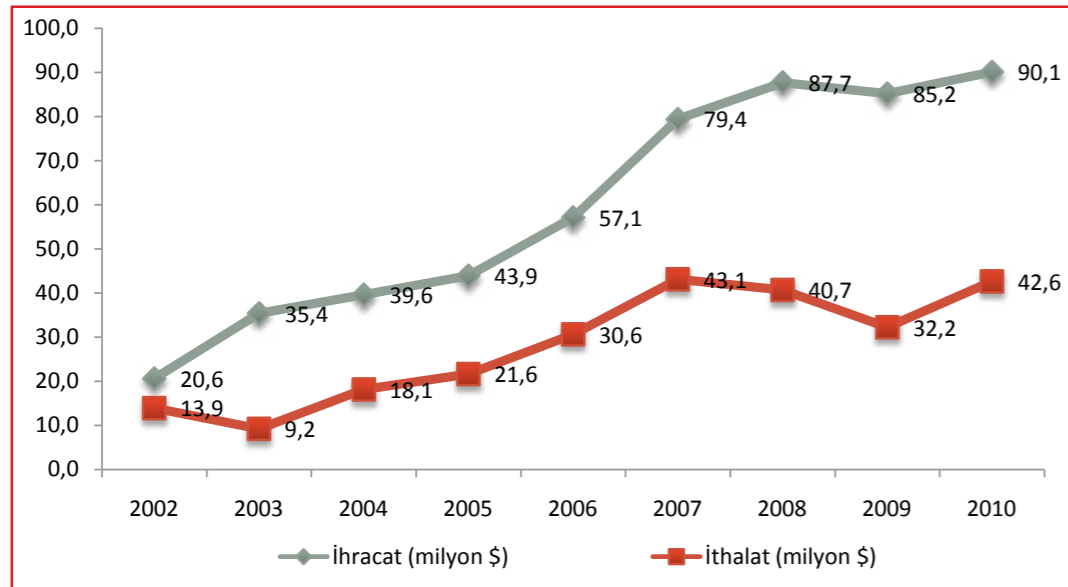
Ankara, mobilya üretiminde önemli bir merkez olup istihdam düzeyi ve işletme sayısı itibari ile İstanbul'un ardından gelmektedir. Ankara'da mobilya sektörünün ilk yoğunlaştığı merkez Siteler olmuştur. Siteler 1960'lı yıllarda kurulmuş olup, bugün 5.000 dönüm arazi üzerinde faaliyet gösteren büyük bir sanayi bölgesidir. Bölge küçük ve ortaölçekli mobilya üretimi ve satışı yapan birçok işletmeyle, diğer hizmet sektörü işletmelerini barındırmaktadır. Siteler'deki kayıtlı firma sayısı 5 bini aşmaktadır. Ancak bunlar çoğunlukla mobilya üretimi yapan emek yoğun işletmeler olup, büyük ölçekli üretim yapan firma sayısı çok azdır.

Ankara'da Siteler'i Akyurt yolu ve İvedik Organize Sanayi Bölgesi'nde yoğunlaşan firmalar takip etmektedir. Ankara'da mobilya üretiminde faaliyet gösteren mevcut firmalar Türkiye'deki firmaların yaklaşık %18'ine karşılık gelmektedir. Bu firmalarda istihdam edilen kişi sayısı ise 30.062'dir (MOBSAD 2009).

Ankara mobilya ihracat ve ithalat rakamlarına bakıldığında 2002 yılında yaklaşık 20 milyon olan ihracat 2010 yılında 90 milyon dolara yükselmiştir. İthalat ise aynı yıllarda 13 milyon dolardan 42 milyon dolara çıkmıştır. 2002-2010 yılları arasında toplam ihracatın toplam ithalatı karşılama oranı ise yaklaşık % 214 olmuştur. Küresel ekonomik krizin bir yansıması olarak 2009'daki hafif düşüşe rağmen ithalat ve ihracat eğilimleri son on yıllık periyotta sürekli bir artış çizgisi göstermektedir. Bu durum Ankara mobilya dış ticaretinde bundan sonraki dönemde de artışın devam edeceğine işaret etmektedir.

Tablo 3: Ankara Mobilya Endüstrisi Dış Ticaret Dengesi (Bin \$)

Yıl	İhracat	İthalat	Ticari Denge	Hacim	Karşılama Oranı (%)
2002	20,617	13,962	6,655	34,579	147,7
2003	35,408	9,213	26,195	44,621	384,3
2004	39,652	18,122	21,53	57,774	218,8
2005	43,914	21,664	22,25	65,578	202,7
2006	57,152	30,668	26,484	87,82	186,4
2007	79,453	43,157	36,296	122,61	184,1
2008	87,739	40,757	46,982	128,496	215,3
2009	85,296	32,257	53,039	117,553	264,4
2010	90,114	42,652	47,462	132,766	211,3

Kaynak: TÜİK, 2011**Grafik 5:** Yıllara Göre Ankara Mobilya İhracat ve İthalat Değişimi**Kaynak:** TÜİK, 2011**3.2 MOBİLYA SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ**

Ankara Kalkınma Ajansı 2010 yılı Doğrudan Faaliyet Desteği Programı kapsamında desteklenen Ankara Ticaret Odası ve Gazi Üniversitesi işbirliğinde yürütülen "Ankara Sektörel Rekabet Analizi" çalışmasında mobilya sektörü pilot uygulama olarak seçilmiş ve sektörün rekabet düzeyi tespit edilmiştir. Bu analiz sonucunda mobilya sektörü ile ilgili aşağıdaki hususlar ön plana çıkmıştır (ATO, 2010):

(i) Siteler semtinde bulunan atölyeler genellikle üst katlarda ve bodrum katlarda bulunmakta olup, giriş katlar dükkan veya mağaza amaçlı kullanılmaktadır. Bu koşullar hammadde ve malzeme taşıma güçlükleri doğurarak işletmelerin üretim ve dağıtım maliyetlerini artırmakta ve verimliliği düşürmektedir.

(ii) Siteler semtinde kümelenen mobilya imalatçıları, Türkiye mobilya piyasasındaki pazarlama tekniklerini ve temel eğilimleri de yakından izlemekte olup bu konunun öneminin bilincindedirler. Firma ölçekleri ve mali kaynakları geliştirildiği takdirde işletmelerin pazarlama anlayışlarını hızla gözden geçirecekleri anlaşılmıştır.

(iii) Bölgedeki satış mağazaları cadde ve sokaklara dağılmış bulunmaktadır. Bu da beraberinde trafik ve park sorunlarını getirmektedir.

(iv) Ankara mobilya imalat sanayinin %50'sinin kapasite kullanım oranı (KKO) %50'nin altındadır. KKO'nun düşük olmasının en önemli nedenlerinden biri pazarlama fonksiyonunun yetersizliği olarak açıklanabilir. Sektördeki büyük işletmelerin yoğun reklam kampanyaları küçük işletmelerin pazarını daraltarak, KKO'larının gerilemesine yol açmaktadır.

(v) Ankara mobilya sanayiindeki firmalar maliyet liderliği, farklılaştırma veya odaklanma stratejilerinden hangisini seçecekleri konusunda bir kafa karışıklığına sahiptir. Firmalar kaynaklarını belirli bir stratejik hedefe yönelterek tercihlerini netleştirmek durumundadırlar. Ankara mobilya sanayi firmalarının rekabet yönelimleri ve yetenekleri itibarıyla analiz edilip gruplandırılarak, kendi aralarında işbirliği geliştirebilmeleri sağlandığı ölçüde rekabet güçleri artacaktır.

3.3 ANKARA BÖLGE PLANINDA MOBİLYA SEKTÖRÜ

Ankara Kalkınma Ajansı'nın koordinasyonunda, Ankara'daki kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum, özel sektör ve üniversitelerden paydaşların katılımıyla hazırlanan 2011-2013 Ankara Bölge Planı bir strateji koordinasyon ve yönlendirme belgesi olarak Bölgenin kalkınmaya yönelik yol haritasını saptamaktadır. Bölge Planı'nda Ankara'da öne çıkan sosyal konular ve ekonomik sektörler ayrı ayrı ele alınarak bunlara dair vizyon ve stratejiler belirlenmiştir. Bu sektörlerden biri olan mobilya sektörü de ayrıntılı bir şekilde incelenerek, mevcut durumu, sorunları, potansiyellerinin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Ankara Bölge Planı'nın "Ankara'da Çalışmak ve Üretmek" başlığı çerçevesinde diğer sektörlerle birlikte ele alınan mobilya sektörüne yönelik stratejik amacı "Ankara'da mobilya sektörünün rekabet gücünü artırmak" olarak belirlenmiş ve bu amaca ulaşmak için 2011-2013 döneminde aşağıdaki hedefler ortaya konmuştur (Ankara Bölge Planı, 2011);

- **Hedef 1:** Mobilya sektöründe yenilikçi teknolojiler yaygınlaştırılacaktır.
- **Hedef 2:** Mobilya işletmelerinin işbirliği girişimleri ve kümelenmeleri desteklenecektir.
- **Hedef 3:** Özgün, el yapımı mobilya tasarım girişimleri desteklenecektir.
- **Hedef 4:** Mobilya sektöründe markalaşma sağlanacak ve uluslararası pazar payı artırılabilecektir.



4

SİTELER MOBİLYA SEKTÖRÜNE YÖNELİK PAYDAŞLARLA ÇALIŞMALAR VE SONUÇLARI

4.1 PAYDAŞ TOPLANTILARI VE MÜLAKATLAR

Ankara mobilya sektörü açısından önemli ve tartışmasız kabul gören bir kenttir. Özellikle Ağaç İşleri Mobilya Sanayi bölgesi Siteler birçok mobilya üreticisi tarafından mobilyanın çıkış noktası olarak bilinmektedir. 1960 yılında oluşmaya başlayan Siteler Türkiye'nin ilk ve en köklü mobilya sanayi bölgesi olup Türkiye mobilyasının beşiği olarak anılmaktadır. Ankara Siteler'in sektör açısından geçmişten bugüne beklenen gelişimi gösterememiş olduğu ifade edilse de, geleceğinden güç almakta ve Ankara Mobilyası olgusunu yaşatmaya çalışmaktadır.

Ankara Siteler'de mobilya sektörünün daha rekabetçi bir yapıya kavuşmasını sağlayabilecek çalışmalar kapsamında öncelikle ön araştırmalarda daha sonra da paydaşlarla toplantılar yapılmıştır. Bu toplantılarda Siteler'in mevcut durumu ve bölgenin daha rekabetçi duruma gelmesini destekleyecek bir tasarım merkezi kurulması fikrinin konu uzmanlarınca ayrıntıları ile tartışılması sağlanmıştır.

Ankara Kalkınma Ajansı tarafından Siteler'de mobilya üretim ve satışına yönelik olarak gerçekleştirilen toplantılar kapsamında öncelikle sektör temsilcileri ile bir araya gelinmiştir. Daha sonra, Siteler ve mobilya sektörü üzerine araştırma yapan akademisyenler bir odak grup toplantısı ile bir araya getirilerek, Siteler'in mevcut durumu analiz edilmiş ve bir tasarım merkezi kurulması fikri gündeme getirilmiştir. Son olarak, fikirlerin olgunlaşması ve geleceğe yönelik proje önerilerinin tespit edilmesi amacıyla uzmanlar ile birebir görüşmeler yapılmıştır.

Siteler mobilya sektörüne yönelik yürütülen bu çalışmalar kapsamında 16 toplantıda toplam 45 esnaf odaları temsilcileri, akademisyenler ve uzmanlarla birebir ve toplu olarak görüşmeler yapılmıştır. Yapılan toplantıların ilişkin bilgiler Tablo 4'te özetlenmektedir.



Tablo 4: Ankara Kalkınma Ajansı Tarafından Gerçekleştirilen Toplantı ve Mülakatlar

Tarih	Toplantılar
20.05.2011	Ankara Mobilya Sektörü Temsilcileri, Ankara Mobilyacılar ve Lakeciler Odası, Döşemeciler Odası ve Ankara Marangoz Esnafı Odası ile toplantı
25.05.2011	Akademisyenlerle Odak Grup toplantısı
27.05.2011	Kalkınma Bakanlığı ile toplantı
27.05.2011	Orta Anadolu İhracatçılar Birliği ile toplantı
02.06.2011	Kalkınma Bakanlığı ile toplantı
24.06.2011	KOSGEB Başkanlığı ile Ankara Kalkınma Ajansında toplantı
20.07.2011	NURUS Mobilya – İvedik tesislerini ziyaret ve yöneticilerle görüşme
	Uzmanlar ve Akademisyenlerle birebir mülakatlar
27.05.2011	OSTİM
30.05.2011	ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü
30.05.2011	ODTÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü
31.05.2011	Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi-Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü
31.05.2011	Gazi Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Mobilya Dekorasyon Bölümü 31.05.2011 - Endüstri Tasarımı Meslek Kuruluşu
31.05.2011	ODTÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü
01.06.2011	TOBB Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü
15.06.2011	ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

4.2. TOPLANTI ÇIKTILARI

4.2.1. Sorun ve Potansiyeller

Sitelerde, detayları Tablo 5’de verilmiş olan, öncelikle ele alınması gereken yapısal sorunlar, akademisyenlerce ve odalarca yapılan toplantılarda dile getirilmiştir. İfade edilen sorunlardan en önemlileri; Sitelerdeki esnafın küçük işletmelerden oluşması ve bu yüzden endüstrileşememesi ve ölçek ekonomisi geliştirememesi, işletmelerde tasarım kültürünün yetersiz olması, imalatın azalarak üretim firmalarının teşhir yerlerine (showroom) dönüşmesi, Sitelerin doğal sınırlarına ulaşması sebebiyle fiziksel genişleme ve büyüme potansiyelinin olmaması, kayıt dışı üretimin olması, esnafın “günü kurtarma” mantığını benimseyip bu yönde hareket etmesi, işletmelerin standartlaşmaya inançlarının bulunmaması ve şu anda Sitelerin yerleştiği arsa değerinin kendinden çok daha fazla olmasıdır.

Bu toplantıların devamında uygulanan envanter çalışması da Siteler’de mevcut sorunların tespitine yönelik sorular içermektedir. Kapsamlı görüşmelerin ardından Siteler’de en çok vurgulanan temel sorunlar sırasıyla “çevre ve enerji sorunları”, sektörde kalifiye eleman sorunları”, “sermaye yetersizliği”, “Ar-Ge sorunları” ve mikro ve küçük ölçekli işletmelerden oluşan Sitelerde “güçlü örgütlenme olmaması” şeklinde tespit edilmiştir. Buradan da görüleceği gibi sorunlar benzer noktalara işaret etmektedir. Çevre ve enerji sorunları Siteler’in doğal sınırlarına ulaşması, kayıt dışı üretimle doğrudan ilişkili görülmektedir. Kalifiye eleman sorunları işletme ölçeklerinin ve tasarım kültürünün yetersizliğinin bir sonucu olarak nitelikli işgücünün istihdamına yansımaktadır. Sermaye yetersizliği, işletmelerde üretimin azalması, standartlaşma sorunları ve esnafın günü kurtarma yönünde hareket etmesini getiren bir koşuldur.

Tablo 5: Mobilya Sektörü ve Sitelere Dair Olumsuz İfadeler:

Sitelerin küçük işletmelerden oluşması, endüstrileşememesi.
Türkiye ve Siteler mobilyasının çizgisi ve kimliğinin olmaması.
İhracatta ulaşım zorluğu (tek alternatif karayolu).
Satış sonrası hizmetlerin yetersizliği.
Tasarım bilgisizliği ve tasarım kültürünün yetersiz olması.
Tasarımcı ve üretici arasındaki iletişim yetersizliği.
Sitelerde kalifiye eleman yetersizliği.
Ortak tasarım dilinin oluşturulamaması.
İşbirliği kültürünün gelişmemiş olması.
İmalatın azalması, show-room’a dönülmesi.
Rekabette büyük üstünlüğü olan firmaların (İKEA, İstikbal) Ankara’ya gelip şube açması.
Siteler’in tasarımcı istihdam etmemesi, Ankara’daki tasarımcıların İstanbul’a gitmesi.
Tasarımda fikri haklar bilicinin yerleşmemiş olması ve kopyalamanın yaygınlığı.
Sitelerin doğal sınırlarına ulaşmış olması, gelişme potansiyelinin kalmaması.
Sitelerin değişen toplumsal yapı ve ihtiyaçları takip edememesi.
Tasarım yatırımının uzun vadede geri dönüşünün olması.
Sitelerin OSB olmaması, organizasyon yetersizliği, esnafın kurumsallaşamaması ve sayısal verilerin tutulmaması
Var olan sistemin ülke katma değerine katkısının az olması. Sağlıksız insan çalıştırılması, vergi kaçırılması ve kalitesiz iş yapılması.
Agresif rekabetçilik, güven eksikliği.
Kayıt dışı üretimin yüksek olması.
Teknoloji, bilimsel üretim, hammadde, makine-teçhizat, kalite kontrol, test merkezi, ambalaj, akse-suar, satış sonrası hizmet gibi tamamlayıcı etmenlerin göz ardı edilmesi.
Firmaların tasarım ve standartlaşmaya inanmaması, çözümü devletten beklemesi.
Mobilya endüstrisinin dünya pazarına yayılma konusunda yön tayini ve planının olmaması.
Sitelerin yerleştiği arsanın değerinin şu anda kendinden çok daha fazla olması.
Esnafın risk almayı sevmemesi, günü kurtarma biçiminde çalışması.
Sitelerde üretimden tüketime kadar yaşanan çevre sorunları

Tablo 6: Mobilya Sektörü ve Sitelere Dair Olumlu İfadeler

Büyük tüketim potansiyeli olan AB pazarına yakınlık.
Bölgesel kalkınma için Siteler'de mobilya üretiminin Ankara'nın temel yeteneği olması.
Ankara'da tasarım eğitimi ve tasarımcı potansiyelinin yüksek olması.
Sitelerde az sayıda da olsa bazı firmaların tasarım bilincine ulaşmış olması, tasarımcı istihdam etmesi.
Sitelerin köklü geçmişi, uzun yıllardır piyasada üretim yapması.
Küçük ölçekli işletmelerin, ileride Siteler kent dışına taşınmak istense sorunsuz olarak taşınabilme kolaylığı.

4.2.2. Sitelere Yönelik Çalışma Stratejisi Önerileri

Siteler mobilya sektörüne yönelik olarak başta üniversiteler olmak üzere, sivil toplum kuruluşları ve kamu kuruluşları ile çeşitli toplantılar yapılmıştır. Bu toplantılar sonucunda Sitelermobilyasının rekabet gücünün artırılması kapsamında izlenmesi gereken çalışma stratejisine yönelik öneriler toplanmıştır. Bu öneriler aşağıdaki gibi özetlenebilir.

▪ Siteler'in mevcut durumuna ilişkin bilgilerin derlenmesi ve envanter çıkarılması:

Siteler'de mevcut durumu belirlemek amacıyla, teknolojik, mekânsal, sosyal ve ekonomik analizlerin yapılmasının esasını oluşturacak bir envanter çalışması yapılması gerekliliği bu toplantılarda dile getirilmiştir. Bu kapsamda işletmelerin mülkiyet durumu, işyeri tipi, temel faaliyetler, çalışan sayısı, üretimin nerelerde yapıldığı, üretim yapanların başka mağazalarının olup olmadığı, satışların iç ve dış pazar potansiyeli gibi temel verilerin yapılacak olan bir alan çalışması ile derlenmesi gerekliliği ortaya konmuştur. Bu çalışmanın daha sonra yapılacak çalışmalara da altlık oluşturması açısından önemli olduğu vurgulanmıştır.

▪ Envanter sonuçlarının değerlendirilmesi:

Mevcut durumdan çıkan sonuçlar temelinde konu üzerine çalışan akademisyenlerin Siteler esnafı ve Sitelerdeki meslek odaları ile koordinasyon halinde çalışarak Siteler esnafının çıkan sonuçlar hakkında bilgilendirilmesi yönünde görüş oluşmuştur. Yapılan envanter çalışması ve analizinin Ankara Kalkınma Ajansı tarafından sektör temsilcileriyle paylaşılması ve Envanter sonuçlarının değerlendirilerek sorunlar ve potansiyel çözümlerin tespit edilmesi vurgulanmıştır.

▪ Sonuçlar ışığında çıkış stratejilerinin belirlenmesi:

Kalkınma Ajansı, üniversiteler, Siteler esnafı ve esnaf odalarının ve bölgeye ilişkin diğer paydaşların katkı sunacağı bir strateji belgesinin ve eylem planının hazırlanması önerilmiştir. Bu eylem planında Sitelerin geleceğine ilişkin, Sitelerin tüzel kişilik kazandırılarak ihtisaslaşması, başka bir bölgeye taşınarak üretim koşullarının düzenlenmesi ve iyileştirilmesi gibi kararların verilebilmesinin altı çizilmiştir. Bu kararların ekonomik, teknolojik, mekânsal ve sosyal sonuçlarının irdelenerek eylem planı kapsamında değerlendirilmesi diğer önemli bir husustur. Aynı zamanda bu kararların uygulanabilmesi için Merkezi Hükümet'e, Yerel Yönetimlere, Odalar'a, Üniversitelere ve Ajans'a düşen rollerin belirlenmesi gerektiği ifade edilmiştir. Ayrıca stratejik plan kapsamında içeriğe yönelik olarak şu öneriler vurgulanmıştır;

- Siteler'de ihtisas OSB şeklinde bir yapılanmaya gidilerek birbirini tamamlayıcı ve birbirinin yan ürününü teşvik eden sanayicilerin bir arada ve bir program dâhilinde üretim yapmaları ve üretimde verimlilik ve kar artışı sağlanmalıdır.
- Yapılacak araştırma ve analizlere bağlı olarak bir yön tayini yapılarak iç ve dış hedef pazarlar belirlenmelidir.
- Belirlenen iç ve dış pazar talebine yönelik olarak arz ve talep politikaları geliştirilerek Ankara'da üretilen ürünlerin hangi pazarlarda daha iyi sunulabileceği konusunda bir çalışma yapılmalıdır.
- Pazarın beklentilerine göre yenilikçi çalışmaların planlanması ve yapılması gerekmektedir. Bu aşamada bir Tasarım ve Yenilikçilik Merkezi fikri gündeme alınarak uygulamaya geçirilmelidir.
- Örnek firmalar ile yapılacak tasarım çalışmalarına yönelik olarak KOSGEB KOBİ proje destekleri kapsamında finansman sağlanması ve KOSGEB'in bu tür uygulamaların bölgede geliştirilmesi kapsamında üniversite ve danışmanlarla çalışması değerlendirilmelidir.
- Ankara'da küçük tasarım şirketleri yetersizdir ve teşvikler yoluyla küçük tasarım şirketlerinin geliştirilmesi desteklenmelidir.

4.2.3. Siteler Mobilyasının Rekabet Gücünün Artırılmasına Yönelik Akademisyenlerce Dile Getirilen Öneriler

1. Alternatif: Küçük işletmelerin birleştirilerek orta büyüklükte işletmelere dönüştürülmesi için teşvik politikaları uygulanabilir.

Görüşler: Siteler esnafının dağılımına bakıldığında profesyonel işletme kültüründen ziyade, esnaf sitesi olarak adlandırılacak mikro ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu bir yapı mevcuttur. Bu kapsamda devlet kanalıyla belirli ölçek büyüklüğündeki işletmelere teşvik verilerek mikro ve küçük ölçekli işletmelerin orta ölçekli işletmelerin yararlandığı imkânlardan yararlanmak üzere birleşmeleri sağlanabilir. Bu durumu özendirici politikalar geliştirilebilir. Siteler esnafının organize olmaya, kooperatifleşmeye, küçük işletmelerin birleşmesine ve markalaşmaya ihtiyacı bulunduğu belirtilmiştir. Günümüz koşullarında rekabetin olmazsa olmaz unsurlarından birisini oluşturan yenilikçilik küçük işletmeler tarafından ekonomik olarak yapılamamaktadır. Bu yüzden piyasa şartlarında rekabet edebilecek üreticilerin oluşturulması gerek iç pazar ve gerekse AB üyelik süreci bağlamında dış pazar açısından Ankara'da rekabet edebilecek firmaların oluşturulması önemlidir.

2. Alternatif: Mobilya sektörünü de kapsayacak şekilde tüm Ankara'ya ve sektörlerle hitap edecek geniş çaplı bir Tasarım ve Yenilikçilik Merkezi kurulabilir.

Görüşler: Tasarım yenilikçiliğinin sadece bir ayağıdır. Yenilikçiliğinin diğer iki ayağı ise bilim ve teknolojidir. Günümüzde tasarıma yalnızca kendi içerisinde değil bilim ve teknoloji ile birlikte yenilikçilik temelinde yaklaşılmaktadır. Bu bağlamda, başta mobilya sektörü olmak üzere birçok sektörün tek başına bir tasarım merkezi yerine Yenilikçilik ve Tasarım Merkezi'ne ihtiyacı vardır. Tasarım ve Yenilikçilik Merkezi, çok disiplinli, çok sektörlü ve özerk olmalıdır. Pazarlama, yenilikçilik, kalite kontrol, malzeme bilimi, Ar-Ge, makine-teçhizat, aksesuar, satış sonrası hizmet, ambalaj, test merkezi, danışmanlık, patent-tescil, faydalı model gibi birçok çalışma alanını içermelidir. Böyle bir merkez kurulmasına yönelik olarak konu ile ilgili tarafların bilgilendirilmeleri, üreticilerin tasarım konusunda bilinçlendirilmesi ve tasarımın halk ile bütünleştirilmesi gerekmektedir.

Bu görüşler doğrultusunda, akademisyenler ile yapılan toplantılarda gündeme gelen önemli bir fikir, Ankara Kalkınma Ajansı ile Ortadoğu Teknik Üniversitesi arasında bir protokol imzalanarak başta mobilya sektörü olmak üzere tüm sektörlerle yönelik bir tasarım merkezi için bir dizi çalışmanın gerçekleştirilmesi olmuştur. Böylece medikal, savunma, gıda, turizm ve mobilya sektörlerinde bilinç düzeyinin artırılması, sektördeki başarı

öykülerinin sektör temsilcilerine aktarılması, bir kaç firmanın seçilerek bunlarla pilot bir uygulama yapılması ve pilot uygulama sonucunda sektöre yönelik bir değerlendirme yapılabilecektir.

Bu çerçevede aşağıda sıralanan çeşitli öncelikler ön plana çıkmıştır:

- İhtiyaç analizinin yapılarak, kullanıcının tasarım taleplerinden ortaya çıkan ihtiyaçlar, firma ihtiyaçları ve firmaların iş yaptıkları pazarın tespit edilmesi;
- Yenilikçiliğe yönelik çalışmalar yapılarak ne tür yenilikçi çalışmaların gerektiğinin belirlenmesi;
- Üreticiler arasında işbirliği kültürünün geliştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması;
- Tasarım ve Yenilikçilik Merkezi kurulması temelinde tasarım eğitimleri ve konu ile ilgili tarafların bilgilendirilmeleri, üreticilerin tasarım ile ilgili olarak bilinçlendirilmesi ve tasarımın halk ile buluşturulması;
- "Türk Mobilyası" kavramının bir marka unsuru haline dönüştürülmesine yönelik olarak uzun vadede bir Türk Mobilyası tarzı ve çizgisinin oluşturulması için gereken adımların Ankara'da başlatılması ve öncü çalışmaların yapılması.

3. Alternatif: Siteler genişleme potansiyeli olan başka bir bölgeye taşınabilir.

Görüşler: Siteler'incoğrafi olarak genişleme potansiyeli olmadığından bölgeningelecek planlamasına uygun olarak daha büyük bir alanda kurulumu ve geliştirilmesi sağlanabilir. Siteler bölgesi bulunduğu konum itibarıyla yukarıda tabloda olumsuz yönlerde ifade edildiği şekliyle birçok sorunu bünyesinde barındırmaktadır. Bu nedenle, bölgedeki işletmelerin başka bir yere taşınması Ankara mobilya sektöründeki sorunların çözümünde önemli bir etken olabilir. Bu durumda mevcut alanın dönüşümü de ayrıca önem kazanmaktadır.

Sektörün genel durumuna bakıldığında Siteler'de yetişip büyüyen firmaların Akyurt gibi merkezlere taşındığı sektör temsilcileri tarafından ifade edilmektedir. Bu firmaların başarı öyküleri teşkil ediyor olması da Siteler'in başka bir bölgeye taşınarak coğrafi sorunlarını bertaraf etmesinin olumlu etkileri olacağına işaret etmektedir.

5

SİTELER- KAPADOKYA EŞLEŞMESİ

Ankara Kalkınma Ajansı koordinasyonunda Siteler temelli Ankara mobilya sektörüne yönelik olarak gerçekleştirilen toplantı ve mülakatlardan oluşan saha çalışmaları neticesinde atılan adımlardan ilki "Siteler-Kapadokya Buluşması Projesi" olmuştur. Siteler – Kapadokya Buluşması Projesi ile Siteler esnafının ahşap ustalığının Kapadokya'daki butik otel işletmelerinin ihtiyaçlarıyla buluşturulması amaçlanmıştır.27-28 Kasım 2011 tarihlerinde gerçekleşen bu organizasyonla, Siteler'den ahşap oyma, mobilya döşeme, lake ve metal işlerinde ustalaşmış 35 zanaatkâr, Kapadokya'ya götürülerek Ürgüp, Uçhisar ve Mustafa Paşa ilçelerindeki butik oteller ve farklı kurumlardaki yenileme ve ahşap işçiliği iyi uygulamalarını yerinde inceleme fırsatı bulmuşlardır.Bu organizasyon mobilya sektöründeki arz ve talep taraflarını bir araya getirerek görüş alışverişinde bulunmalarına ve ortaklıklar geliştirmelerine zemin hazırlamıştır. Siteler – Kapadokya Buluşması Projesi, Siteler'in ahşap ustalığının Kapadokya turizmine yeni bir cazibe katması ve oluşturulacak işbirlikleri ile Siteler için yeni bir canlanma alanı yaratılması doğrultusunda önemli bir ilk adım olmuştur.

Siteler-Kapadokya Buluşması'nın ilk ayağını Siteler mobilya ustalarının Kapadokya'daki butik otelleri ziyaret ederek bölgedeki yerel motifleri ve özellikleri yansıtan farklı tasarımları yerinde incelemeleri oluşturmuştur. Böylece aynı zamanda bölgenin mobilya konusundaki beklentilerine dair fikir edinilmiştir.

Buluşma'nın ikinci ayağında ise bölgedeki otel işletmecilerinin taleplerini ve Siteler mobilya ustalarının profillerini yansıtan sunumlar gerçekleştirilerek, sektördeki arz ve talep unsurları arasında bir görüş alış-verişi ortamı oluşturulmuştur.



6

SİTELER SAHA ÇALIŞMASI

6.1. METODOLOJİ

Ankara Kalkınma Ajansı tarafından üniversiteler ve sektör temsilcileri ile yapılan toplantıların çıktılarında birisi Siteler'e yönelik bir çalışma stratejisinin oluşturulmasıdır. Bu strateji kapsamında geliştirilen üç öneriden ikisi Siteler envanterinin çıkarılması ve envanter sonuçlarının değerlendirilmesi şeklindedir. Bu doğrultuda, Ankara Kalkınma Ajansı tarafından Siteler gibi mikro ölçekli sanayi ya da yerleşim birimlerine ilişkin veri eksikliğini de göz önünde bulundurularak Siteler'in mevcut durumunu nicel veriler ışığında anlamaya yönelik olarak bir saha araştırmasının yapılmasına karar verilmiştir. Bu çerçevede ODTÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü ile yapılan görüşmeler neticesinde Sitelerde geniş kapsamlı bir saha çalışmasının yapılması için bir protokol imzalanmıştır. ODTÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü lisans ve yüksek lisans öğrencilerinden oluşan 10 kişilik bir anketör ekip kurulmuş, bu ekibe yönelik daha sağlıklı ve güvenilir veri toplanmasına ilişkin öğretim görevlileri tarafından gerekli açıklamalarda bulunulmuştur. Ankara Kalkınma Ajansı ve ODTÜ'nün yürüttüğü ikili görüşmelerle taslak anket formu oluşturulmuş olup bu anket soruları mobilya sektörünü temsil eden meslek odaları yönetimleriyle tartışılarak en uygun olabilecek formata kavuşturulmuştur. EK-1'de verilmiş olan anket sorularının firma sorumlularına yöneltilmesi kararlaştırılmıştır (Ersoy ve Tezcan 2011).

Bu anketlerin Siteler'de yer alan mobilya firmaları tarafından yanıtlanmaları hedeflenmiştir. Mobilya firmaları başlıca üretim, hammadde satış ve teşhir-satış faaliyetleri kapsamında üç ana kategoride tanımlanmıştır. Mobilya kapsamında değerlendirilen alt faaliyet türleri ise ev mobilyası, ofis mobilyası, bahçe mobilyası, tek ürüne özelleşmiş mobilya, lakeci-boyacı, kaplamacı, döşemeci, makine üretimi, marangoz-doğramacı, aydınlatma, perde, kereste, plastik-alüminyum-cam, aksesuar malzeme satıcısı olarak sıralanmıştır. Bu kapsamda, anketin ilk sorusunda firmanın mobilya sektörüne ait olup olmadığı tespit edilerek, diğer sektörlerde yer alan firmalarla ankete devam edilmemiştir. Böylece, anket çalışması kapsamında görüşülen toplamda 5714 firmadan 4097 mobilya firmasına anket uygulanmıştır. Bunların 2964'üne tüm anket sorularını cevaplamış, 843 firma ise sadece ana ve alt faaliyet kollarını belirtmişlerdir. Bu doğrultuda, Siteler'de yer alan 4097 mobilya firması arasında anket çalışmasına katılım oranı % 93 olarak gerçekleşmiştir. Aşağıda her bir sorunun cevaplanma oranı verilmektedir.

Yüksek olarak değerlendirilebilecek bir katılım oranına sahip bu saha çalışmasının bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. Anket uygulamasına katılan bütün firmalar tüm sorulara yanıt vermemiş olup, soruların yanıtlanma oranları farklılık göstermektedir. Ayrıca bu çalışma da firmaların beyanı esas alınmıştır.

6.2. İSTATİSTİKİ ANALİZLER

Uygulanan anketlerin çıktıları düzenli olarak Excel ortamında bir veri tabanına işlenmiş ve ardından bu veriler Minitab istatistik programı ve Excel programı aracılığıyla yapılan çeşitli analizlerde kullanılmıştır. Anket çalışması ile Siteler mobilyasına ilişkin elde edilen verileri üç grupta sınıflandırmak mümkündür. Birinci grupta, mobilya firmalarının faaliyet süresi, şirket türü, çalışan sayısı gibi temel veriler yer almaktadır. Bu bilgiler firmanın büyüklüğüne, yapısına ve geçmişine ilişkin bilgiler vermektedir. İkinci grupta, firmaların faaliyet türü ve kolları ile Ankara içi ve dışındaki ileri-geri bağlantılarına ilişkin temel düzeyde veriler yer almaktadır. Son grupta ise, firmaların Siteler'in mevcut yapısına ve olası yapısal değişimlere ilişkin görüşleri ve orta vadeli planları yer almaktadır.

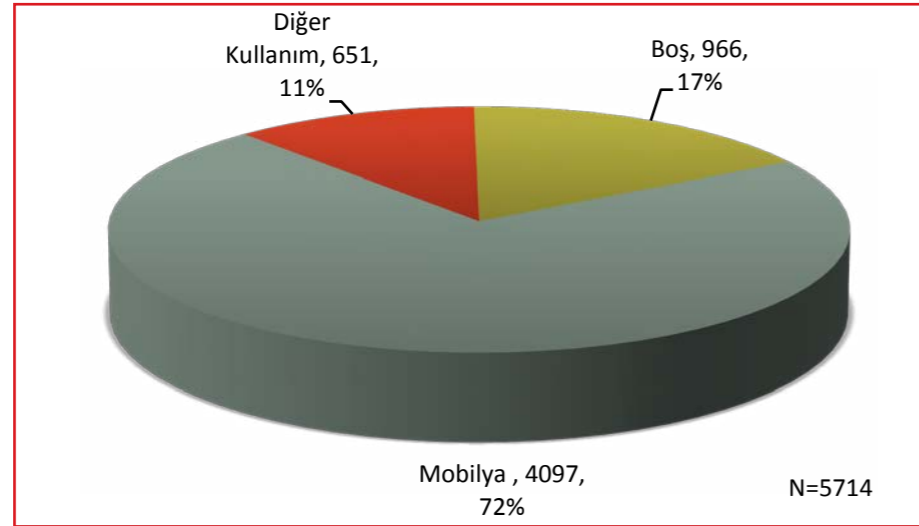
Bu çerçevede, aşağıda soru bazlı olarak yapılan analizler verilmektedir. Her bir soru kapsamında ankete katılan firma sayısı değişkenlik göstermekte olup, analizler ilgili soruyu yanıtlayan firmalar kapsamındadır.

6.2.1. Siteler Mobilya Firmalarına İlişkin Temel Bilgiler

▪ Siteler'de Mobilya Firmalarının Oranı:

Yapılan anket çalışması kapsamında, Siteler'de yer alan ve faaliyet alanı bilinmeyen toplamda 5714 işyeri ziyaret edilmiştir. Anket yapılan yerin kullanım durumuna ilişkin sonuçlara göre, 4097 işyeri (%72) mobilya ve türevlerine yönelik faaliyetlerde bulunurken, 651 işyeri (%11) banka, restoran, market ve muhasebe bürosu gibi mobilya dışı hizmet sektörü kapsamındaki faaliyetler için kullanılmaktadır; kalan 966 işyeri (%17) ise boş durumdadır. Anketin diğer soruları sadece mobilya firmaları tarafından yanıtlanmıştır.

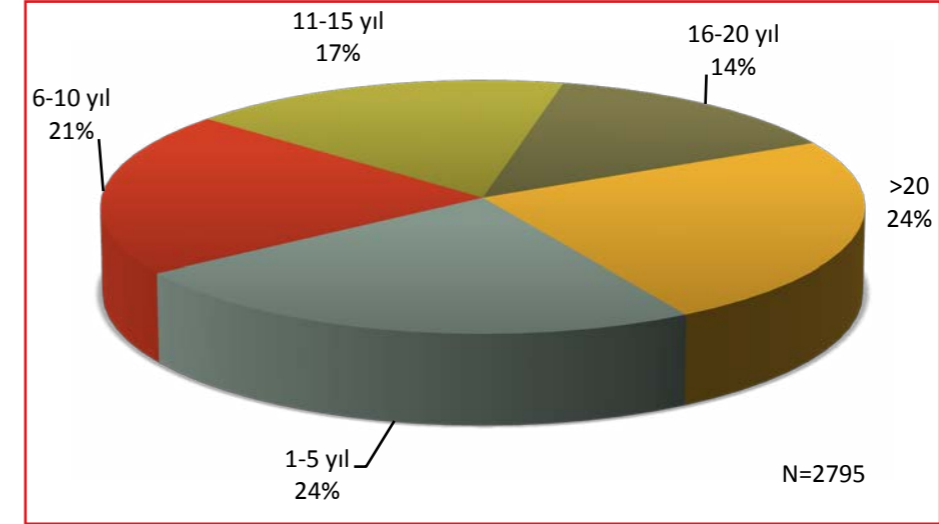
Grafik 6: Siteler'de Yapıların Kullanım Durumu



▪ Firmaların Faaliyet Süresi:

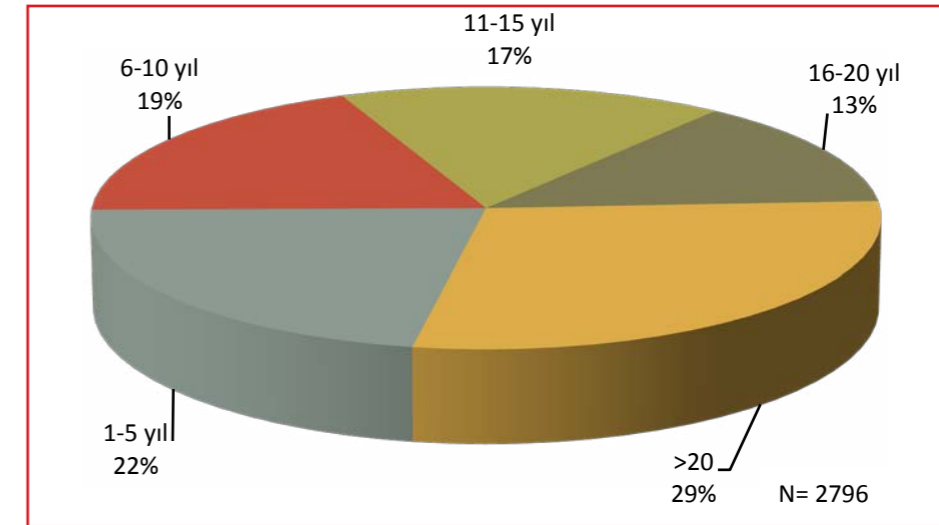
Sitelerde bulunan mobilya firmalarının kaç yıldır bu işi yürüttüklerine ilişkin soruya, 673 firma (%24) 20 yıldan daha fazla, 390 firma (%14) 16-20 yıl, 483 firma (%17) 11-15 yıl arası, 589 firma (%21) 6-10 yıl arası ve 660 firma (%24) 1-5 yıl şeklinde cevap vermiştir. Şekilden de görüleceği gibi Siteler'de bulunan firmalar oldukça köklü firmalar olup kuruluşları çok eskilere dayanmaktadır. Sorunun yanıtlanma oranı % 68'dir.

Grafik 7: Faaliyet Süresine Göre Firma Dağılımları

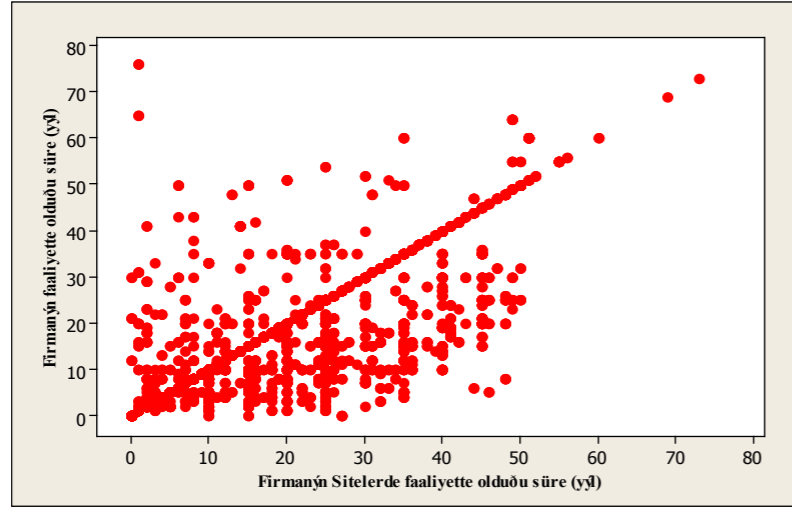


▪ Firmaların Siteler'deki Faaliyet Süresi:

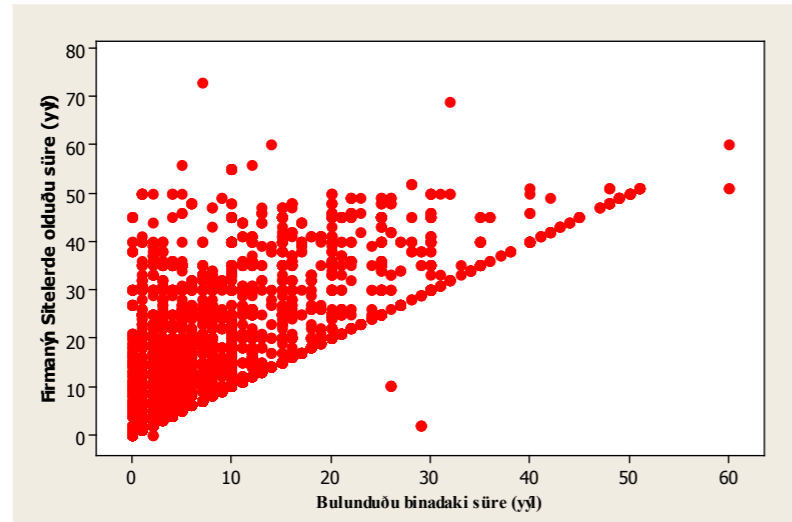
Grafik 8: Siteler'deki Faaliyet Süresine Göre Firma Dağılımları



Firmaların Siteler'de bulunma süresine ilişkin yöneltilen soru kapsamında 801 (%29) gibi büyük bir kısım 20 yıldan daha fazla bir süredir Sitelerde olduğunu beyan ederken, 616 firma (%22) 1-5 yıl, 526 firma (%17) 6-10 yıl, 473 firma (%17) 11-15 yıl ve 380 firma (%13) 16-20 yıl arasında Sitelerde faaliyette bulunduğunu belirtmiştir. Sorunun yanıtlanma oranı % 68'dir.

Grafik 9: Firmaların Faaliyet Süresinin Siteler'deki Faaliyet Süresi ile İlişkisi

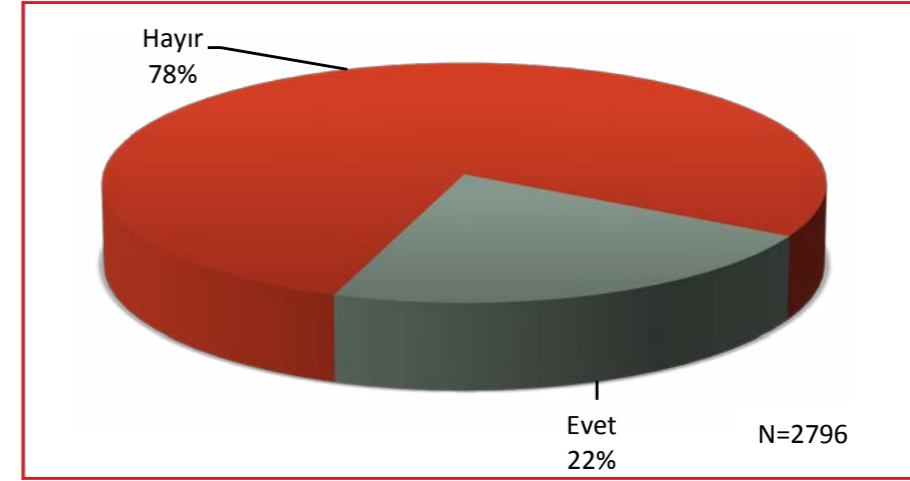
Grafik 9'de firmaların faaliyette olduğu süre ile Sitelerde bulunduğu sürenin karşılıklı etkileşimi üzerine durulmuştur. Bu grafikte de görüldüğü üzere faaliyette olduğu süre ile Sitelerde bulunduğu sürenin arasında doğrusal bir ilişki olmakla birlikte bazı firmaların uzun yıllar mobilyacılık alanında faaliyette olduğu halde sadece birkaç yıldır Sitelerde faaliyette olduğunu göstermektedir. Bu da Siteler mobilyasının Ankara mobilya sektöründeki önemli yerini göstermektedir.

Grafik 10: Firmanın Siteler'deki Faaliyet Süresinin Bulunduğu Binadaki Süre ile İlişkisi

Grafik10 ise Sitelerde yer alan firmaların kaç yıldır Siteler'de olduğu ve buldukları binada kaç yıldır faaliyetlerini sürdürdükleri verilmektedir. Bu grafikten de Siteler'de yer alan firmaların neredeyse tamamının ilk kuruldukları binada olmayıp yer değişikliği yaptıklarını göstermektedir.

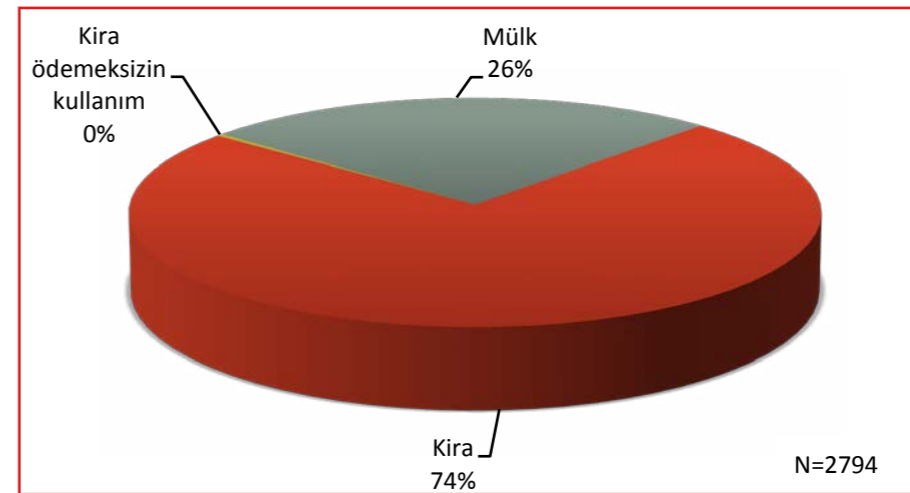
▪ Firmaların Siteler İçinde Çoklu Yapılanmaları:

Siteler içerisinde mobilya üretim ve satışı yapan firmaların "Sitelerde başka bir atölye ve/veya teşhir salonunuz var mı?" sorusuna %22'si (618firma) "Evet" yanıtı vermiştir. Bu da aynı şirkete ait birden fazla üretim atölyesi ve/veya teşhir salonu olduğunu göstermektedir. Geriye kalan %78'lik kısım (2178firma) ise herhangi bir atölyesi ve/veya teşhir salonu olmadığını ifade etmiştir. Sorunun yanıtlanma oranı % 68'dir.

Grafik 11: Firmalarda Çoklu Yapılanma Oranı

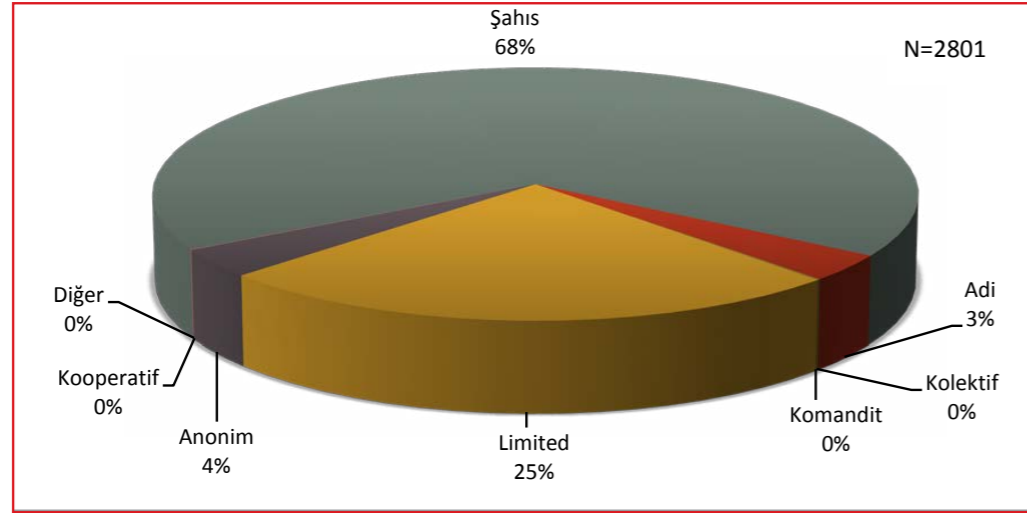
▪ Firmaların Mülkiyet Durumu:

Firmaların mülkiyet durumu sorulduğunda % 74(2059firma) gibi yüksek bir oranı kirada bulunduğunu, % 26'ı (726firma) ise mülk sahibi olduğunu ve % 1'inden azı (9 firma) kira ödemeksizin kullandığını beyan etmişlerdir. Sorunun yanıtlanma oranı % 68'dir.

Grafik 12: Firmaların Mülkiyet Durumuna Göre Dağılımı

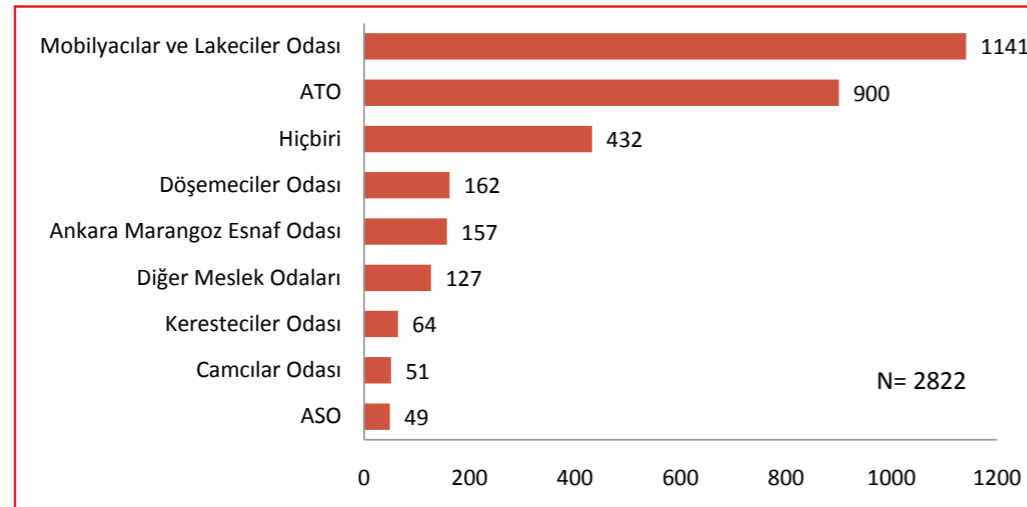
▪ Şirket Türü:

Firmaların hangi şirket türüne bağlı buldukları sorulduğunda 1891firma (%68) şahıs şirketi olduğunu, 706firma (%25) limited şirketi olduğunu, 97firma (%3) adi şirket ve 102 firma (%4) ise anonim şirket olduğunu ifade etmişlerdir. Şahıs şirketlerin oranının çokluğu, Sitelerdeki mikro yapılanmanın ve küçük ölçekli üretimin yaygınlığının bir başka göstergesidir. Sorunun yanıtlanma oranı % 68'dir.

Grafik 13: Firmaların Şirket Türüne Göre Dağılımı

▪ Kayıtlı Olunan Meslek Odası/Kuruluşu:

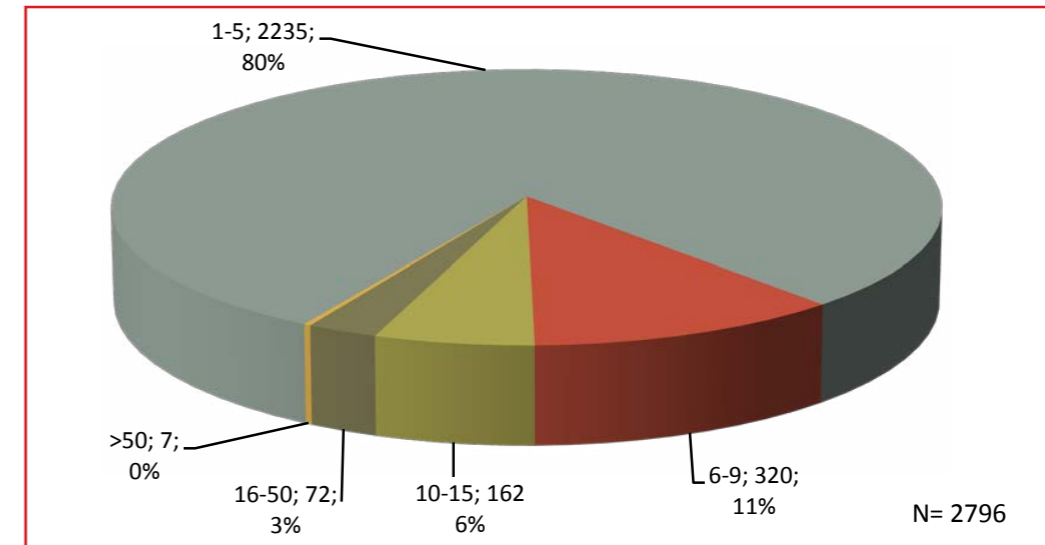
Firmaların hangi meslek odası veya kuruluşuna üye olduğuna ilişkin soru kapsamında, 1141 firma Mobilyacılar ve Lakeciler Odası'na, 900 firma Ankara Ticaret Odası'na, 162 firma Döşemeciler Odasına, 157 firma Ankara Marangoz ve Esnaf Odası'na, 127 firmanın diğer meslek odalarına kayıtlı olduğu ve 432 firmanın ise hiçbir meslek odası ve kuruluşuna üye olmadıkları dikkati çekmektedir. Yasa gereği şahıs şirketi bile olsa Ankara Ticaret Odası, Ankara Sanayi Odası veya diğer meslek odalarından birisine kayıt zorunluluğu bulunmaktadır. Bazı şirketler birden fazla meslek kuruluşuna üye olabilmektedir. Anket değerlendirmesinde üye olunan iki meslek kuruluşu da değerlendirmeye alınmıştır. Bu kapsamda 250 civarında firma en az iki meslek kuruluşuna kayıtlıdır. Sorunun yanıtlanma oranı % 69'dur.

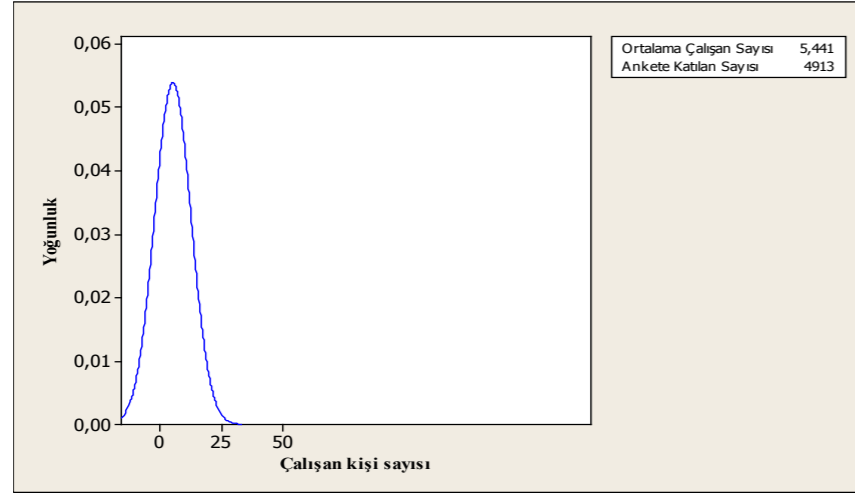
Grafik 14: Kayıtlı Olunan Meslek Kuruluşuna Göre Firma Sayıları

▪ Çalışan Sayıları:

Firmalarda çalışan sayısına bakıldığında, 2235 firmanın (% 80) 1 ile 5 arasında kişi çalıştırdığını, 320 firmanın (%11) 6-9 kişi arası, 162 firmanın (% 6) 11-15 kişi arası, 72 firmanın (%3) 16-50 kişi arası ve yalnızca 7 firmanın (%0,3) >50'den fazla işçi çalıştırdığı görülmektedir. Bu sorunun yanıtlanma oranı % 68'dir.

Grafik 15'ten de görüleceği gibi Siteler'de üretimde bulunan firmaların büyük bir kısmı mikro işletmelerdir. 18.05.2005 tarihli ve 25997 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik" gereğince KOBİ'ler üç grupta sınıflandırılmaktadırlar. Buna göre, 250 kişiden az 50 kişiden fazla yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 25 milyon TL'yi aşmayan işletmeler orta büyüklükteki işletmeler; 50 kişiden az 10 kişiden fazla yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 5 milyon TL'yi aşmayan işletmeler küçük işletme; 10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 1 milyon TL'yi aşmayan çok küçük ölçekli işletmeler ise mikro işletme olarak tanımlanmaktadır. Bu çerçevede, çalışan sayısına göre değerlendirildiğinde Siteler'de orta ölçekli işletme tanımına uyan yalnızca % 0,3'lük bir dilim bulunmaktadır. Aynı tanımlama dikkate alındığında, mikro işletmelerin oranının % 91 olduğu ve küçük işletmelerin oranının ise %9 olduğu görülmektedir.

Grafik 15: Firmaların Çalışan Sayısına Göre Dağılımı

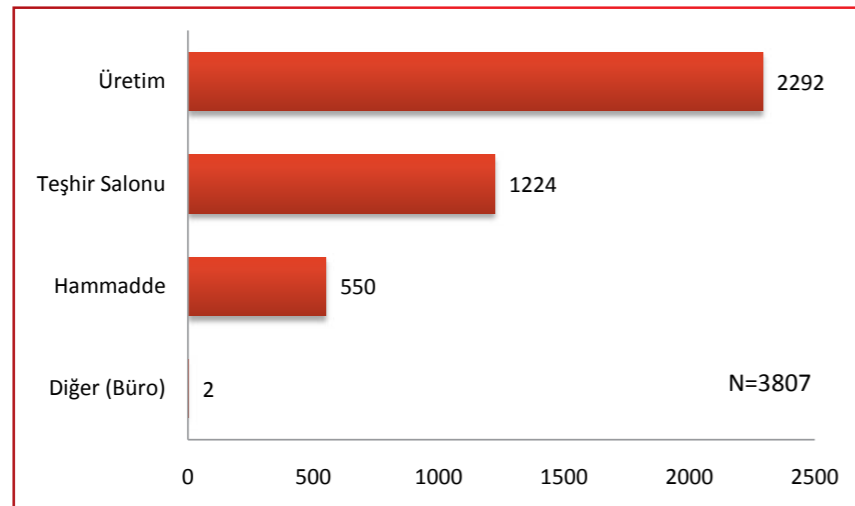
Grafik 16: Firmalarda Çalışan Ortalama Kişi Sayısı

Grafik16'da Siteler'deki firmalarda çalışanların yoğunlaşma oranı verilmiştir. Buna göre Sitelerde çalışan sayısının ortalama 5 kişi olduğu görülmektedir.9. Kalkınma Planı (2007-2013) KOBİ Özel İhtisas Komisyonu Raporuna göre; imalat sanayinde üretimde bulunan işletmelerin yaklaşık % 90'ı mikro ölçekli işletmedir (DPT, 2006b). Buradan da görüldüğü gibi Siteler'de üretim yapan firmaların ölçekleri ülkemiz imalat sanayisi ile karşılaştırıldığında oldukça benzer bir yapıyı görmek mümkündür.

6.2.2. Faaliyetler ve İleri-Geri Bağlantılar

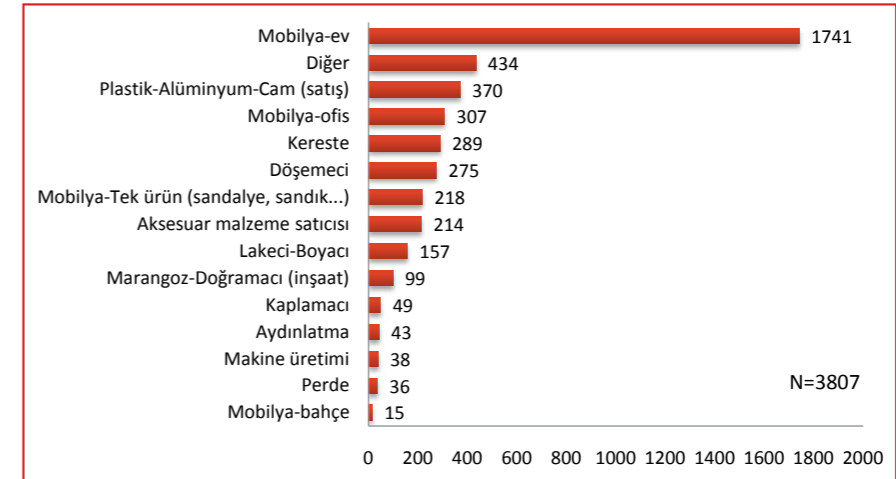
▪ Faaliyet Türleri:

Firmaların faaliyet türüne bakıldığında 2292firma üretim, 1224firma teşhir salonu ve satış, 550firma ise hammadde sağlayıcı olarak Sitelerde faaliyette bulunmaktadır. Bu firmalardan yaklaşık 380'ibu faaliyet türlerinden ikisini birden gerçekleştirmektedirler. Sorunun yanıtlanma oranı % 93'tür.

Grafik 17: Faaliyet Türüne Göre Firma Sayıları

▪ Faaliyet Kolları:

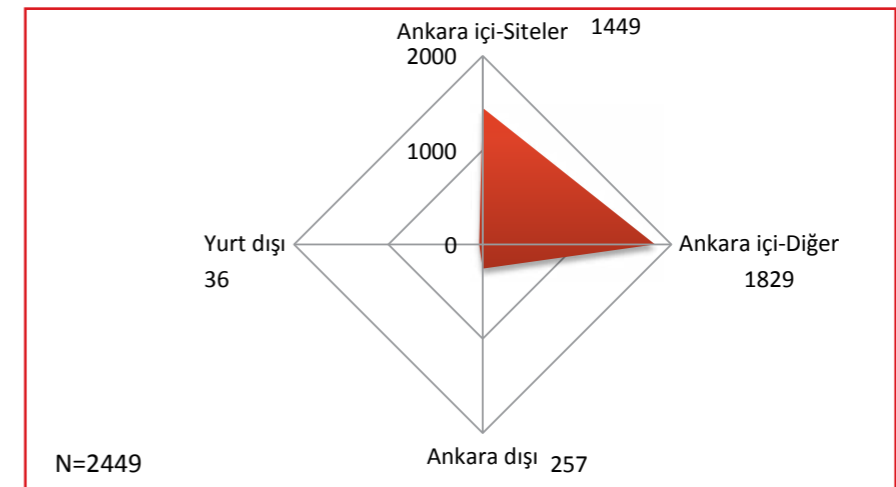
İşyerlerinin üretimde bulunduğu faaliyet kolları incelendiğinde 1741firma mobilya ve ev üzerine üretimde bulunduğu, 370 firma plastik-alüminyum-cam, 307firma mobilya-ofis, 275 firma döşemeci, 218firma mobilya tek ürün, 214 firma aksesuar malzeme satıcısı, 157 firma lakeci-boyacı ve 293firma ise diğer üretim dallarında faaliyette bulunmaktadır. Anket uygulanan bu firmalar arasında500'ünüzerinde firma bu faaliyet kollarından ikisini birden gerçekleştirmektedirler. Sorunun yanıtlanma oranı % 93'tür.

Grafik 18: Faaliyet Koluna Göre Firma Sayıları

▪ İleri-Geri Bağlantılar:

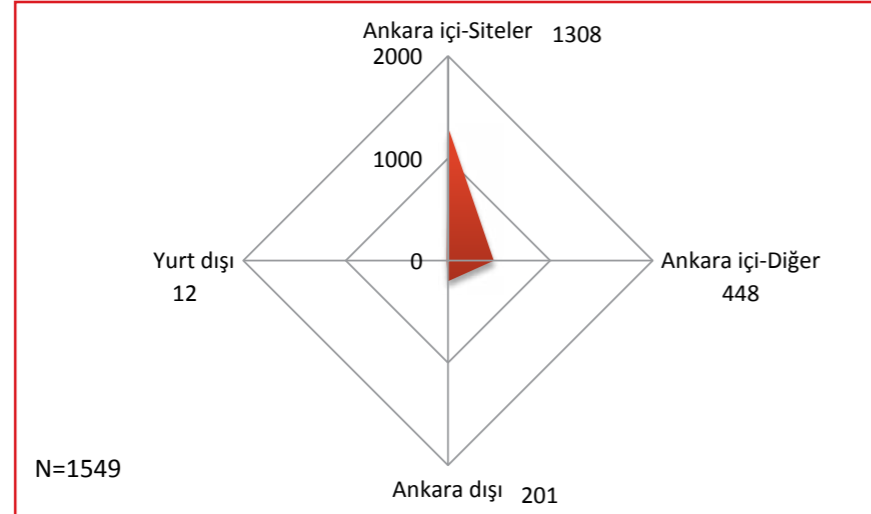
Firmalara, Siteler, Ankara, ulusal ve yurtdışındaki ileri ve geri bağlantılarını anlamak adına ürünlerini nereye sattıkları ve nereden aldıkları soruları yöneltilmiştir.

Buna göre, 1829firmanın Ankara içinde ve Siteler dışında, 1449firmanın Siteler'de, 257firmanın Ankara dışına ve yalnızca 36firmanın yurtdışına satış yaptığı tespit edilmiştir. Yaklaşık 1130 firma bu seçeneklerin her ikisinde birden satışını gerçekleştirmektedir. Ankara dışına satılan ürünler İstanbul, Kastamonu, İzmir, Yozgat ağırlıklı olmak üzere Türkiye'nin birçok yerine satılmaktadır. Yurt dışında ise İran, Irak, Türkmenistan, Azerbaycan ve İngiltere gibi ülkelere satış yapılmaktadır. Bu sorunun yanıtlanma oranı % 60'tır.

Grafik 19: Satış Yapılan Destinasyona Göre Firma Sayıları

Firmaların ürünlerini nereden satın aldıkları incelendiğinde ise,1308firmanın ürünlerini Siteler esnafından, 448firmanın Ankara içindeki diğer şirketlerden,201firmanın Ankara dışından ve12firmanın yurtdışından alım yaptıkları izlenmiştir.Yaklaşık 420 firma bu seçeneklerin her ikisinden birden alım gerçekleştirmektedir. Ankara dışından satın alınan ürünler çoğunlukla İstanbul, Bursa İnegöl ve Kayseri'den satın alınmaktadır. Yurt dışından alınan mobilyaların ülke orijinleri ise Uzakdoğu, Çin ve Kore'dir. Bu sorunun yanıtlanma oranı % 38'dir.

Grafik 20: Alım Yapılan Destinasyona Göre Firma Sayıları

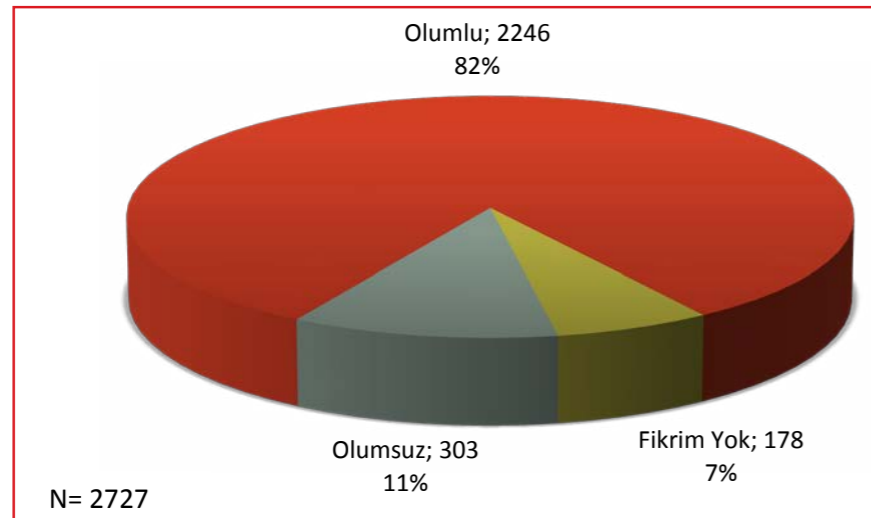


6.2.3. Markalaşma ve Ortaklık Geliştirme gibi Yapısal Değişimlere Bakış ve Mevcut Duruma İlişkin Görüşler

▪ Markalaşmaya Bakış:

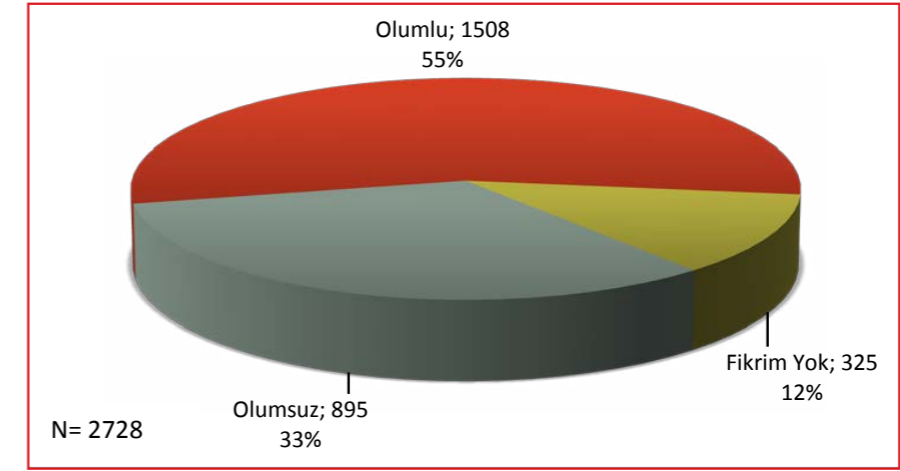
Firmalara markalaşma konusundaki görüşleri sorulduğunda, 2246 firma (% 82) marka yaratma fikrine sıcak bakarken,303firma (%11) markalaşmayaolumsuz baktıklarını ifade etmiş ve 178firma (%7) ise bu konuda fikri olmadığını belirtmiştir. Sorunun yanıtlanma oranı % 67'dir.

Grafik 21: Firmaların Markalaşmaya Bakışına Göre Dağılımı



Ortak bir marka altında toplanma konusundaki görüşleri sorulduğundaise, 1508firma (%55) olumlu, 895firma (%33) olumsuz ve 325firma (%12) ise fikrim yok şeklinde cevap vermiştir. Sorunun yanıtlanma oranı % 67'dir.

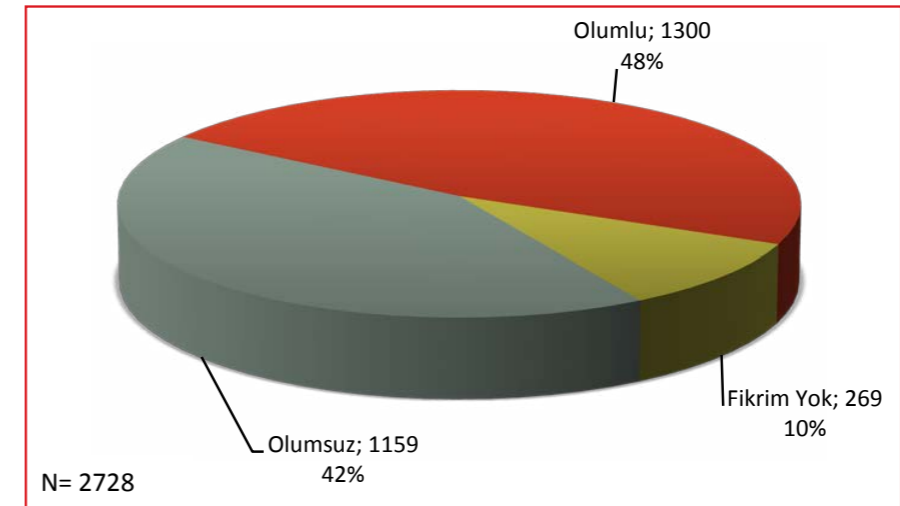
Grafik 22: Firmaların Ortak Bir Marka Altında Toplanmaya Bakışına Göre Dağılımı



▪ Ortaklık GeliştirmeyeBakış:

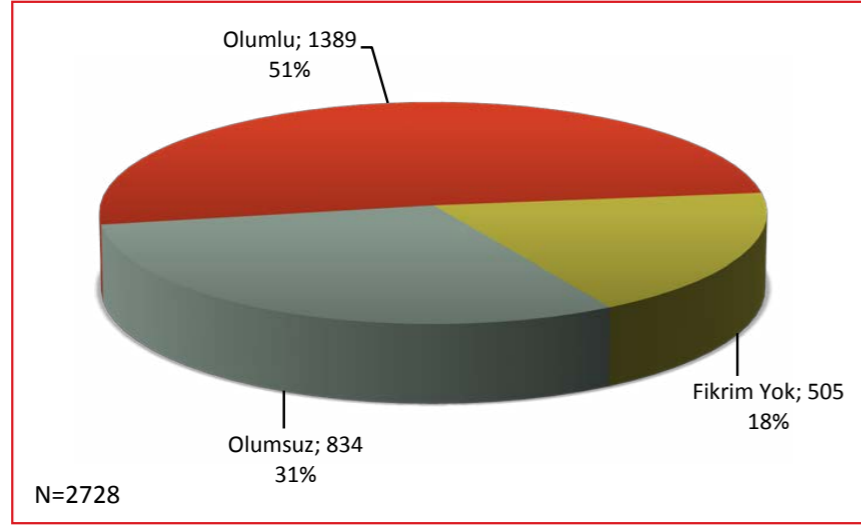
Firmalar arasında ortaklıklar kurulması fikrine 1300 firma (% 48) olumlu bakarken,1159 firma (%42) gibi büyük bir kesim de olumsuz baktığını belirtmiştir.269 firmanın (%10) ise bu konuda fikri yoktur. Sorunun yanıtlanma oranı % 67'dir.

Grafik 23: Firmaların Ortaklık Geliştirmeye Bakışına Göre Dağılımı

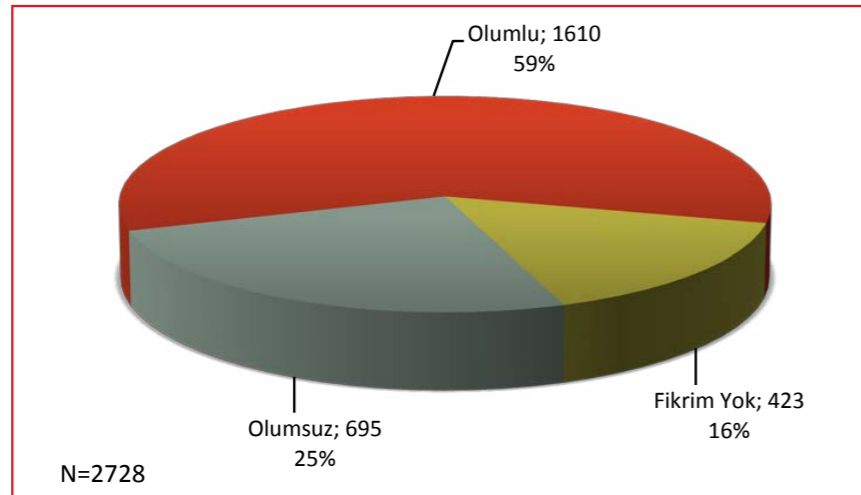


Ortak Merkezler Kurulmasına Bakış:

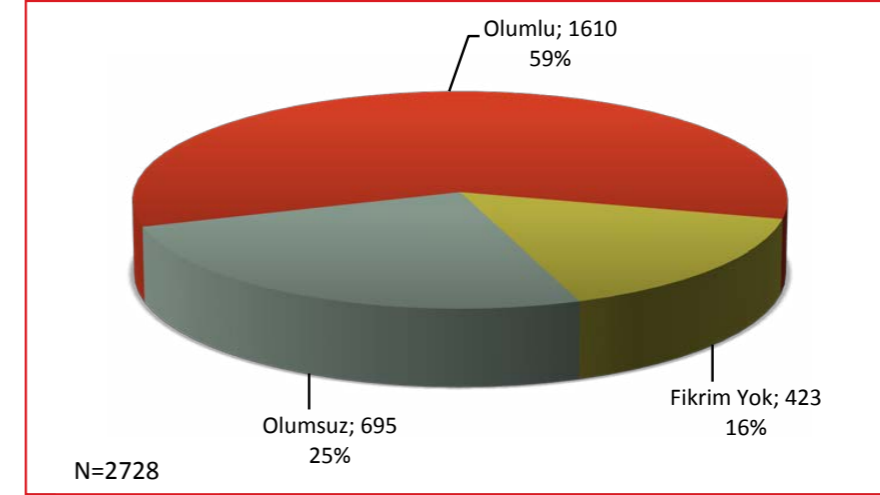
Firmalara hizmet edecek ortak bir Makine Merkezi kurulması fikrine 1389 firma (% 51) olumlu yaklaşırken, 834 firma (% 31) olumsuz fikir beyan etmiştir. 505 firmanın (%18) ise fikri bulunmamaktadır. Sorunun yanıtlanma oranı % 67'dir.

Grafik 24: Firmaların Ortak Bir Makine Merkezi Kurulmasına Bakışına Göre Dağılımı

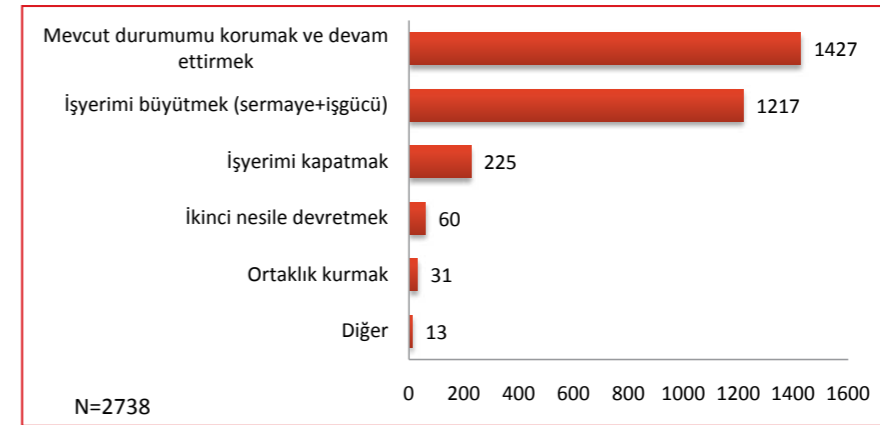
Hammadde Satış Merkezi kurulmasına 1610 firma (% 59) olumlu 695 firma (%25) olumsuz bakarken, 423 firmanın (%16) ise bu konuda fikri bulunmamaktadır.

Grafik 25: Firmaların Ortak Bir Hammadde Satış Merkezi Kurulmasına Bakışına Göre Dağılımı

Mobilya sektörüne yönelik bir Tasarım Merkezi kurulması fikrine 2186 firma (%80) olumlu yaklaşırken, yalnızca 343 firma (%13) olumsuz yaklaşmış ve 199 firma (%7) fikrinin olmadığını beyan etmiştir. Sorunun yanıtlanma oranı % 67'dir.

Grafik 26: Firmaların Ortak Bir Tasarım Merkezi Kurulmasına Bakışına Göre Dağılımı**Orta Vadeli Planlar:**

Firmalara gelecek 5 yıl içerisinde ne yapmayı planladıkları sorulduğunda, 1217 firma işyerini büyütmek istediğini, 1427 firma mevcut durumunu korumak istediğini, 225 firma işyerini kapatmayı düşündüğünü, 60 firma işyerini ikinci nesle devretmeyi düşündüğünü, sadece 31 firma ise ortaklık kurmayı planladığını ve 13 firma diğer seçeneğini belirtmiştir. Bu firmalardan 235'i iki planı birden düşündüklerini ifade etmişlerdir. Sorunun yanıtlanma oranı % 67'dir.

Grafik 27: Firmaların Orta Vadeli Planlarına Göre Dağılımı

▪ Sitelerin En Önemli Sorunu:

Sitelerin en önemli sorununa yönelik olarak verilen yanıtların 1374'ü (%25,7) çevre ve enerji sorunu, 879'u (%16,4) sektörde kalifiye eleman bulma sıkıntısı, 805'i (%15) sermaye yetersizliği, 637'si (%11,9) araştırma ve geliştirme sorunu, 606'sı (%11,3) güçlü bir örgütlenmenin olmaması, 394'ü (%7,4) uluslararası bir fuar alanının olmaması, 203'ü (%3,8) Çin'den yapılan ithalatın artması ve 136'sı (%2,5) hammadde tedarik sorunu altında toplanmıştır. Sorunun yanıtlanma oranı %67'dir.

Tablo 7: Sitelerin En Önemli Sorunlarının Yüzde Dağılımı

Sorunlar	%
Çevre ve enerji sorunları	25,7
Sektörde kalifiye eleman sorunu	16,4
Sermaye yetersizliği	15,0
Araştırma ve geliştirme sorunu	11,9
Güçlü bir örgütlenmenin olmaması	11,3
Uluslararası bir fuar alanının olmaması	7,4
Çin'den ithalatın artması	3,8
Hammadde tedarik sorunu	2,5
Tasarım çalışmalarının yetersizliği	2,2
Sektörün güvenilir envanter kaydının bulunmaması	1,8
Nakliye, stok ve üretim sorunları	1,6
Üniversite-Sanayi işbirliğinin yetersiz olması	0,4

Grafik 28: Sitelerin En Önemli Sorunlarının Firma Sayısına Göre ve Yüzde Dağılımı

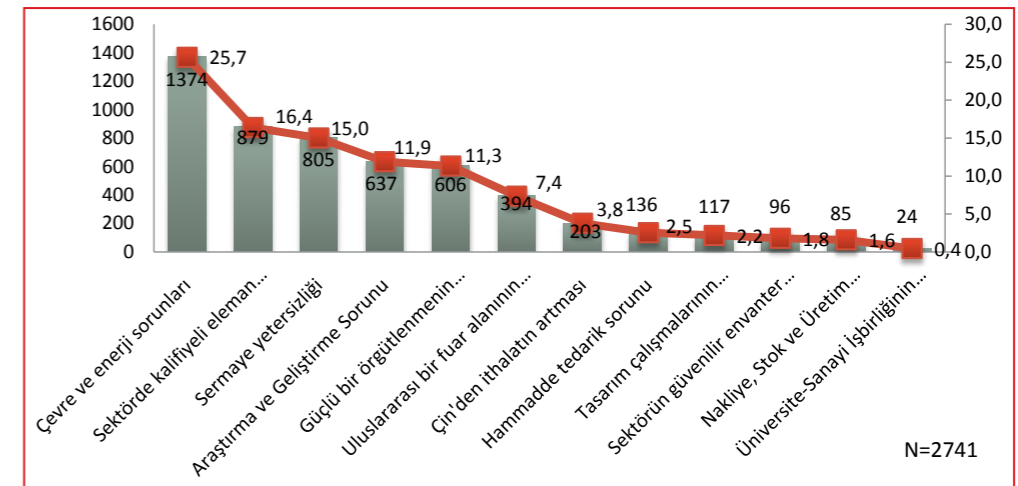
Anket çalışması kapsamında dile getirilen bu sorunların önemli bir kısmı, Ankara Kalkınma Ajansı tarafından gerçekleştirilen toplantı ve mülakatlardan oluşan saha çalışmalarında dile getirilen sorunlarla örtüşmektedir. Bu çalışmalarda belirtilen sorunların en önemlileri; Siteler'deki esnafın küçük işletmelerden oluşması ve bu yüzden endüstrileşememesi, işletmelerde tasarım kültürünün yetersiz olması, imalatın azalarak üretim firmalarının teşhir yerlerine (showroom) dönüşmesi, Siteler'in doğal sınırlarına ulaşması sebebiyle genişleme ve büyüme potansiyelinin olmaması, kayıt dışı üretimin olması, esnafın günü kurtarma biçimini benimseyip bu yönde hareket etmesi, işletmelerin standartlaşma ve kurumsallaşma yetersizlikleri ve şu anda Sitelerin yerleştiği arsa değerinin kendinden çok daha fazla olması şeklinde olmuştur. Bu bağlamda, önceden gerçekleştirilen saha çalışmaları kapsamında Siteler'e ilişkin olarak tanımlanan yapısal ve konjonktürel sorunlar anket çalışması kapsamında Siteler esnafının tarafından da teyit edilmiş niteliktedir.

6.3. SAHA ÇALIŞMASI SONUÇLARI

ODTÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü tarafından yapılan Siteler saha çalışması sonuçlarına göre, anket uygulaması gerçekleştirilen mobilya firmalarına ilişkin aşağıdaki unsurlar ön plana çıkmaktadır:

- Siteler'de yer alan 5714 kullanım alanının %72'si mobilya ve türevlerine yönelik ve %11'i tamamlayıcı ve hizmet sektörlerinde faaliyet göstermekte olup %17'si atıl durumdadır.
- Mobilya firmaların %68'si şahıs şirketi olması Siteler mobilyasının kurumsallık düzeylerinin oldukça düşük olduğunu göstermektedir.
- Siteler mobilya firmalarının %91 gibi büyük çoğunluğu 1-9 çalışan istihdam eden mikro işletmelerdir. Siteler genelinde üretim yapan firmaların ortalama çalışan sayısı ise 5'tir. Orta ölçekli firmaların oranı ise yalnızca %0,3'tür. Bu durum Siteler mobilyasının herhangi bir ölçek ekonomisine sahip olmadığına işaret etmektedir.
- Çoğu firma markalaşma yoluna gitmeleri gerektiğinin bilincindedirler. Firmaların %82'si markalaşmaya olumlu fikir beyan etmiştir. Bununla birlikte ortak bir marka yaratma fikrine olumlu bakanlar %55 oranında olup, %33'i olumsuz fikir beyan etmiştir. Dolayısıyla firmaların ortak bir marka altında toplanma istekleri kendi markalarını yaratma isteğinden daha düşük düzeydedir.
- Buna paralel olarak, ortaklık kurulması fikrine firmaların %48'i olumlu bakarken, %42 gibi önemli bir kısmı olumsuz bakmaktadır.
- Gene aynı paralelde, ortak bir Makine Merkezi ve Hammadde Satış Merkezi kurulması fikrine olumlu bakanların oranı sırasıyla %51 ve %59 olup, Tasarım Merkezi kurulması fikrine olumlu bakan firmaların oranı ise %80 gibi yüksek bir düzeydedir. Bu da göstermektedir ki, firmalar temel üretim ve satış faaliyetlerinden ziyade, markalaşma ve kendi markalarını yaratabilme gibi konulara yönelik merkez ve ağırlara daha olumlu yaklaşmaktadırlar.

Grafik 28: Sitelerin En Önemli Sorunlarının Firma Sayısına Göre ve Yüzde Dağılımı



- Sitelerin mevcut durumdaki en önemli sorunu konusunda, firmaların önemli bir kısmı çevre ve enerji sorunlarının altını çizmekte olup; kalifiye eleman sıkıntısı, sermaye yetersizliği, araştırma ve geliştirme eksikliği ve güçlü bir örgütlenme eksikliği de diğer önem verilen sorunlar arasında yer almaktadır. Firmaların yalnızca % 2,2'si tasarım yetersizliğini en önemli iki sorun arasına koymaktadır.
- Firmaların orta vadeli planları göstermektedir ki, firmaların yaklaşık yarısı işyeri kapasitesini büyütme, yarısı ise mevcut durumunu korumak istemektedirler.

6.4. KARŞILAŞTIRMALI VE MEKANSAL ANALİZLER

Siteler saha çalışması kapsamında elde edilen çıktılar, Altındağ Belediyesi tarafından sağlanan parsel verisi doğrultusunda CBS ortamında işlenerek çeşitli mekansal haritaların elde edilmesine olanak sağlamıştır. Ayrıca, firmaların belirli özellikleri doğrultusunda anket çıktılarına karşılaştırmalı bir perspektiften yaklaşım çeşitli tespitleri ortaya çıkarmıştır.

Siteler mobilya firmaları temel olarak üretim, satış ve pazarlama ve hammadde üretimi ve satışı alanlarında faaliyet göstermektedirler. Bazı firmalar ise bu üç alandan ikisini birlikte gerçekleştirmektedir. Harita 1'de Siteler mobilya firmalarının faaliyet alanına göre dağılımı verilmektedir. Harita anket çalışması kapsamında faaliyet alanı belirtilen 3800 civarında firmayı göstermektedir.

Haritadan da görüleceği gibi yalnızca üretim (2097firma) ve yalnızca satış (850) yapan firmalar çoğunluktadır. Üretim ve satış faaliyetleri mekansal bir yoğunlaşma göstermektedir. Üretim yapan firmalar Siteler'in kuzey bölümünde yoğunlaşırken, Karacakaya Caddesi merkezli güney bölümünde teşhir salonları yoğunlaşmıştır. Faaliyet alanını belirten 183 civarında firma hem üretim hem satış faaliyeti gerçekleştirmekte olup, Siteler bölgesinin tamamına yayılmıştır. Yalnızca hammadde üretim ve satışı gerçekleştiren firmalar da Siteler'in kuzey bölümünde konumlanmakta olup, bunların sayısı 455 civarındadır. Bunun yanı sıra, hem üretim hem hammadde satışı gerçekleştiren 12 ve hem hammadde hem de mobilya satışı gerçekleştiren 83 firma mevcuttur.

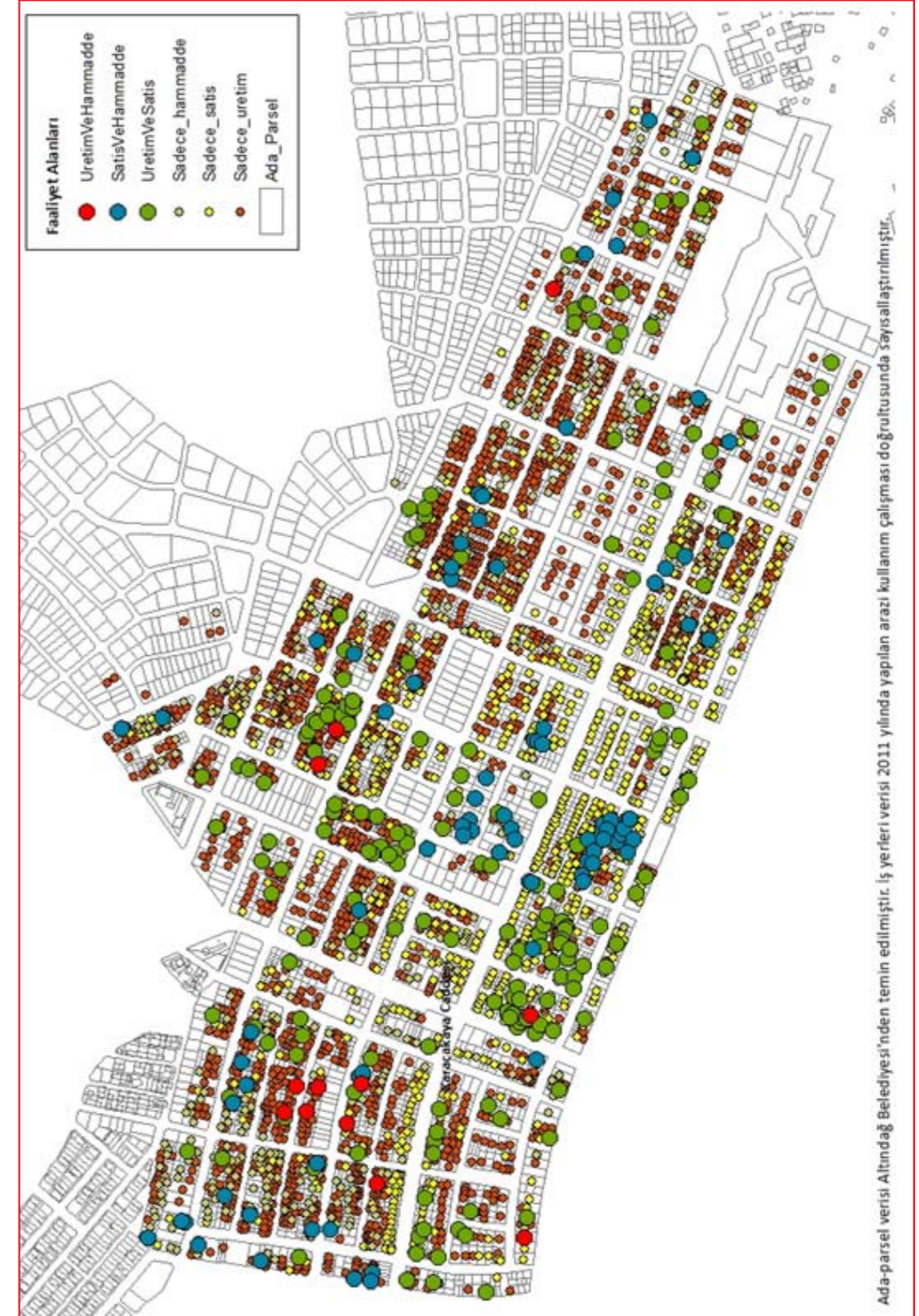
Yukarıda da belirtildiği gibi, Siteler mobilya firmalarının büyük bir bölümü mikro ölçekli olup, orta ölçekli firmaların sayısı oldukça azdır. Harita 2 bu firmaların çalışan sayısına göre mekansal dağılımını göstermektedir. Haritadan da görülebileceği Siteler'in tamamında mikro ölçekli işletmeler hakim olup, bunu küçük ölçekli işletmeler takip etmektedir. Siteler'de yapılan anket kapsamında 2558 mikro ölçekli, 234 küçük ölçekli firma yer almıştır. Ankete katılan orta ölçekli firmalar ise ancak tek basamaklı ifade edilebilecek sayıdadır.

Çalışan sayılarına göre Siteler'de faaliyet gösteren mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerin satış/pazar bağlantılarının düzeyi ölçek büyüklüğü ile pazar büyüklüğü arasında doğrusal bir ilişki olduğunu açıkça göstermektedir. Mobilya firmalarının çalışan sayılarına göre Ankara dışı ve yurt dışı satış destinasyonlarına bakıldığında, daha büyük ölçekte faaliyet gösteren firmaların daha büyük bir pazara hitap edebildikleri görülmektedir. Mikro ölçekli firmaların büyük çoğunluğu ancak Ankara içinde satış yapabilmektedirler. Anket çalışması kapsamında, Ankara dışı yurt içi pazarlara ürün satan firmaların toplam firmalara oranı mikro ölçekli işletmelerde % 8,57 iken, küçük ölçekli işletmelerde % 26,42, orta ölçekli işletmelerde ise % 25'dir. İhracat yapan firmaların toplam firmalara oranı ise mikro ve küçük ölçekli işletmelerde sırasıyla % 1,11 ve % 2,59 iken, orta ölçekli işletmelerde % 25'tir. Harita 3 satış yapılan pazarlara göre firmaların Siteler Bölgesi'ndeki dağılımını; Harita 4 ise aynı dağılımı firma ölçekleri özelinde göstermektedir. Ölçek büyüklüğü ile dış pazarlara bağlantılar arasındaki doğrusal ilişki mekansal düzlemde de görülmektedir.

Tablo 8: Çalışan Sayısına Göre Firmaların İleri Bağlantıları

Ürün Pazarı	Çalışan Sayısı		
	0-9	10-49	50->
Ankara İçi (%)	90,32	70,98	50,00
Ankara Dışı (%)	8,57	26,42	25,00
Yurt Dışı (%)	1,11	2,59	25,00
Yüzde Toplam	100	100	100

Harita 1: Faaliyet Alanına Göre Firmaların Mekansal Dağılımı



Harita 2: Çalışan Sayısına Göre Firmaların Dağılımı



Siteler'de gerçekleştirilen saha çalışmasının en önemli amaçlarından ve sonuçlarından birisi Siteler'de yer alan mobilya firmalarının markalaşma, ortak marka yaratma, ortaklık kurma, ortak mekezzler kurma gibi süreçler konusundaki bakış açılarını tespit edebilmektir. Bu kapsamda, Harita 5-10 anket çalışmasına katılan mobilya firmalarının bu süreçler konusundaki görüşlerinin firma ölçeklerine göre mekansal dağılımlarını göstermektedir. Bu haritalar doğrultusunda mobilya firmalarının bu süreçler hakkındaki eğilimleri şu şekilde sıralandırılabilir:

- Firmaların genelinde markalaşma konusunda olumlu fikir beyan edilesi, markalaşmanın gerekliliğine olan inancı ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, ortak marka altında toplanmak ve ortaklık kurmak fikri benzer bir olumlu tablo yansıtmamakta, olumsuz fikirler baskın bir şekilde ortaya çıkmaktadır (Harita 5-7). Sırasıyla markalaşma, ortak marka altında toplanma ve ortaklık kurma fikirlerine olumlu beyan edenlerin oranları azalmakta ve olumsuz fikir beyan edenlerin oranları artmaktadır. Tablo 9 ankete sorularını yanıtlamış firmalar arasında bu görüşlerin oranlarını göstermektedir.

Tablo 9: Firma Görüşlerinin Ölçeklere Göre Dağılımı

Görüşler	Mikro Ölçekli	Küçük Ölçekli	Orta Ölçekli
Markalaşma (%)			
Olumlu	82,01	86,03	66,67
Olumsuz	11,20	9,61	16,67
Fikrim yok	6,75	3,93	16,67
Ortak Marka Altında Toplanma (%)			
Olumlu	55,86	49,34	33,33
Olumsuz	31,97	41,48	50,00
Fikrim yok	12,17	9,17	16,67
Ortaklık Kurma (%)			
Olumlu	47,79	45,85	50,00
Olumsuz	42,41	43,67	33,33
Fikrim yok	9,80	10,48	16,67
Toplam	100,00	100,00	100,00

- Markalaşma, ortak marka altında toplanma ve ortaklık kurma fikirlerine bakış açısıyla bu çalışmada çalışan sayısına göre tanımlanan firma ölçeğiarasında bir ilişki kurmak mümkündür. Buna göre özellikle mikro ve küçük ölçekli firmalar kıyaslanacak olursa¹, ölçek büyüdükçe markalaşmanın önemi artmaktadır. Bununla birlikte, ölçek büyüdükçe ortak marka geliştirme ya da ortaklık kurma fikrine olumsuz bakış artan bir şekilde artmaktadır. Dolayısıyla, çalışan sayısı daha fazla olan firmalar kendi markalarını geliştirmeye daha sıcak bakmaktadır.

- Ortak tasarım, hammadde satış ve makine merkezleri kurulması noktasında da benzer bir tablo görülmektedir. Tasarım merkezi kurulması konusunda hakim görüş olumlu yönde iken, satış ve üretim süreçlerinin ortak bir merkezde toplanması konusunda olumsuz fikirler artmaktadır (Harita 8-10).

Harita 3: Firmaların Satış Yaptığı Pazarlar



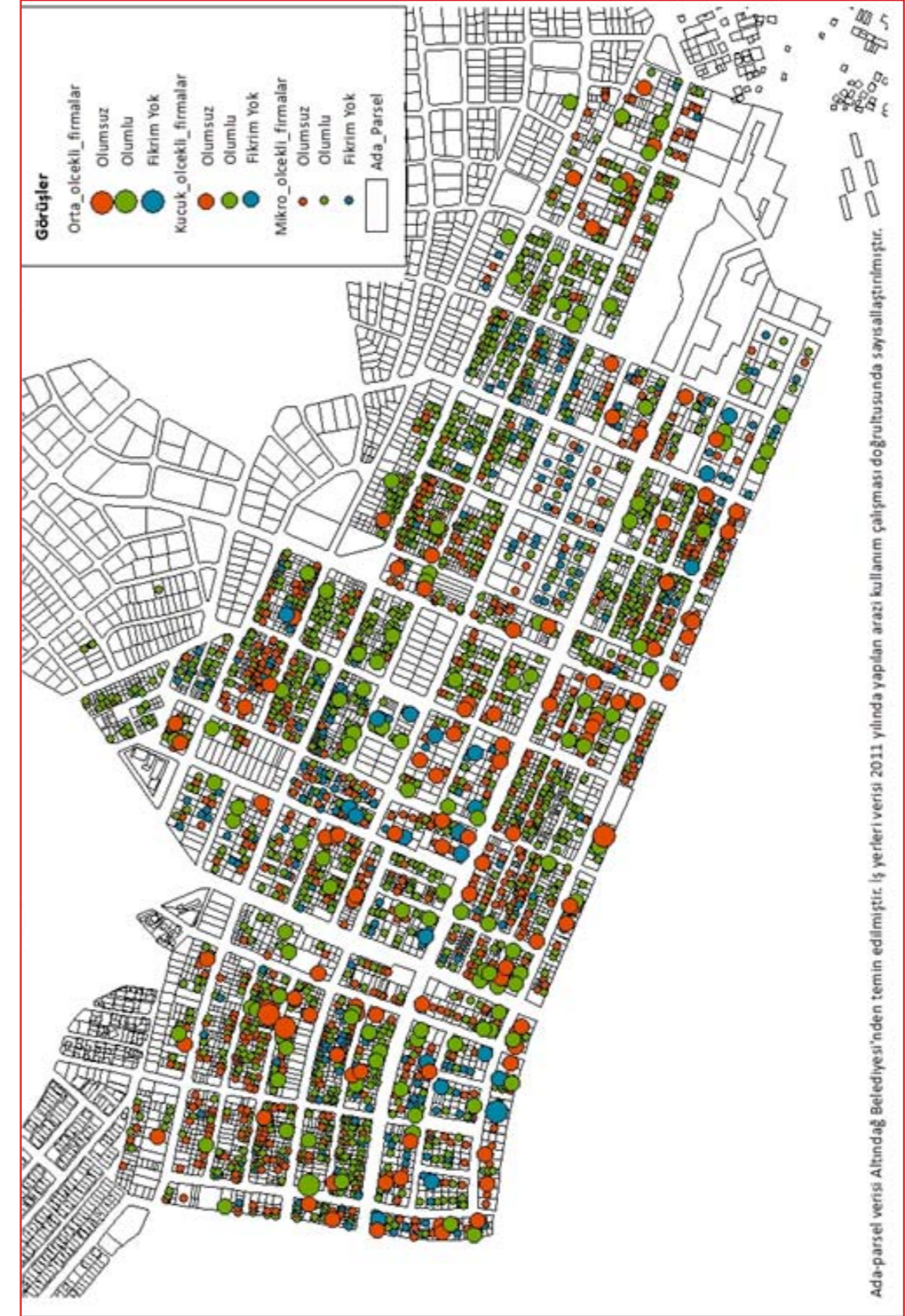
Harita 4: Çalışan Sayısına Göre Firmaların Satış Yaptığı Pazarlar



Harita 5: Firma Ölçeğine Göre Markalaşma Fikrine Bakış



Harita 6: Firma Ölçeğine Göre Ortak Marka Altında Toplanma Fikrine Bakış

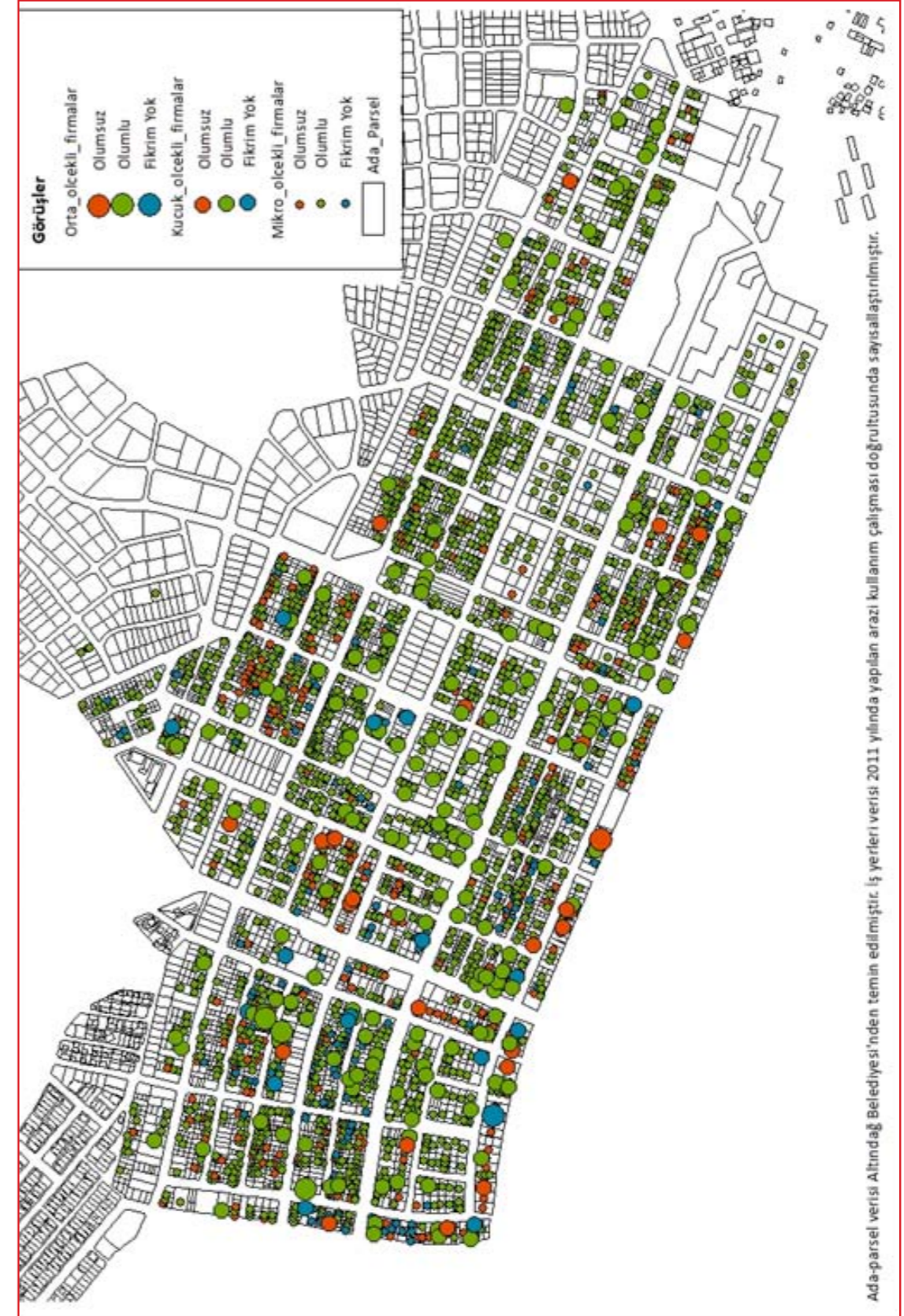


Harita 7:Firma Ölçeğine Göre Ortaklık Fikrine Bakış



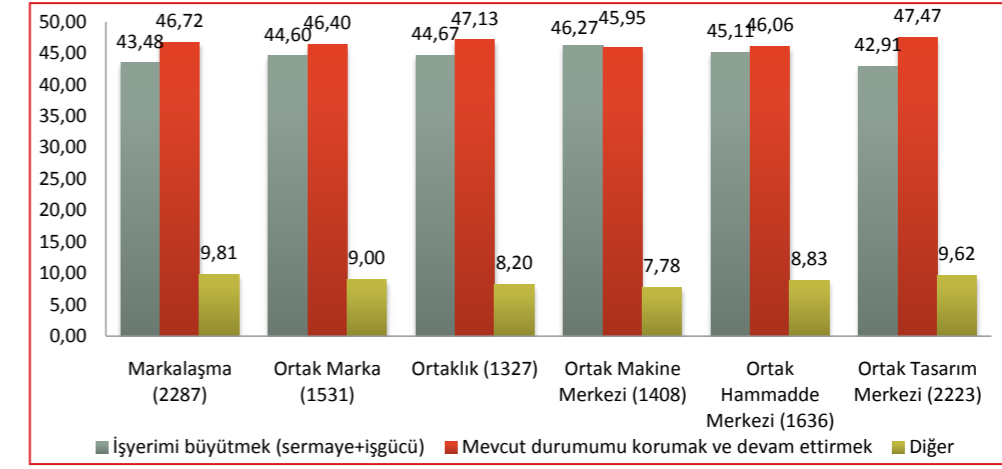
Harita 8:Firma Ölçeğine Göre Ortak Makine Merkezi Kurulması Fikrine Bakış



Harita 9: Firma Ölçeğine Göre Ortak Hammadde Satış Merkezi Kurulması Fikrine Bakış**Harita 10:** Firma Ölçeğine Göre Ortak Tasarım Merkezi Kurulması Fikrine Bakış

Harita 11: Temel Sorun Alanlarına Göre Firmaların Dağılımı

Siteler mobilya firmalarının yukarıda belirtilen yapısal özellikleri doğrultusunda, orta-uzun vadede işletmelerine nasıl bir yön tayin edecekleri hem Sitelerin hem de Ankara mobilyasının geleceği için önemlidir. Bu bağlamda, Grafik 29 ve 30 firmaların gelecek 5 yıl içerisinde ne planladıklarına ilişkin seçeneklerini oransal olarak yansıtmaktadır.

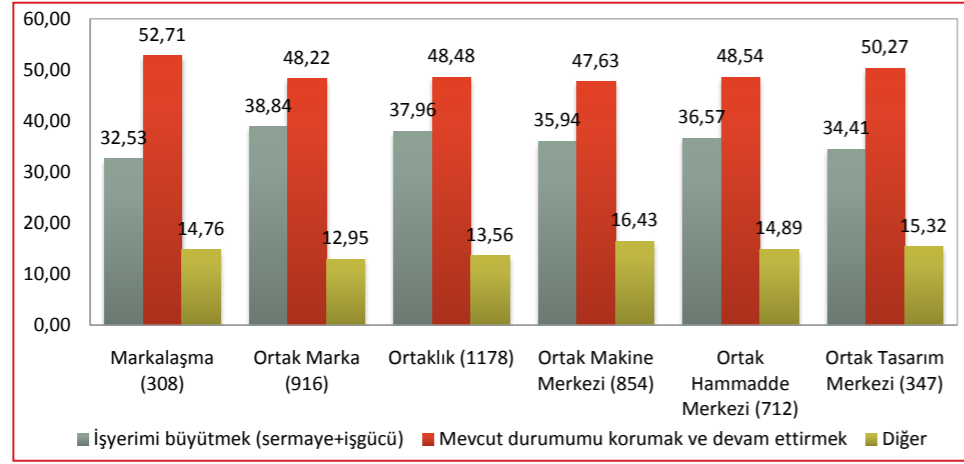
Grafik 29: Ortak Süreçlere Olumlu Fikir Beyan Eden Firmaların Gelecek 5 Yıl Planları(%)

Grafik 29'da anket çalışmasında markalaşma, ortak marka geliştirme, ortaklık kurma, ortak makine merkezi kurulması, ortak hammadde merkezi kurulması ve ortak tasarım merkezi kurulması gibi süreçler hakkında olumlu fikir beyan eden firmaların gelecek 5 yıllık planları içerisinde işyerini büyütmek, mevcut durumumu koruma ve devam ettirme ve diğer seçeneklerinin oranları görülmektedir. Diğer kategorisi ortaklık kurma, ikinci nesle devretme ve işyerini kapama olmak üzere diğer 3 seçeneği ihtiva etmektedir. Grafikten görüldüğü gibi, ortak süreçlere olumlu fikir beyan eden firmalar arasında bile mevcut durumu koruma ve devam ettirme seçeneği en hakim fikirdir. Bununla birlikte, işyerini büyütmek seçeneği de mevcut durumun korunması seçeneğini az bir oransal farkla takip etmektedir. Diğer seçeneklerse %10'un altında bir orana sahiptir ki, bunlar arasında en büyük pay işyerini kapama seçeneğine aittir.

Grafik 30 ise ortak süreçlere olumsuz fikir beyan eden firmaların gelecek 5 yıllık planları içerisinde işyerini büyütmek, mevcut durumumu koruma ve devam ettirme ve diğer seçeneklerinin oranlarını göstermektedir. Buna göre, bu firmalar arasında gelecek 5 yıla ilişkin hakim plan mevcut durumu korumak ve devam ettirmek olup, işyerini büyütmek isteğinin oranı daha düşüktür. Diğer seçeneklerin oranı da ortak süreçlere olumlu fikir beyan eden firmalara göre daha yüksek olup, bu kategoride işyerini kapatma fikri %10'un üzeri oranlara çıkmaktadır.

Bu grafikler de göstermektedir ki, gelecekte işyerini büyütmek isteyen firmalar ortak marka ve ortaklık geliştirme ve ortak makine, hammadde ve tasarım merkezleri kurulması gibi süreçlere de olumlu bakmaktadırlar. Bu bağlamda, Siteler firmalarının önemli bir bölümü büyüyebilmek için markalaşma, tasarım ve ürün kalitesini geliştirme gibi süreçlere ihtiyaç olduğunun farkındadırlar.

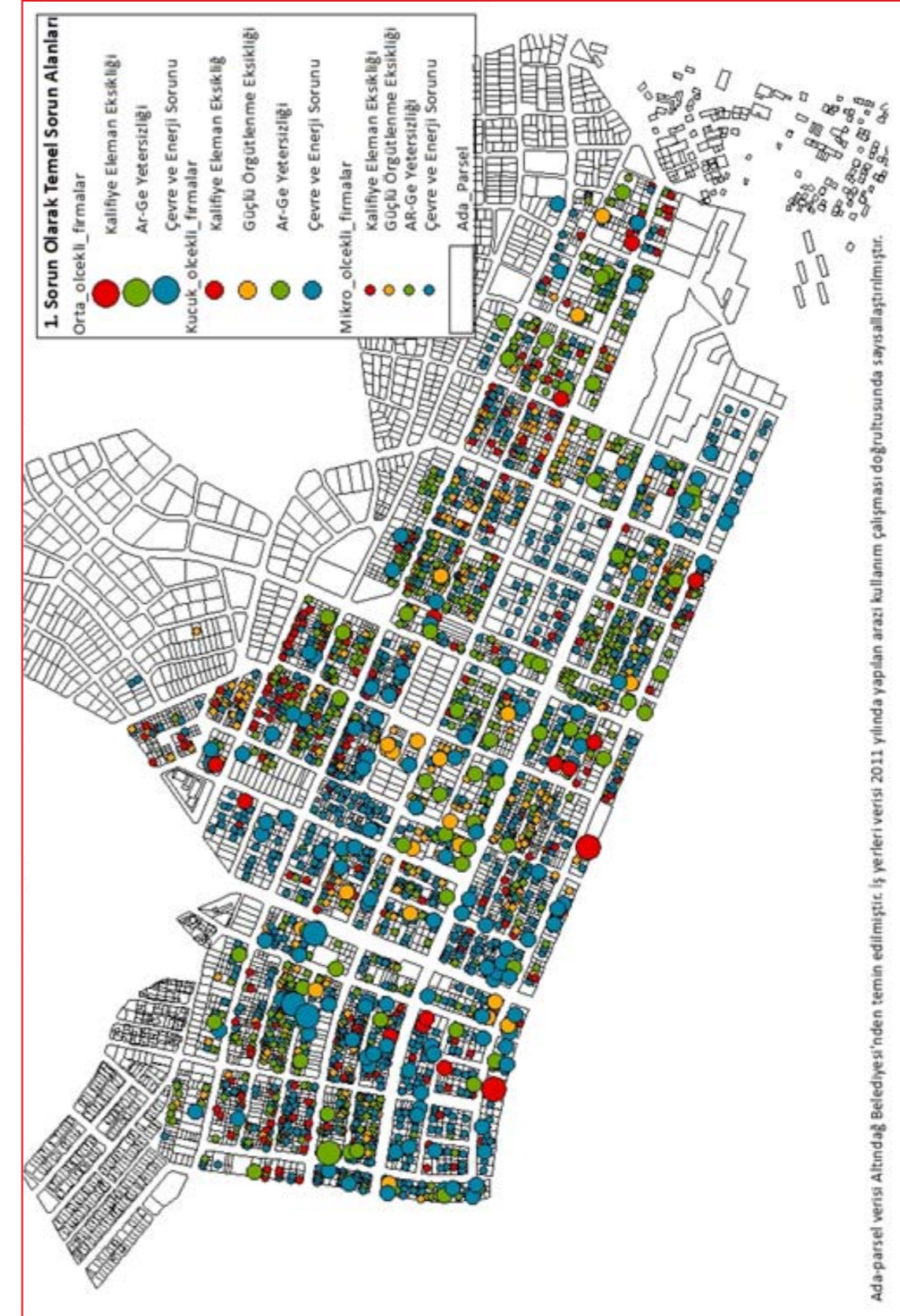
Nitekim, anket çalışması kapsamında firmaların Siteler'in en önemli sorunu bağlamında ifade ettikleri yanıtlara göre Siteler mobilyasının en temel sorunları çevre ve enerji sorunları, kalifiye eleman yetersizliği, sermaye yetersizliği ve AR-GE yetersizliği olarak sıralanmıştır. Harita 11, bu sorunların önemli olduğunu vurgulayan firmaların mekansal dağılımı görülmektedir. Buna göre, özellikle sadece üretimi faaliyeti gerçekleştiren firmalarda

Grafik 30: Ortak Süreçlere Olumsuz Fikir Beyan Eden Firmaların Gelecek 5 Yıl Planları (%)

AR-GE sorunu ve teşhir salonu bulunan firmalarda çevre ve enerji sorunları ön plana çıkmaktadır. Sermaye ve kalifiye eleman yetersizliği Sitelerin tamamında vurgulanan bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır.

Anketlerde mobilya firmalarından Siteler'in en önemli iki sorununu seçmeleri istenmiştir. Buna göre, Harita 12 ve 13 firma ölçeklerine göre birinci ve ikinci sırada görülen en önemli sorun alanlarını mekansal düzlemde göstermektedir. Birinci sorun olarak ön plana çıkan en önemli sorun alanları çevre ve enerji sorunu, Ar-Ge yetersizliği, güçlü örgütlenme eksikliği ve kalifiye eleman eksikliği olarak sıralanabilir. Orta ölçekli firmalarda güçlü örgütlenme eksikliği önemli bir sorun olmaktan çıkmakta ve bunun yerine çevre ve enerji sorunu ile kalifiye eleman eksikliği daha önemli sorun alanları haline gelmektedir.

İkinci sorun olarak ön plana çıkan en önemli sorun alanları ise sermaye yetersizliği, kalifiye eleman eksikliği, uluslararası fuar alanının olmaması, güçlü örgütlenme yetersizliği ve çevre ve enerji sorunu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda, sermaye yetersizliği ve uluslararası fuar alanının olmaması da önemli iki sorun olarak ön plana çıkmaktadır. Kalifiye eleman eksikliği ikinci sırada vurgulanan en önemli sorunlardan biri olarak görülmektedir.

Harita 12: Firma Ölçeğine Göre Siteler Mobilya Firmalarının Temel Sorunları-1

Harita 13: Firma Ölçeğine Göre Siteler Mobilya Firmalarının Temel Sorunları-2



7

SONUÇ

2023 yılı ihracat hedefini 6 milyar \$ seviyesine ulaşmak olarak belirleyen Türkiye'de mobilya sanayi, hızlı bir küreselleşme süreci yaşamakta ve bu sürecin etkileri işletme büyüklükleri, üretim teknolojileri ve pazarlama stratejileri gibi hususlarda firmaları birtakım dönüşümler geçirmeye itmektedir. Türkiye'de geçmişten günümüze bir marka haline gelmiş olan Siteler Mobilya son yıllarda küresel ekonominin dinamiklerine uyum sağlamada sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunları aşmak ve rekabet gücü kazanmak içindış pazarlara açılım, şeffaflık, tasarım, markalaşma ve rekabetçilik gibi konularda stratejiler geliştirmek ve günümüz şartlarına göre kendini konumlandırmak durumundadır.

Ankara Kalkınma Ajansı olarak Sitelerin teknolojik gelişme ekseninde daha rekabetçi bir yapıya kavuşturulması gerek yurt içi ve gerekse yurt dışı pazarlarda iş potansiyelinin geliştirilmesine yönelik olarak öncelikle Siteler'de faaliyette bulunan meslek odaları temsilcileri ile toplantılar gerçekleştirilmiş, Siteler esnafının mevcut durumları ve gelecekte beklentilerinin neler olduğu yönünde tespitler yapılmıştır. Daha sonra mobilya sektörüne yönelik çalışmaları bulunan üniversite öğretim üyeleri ile ikili ve grup toplantıları gerçekleştirilerek Siteler'de nasıl bir yapılanmanın olması gerektiği yönünde çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalar sonucunda Siteler'in doğal sınırlarına ulaşması sebebiyle genişleme ve büyüme potansiyelinin olmaması, hammaddenin envanter kaydının bulunmaması, kalifiyeli işgücü yetersizliği, tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği, kayıt dışı üretimin yaygın olması, esnafın pazar odaklı hareket etmemesi, markalaşma ve tasarım gibi konuların Siteler'de yeterince gelişmemesi gibi hususlar ön plana çıkmıştır.

Yapılan bu görüşmeler neticesinde Siteler'e dair mevcut durumun daha güvenilir veriler ışığında ele alınması amacıyla, Ankara Kalkınma Ajansı ile ODTÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü arasında bir protokol imzalanmış ve Sitelere yönelik kapsamlı bir saha araştırması yapılmıştır. Sitelerde önümüzdeki süreçte yapılacak daha kapsamlı strateji ve eylem planı çalışmalarına temel teşkil etmesi amacıyla envanter çalışmasıyla Siteler'e ait elde edilen tüm verilerin Coğrafi Bilgi Sistemine işlenmesi gerçekleştirilmiştir. Envanter çalışması çıktılarında göre, Siteler'de yer aralan firmaların Siteler'in en önemli sorunları konusundaki görüşleri çevre ve enerji sorunları, kalifiye eleman sorunları, sermaye yetersizliği, Ar-Ge eksikliği, örgütlü-kurumsal yapılanma eksikliği, Ankara'da uluslararası bir fuar alanının olmayışı, Çin'den ithalatın artması ve tasarım eksikliği olarak tespit edilmiştir. Bu envanter çalışması sonuçları aynı zamanda, Siteler'de yer alan firmaların önemli bir kısmında ortak bir Yenilikçilik ve Tasarım Merkezi kurulması, markalaşmaya gidilmesi ve büyüme gibi bir isteğin olduğunu göstermiştir.

Sonuç olarak Ankara'da Mobilya sektörüne ve daha spesifik olarak Siteler'e yönelik yapılan çeşitli çalışmalar, sektör temsilcileri ile yapılan toplantılar ve uzmanlarla birebir görüşmeler ve saha araştırması sonuçlarından görüleceği gibi Siteler'de üretim yapan firmaların çoğu mikro ölçekli işletmelerden oluşmakta olup rekabetçi bir yapıya sahip değillerdir. Bununla birlikte Siteler'de faaliyette bulunan ustalar geçmişten günümüze mobilya sanatının en iyi örneklerini icra eden kişilerden oluşmaktadır. Bu yüzden Siteler'de üretim koşullarının iyileştirilmesi, katma değeri yüksek yeni ürünlere yönelik tasarım, üretim ve pazarlama süreçlerindeki yenilikçiliğin Siteler esnafı tarafından benimsenerek uygulanması önem arz etmektedir. Bununla birlikte, Ar-Ge ve patent çalışmalarının yaygınlaştırılması, dünya mobilya trendlerinin takip edilmesi, Ankara'nın uluslararası düzenlenen mobilya fuar organizasyonlarına ev sahipliği yapması, mesleki eğitime önem verilerek günümüz koşullarının getirdiği talebe göre mobilya ustalarının yetiştirilmesi gibi hamlelerle özellikle mikro ölçekli işletmelerde verimliliği artırmak ve rekabetçi bir yapının sürdürülebilirliğini sağlamak mümkün olacaktır.

8

KAYNAKÇA

Ankara Bölge Planı, 2011. Ankara Bölge Planı-2011-2013, Ankara Kalkınma Ajansı, Ankara.

ATO, 2010. Ankara İli Sektörel Rekabet Analizi Fizibilite Raporu, Ankara Ticaret Odası, Ankara.

CSIL, 2011a. Centre For Industrial Studies, worldfurnitureonline.com, Erişim tarihi: 12 Aralık 2011.

CSIL, 2011b. Centre For Industrial Studies, World Furniture Outlook 2010/2011, Italy.

DPT, 2006a. Ağaç Ürünleri ve Mobilya Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.

DPT, 2006b. Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), KOBİ Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.

Ersoy M. ve Tezcan, A., 2011. Siteler Envanter Çalışması Raporu, Ankara.

MOBSAD2009. 2008 Yılı Mobilya Sektör Raporu, Mobilya Sanayi İşadamları Derneği, İstanbul.

OAİBGS, 2010.3. Ulusal Mobilya Tasarım Yarışması Kitabı,Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, İhracatçı Birlikleri,Ankara.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010. Türkiye Mobilya Sanayi, Ankara.

TİM, 2011. Türkiye İhracatçılar Meclisi, <http://www.tim.org.tr/tr/tim-gundem-buyukeksi-mobilya-sektoru-zow-istanbul-ile-tasarim-gucunu-dunyaya-gosterecek.html>.

TÜİK, 2011, Dış Ticaret Veri Tabanı, Erişim tarihi: 27 Aralık 2011.

Ulay, G. 2011. Mobilya Sektörü Ve Nitelikli Personel İstihdamının İncelenmesi, Mobilya Dergisi, 31.01.2011.

9

EKLER

EK-1: SİTELER ALAN ARAŞTIRMASI ANKET SORULARI

1. Binanın kullanım durumu (Bu kısım anketör tarafından doldurulacak. Bu soruya verilecek yanıt 2 ve 3 ise yalnızca 2. Soruyu cevaplayıp anketi bitiriniz!)
 - 1) Mobilya ile ilişkili kullanım
 - 2) Diğer kullanımlar (bakkal, market, banka, kargo, lokanta, berber gibi servis veren işletmelerse)
 - 3) Boş
2. Firmanın bulunduğu ada, parsel ve hangi katta olduğu? (Bu kısım anketör tarafından doldurulacak.)
Ada No:..... Parsel No: Bulunduğu Kat:
3. Firma Adı: (Anketör tarafından yazılacak)
4. Görüşülen Kişinin Firmadaki Konumu:
 - 1) Firma Sahibi
 - 2) Firmada Usta
 - 3) Diğer
5. Firmanız kaç yıldır faaliyette bulunmaktadır?
6. Kaç yıldır Siteler'desiniz?
7. Halen bulunduğunuz binada kaç yıldır faaliyettesiniz?
8. Siteler içinde başka bir atölyeniz ve/veya teşhir salonunuz var mı?
 - 1) Evet 2) Hayır
9. İşyerinizin mülkiyet durumu nedir?
 - 1) Mülk
 - 2) Kira
 - 3) Kira ödemeksizin kullanım

10. Şirketinizin türü nedir?
- 1) Şahıs
 - 2) Adi
 - 3) Kollektif
 - 4) Komandit
 - 5) Limited
 - 6) Anonim
 - 7) Kooperatif
 - 8) Diğer
11. Üye olduğunuz meslek kuruluşu hangisidir? (En fazla 2 yanıt işaretlenebilir)
- 1) Mobilyacılar ve Lakeciler Odası
 - 2) Döşemeciler Odası
 - 3) Ankara Marangoz Esnafı Odası
 - 4) Keresteciler Odası
 - 5) Camcılar Odası
 - 6) ATO
 - 7) ASO
 - 8) Diğer Meslek Odaları
 - 9) Hiçbiri
12. İşyerinizde kaç kişi çalışıyor?
13. İşyerinizde hangi faaliyette bulunmaktasınız? (En fazla 2 yanıt işaretlenebilir)
- 1) Üretim
 - 2) Teşhir Salonu
 - 3) Ham madde
14. İşyerinizin faaliyet türü nedir? (En fazla 2 yanıt işaretlenebilir)
- 1) Mobilya- ev
 - 2) Mobilya- ofis
 - 3) Mobilya – bahçe
 - 4) Mobilya -Tek ürün (sandalye, sandık....)
 - 5) Lakeci – Boyacı
 - 6) Kaplamacı
 - 7) Döşemeci
 - 8) Makine üretimi
 - 9) Marangoz-Doğramacı (inşaat)
- 10) Aydınlatma
 - 11) Perde
 - 12) Kereste
 - 13) Plastik – Alüminyum – Cam (satış)
 - 14) Aksesuar malzeme satıcısı
 - 15) Diğer

15. Ürünlerinizi nereye satıyorsunuz? (Üretici firmalar için sorulacak; En fazla 2 yanıt işaretlenebilir)
- 1) Ankara içi- Siteler
 - 2) Ankara içi – Diğer
 - 3) Ankara dışı (Plaka Kodu) (.....)
 - 4) Yurtdışı (.....)
16. Ürünlerinizi nereden alıyorsunuz? (Mağazalar ya da teşhir salonu için sorulacak; En fazla 2 yanıt işaretlenebilir)
- 1) Ankara içi- Siteler
 - 2) Ankara içi – Diğer
 - 3) Ankara dışı (Plaka Kodu) (.....)
 - 4) Yurtdışı (.....)
17. Aşağıdaki konularda görüşünüz nedir? (0 – Olumsuz; 1 – Olumlu; 2 – Fikrim Yok)
- 1) Markalaşma (.....)
 - 2) Ortak bir marka altında toplanma (.....)
 - 3) Ortaklık kurma (.....)
 - 4) Ortak makine (CNC) merkezi kurma (.....)
 - 5) Hammadde satış merkezi (.....)
 - 6) Tasarım (.....)
18. Gelecek 5 yılda ne yapmayı planlıyorsunuz? (En fazla 2 yanıt işaretlenebilir)
- 1) İşyerimi büyütme (sermaye + işgücü)
 - 2) Ortaklık kurmak
 - 3) Mevcut durumumu korumak ve devam ettirmek
 - 4) İkinci nesile devretmek
 - 5) İşyerimi kapatmak
 - 6) Diğer.....
19. Sizce Siteler'in en önemli iki sorunu nedir?
- 1) Araştırma ve Geliştirme sorunu (Teknoloji, Ambalaj, Pazarlama, Kalite ve Standardizasyon)
 - 2) Çevre ve enerji sorunları
 - 3) Çin'den ithalatın artması
 - 4) Güçlü bir örgütlenmenin olmaması
 - 5) Hammadde tedarik sorunu
 - 6) Nakliye, Stok ve Üretim sorunları
 - 7) Sektörde kalifiyeli eleman sorunu
 - 8) Sektörün güvenilir envanter kaydının bulunmaması
 - 9) Sermaye yetersizliği
 - 10)Tasarım çalışmalarının yetersizliği
 - 11) Uluslararası bir fuar alanının olmaması
 - 12) Üniversite-Sanayi İşbirliğinin yetersizliği

EK-2: ULUSLARARASI MOBİLYA FUARLARI

Tarihi	Fuarın Adı	Şehir	Ülke
14-17 Ocak	Domotex	Hannover	Almanya
16-22 Ocak	Imm cologne+LivingInteriors	Köln	Almanya
19-22 Ocak	Furniture Fair+IberCocina	Zaragoza	İspanya
20-24 Ocak	Muebla	Paris	Fransa
20-24 Ocak	Maison&Objet	Paris	Fransa
31 Ocak-4 Şubat	IMOB Mobilya Fuarı	İstanbul	Türkiye
06-09 Şubat	ZOW	Bad Salzuflen	Almanya
07-11 Şubat	Stockholm Mobilya Fuarı	Stockholm	İsveç
07-11 Şubat	Nothern Light Fair	Stockholm	İsveç
10-14 Şubat	Indiawood	Bangalore	Hindistan
15-18 Şubat	Happy Business to You	Pordenone	İtalya
16-19 Şubat	Pragointerier New Design	Prag	Çek Cumhuriyeti
20-23 Şubat	LED China	Guangzhou	Çin
29 Şubat-1 Mart	ELA Expo	Mexico city	Meksika
06-10 Mart	MIFF Uluslar arası Mobilya Fuarı	Kuala Lumpur	Malezya
07-10 Mart	M&M Fuarı	Bogota	Kolombiya
08-11 Mart	LightTech	İstanbul	Türkiye
09-12 Mart	IFFS Uluslar arası Mobilya Fuarı	Singapur	Singapur
11-14 Mart	VIFA Vietnam Uluslar arası Mobilya Fuarı	Ho Chi Minh	Vietnam
12-15 Mart	WMF Ağaç İşleme Makine Fuarı	Beijing	Çin
12-15 Mart	FAM Mobilya Aksesuar ve Materyalleri Fuarı	Beijing	Çin
14-17 Mart	Cebunext	Cebu	Filipinler
14-17 Mart	Tayvan Aydınlatma Fuarı	Taipei	Tayvan
14-17 Mart	KIFF Kiev Uluslar arası Mobilya Forumu	Kiev	Ukrayna
14-17 Mart	ISPA Expo 2012	Indianapolis, IN	ABD
14-18 Mart	TIFF Tayland Uluslar arası Mobilya Fuarı	Bankok	Tayland
18-21 Mart	CIFF Ev+Ev Tekstili	Guangzhou	Çin
21-24 Mart	Holz-Handwerk	Nurnberg	Almanya
27-30 Mart	CIFF Ofis+interzum	Guangzhou	Çin
27-30 Mart	Drema Furnica	Poznan	Polonya
28-30 Mart	LIGHT	Varşova	Polonya

Tarihi	Fuarın Adı	Şehir	Ülke
29 Mart-1 Nisan	Medwood	Atina	Yunanistan
09-12 Nisan	Expolight-Hotelex	Şanghay	Çin
15-20 Nisan	Aydınlatma+yapı	Frankfurt	Almanya
17-22 Nisan	Salone del Mobile	Milan	İtalya
17-22 Nisan	Salon del Complemento	Milan	İtalya
17-22 Nisan	Eurocucina+FKT	Milan	İtalya
17-22 Nisan	Salon del Bagno	Milan	İtalya
20-24 Nisan	Technodomus	Rimini	İtalya
21-26 Nisan	High Point Market-Spring	High Point	ABD
24-26 Nisan	Componexpo	Zaragoza	İspanya
24-27 Nisan	Interzum+Interkomplekt	Moskova	Rusya
24-28 Nisan	Technomebel	Sofya	Bulgaristan
08-10 Mayıs	Proposte	Cernobbio	İtalya
08-12 Mayıs	XYLEXPO	Milan	İtalya
29-31 Mayıs	INDEX	Cidde	Sudi Arabistan
05-07 Haziran	ILW Uluslar arası Aydınlatma Haftası	Lyon	Fransa
09-12 Haziran	GILEGuangzhou Uluslar arası Aydınlatma Fuarı	Guangzhou	Çin
24-27 Temmuz	ForMobile	Sao Paulo	Brezilya
22-25 Ağustos	IWF	Atlanta	ABD
11-15 Eylül	Mobilya Çin	Şanghay	Çin
11-15 Eylül	FMC Mobilya Üretimi	Şanghay	Çin
15-17 Eylül	Perfect Home&Interior	Varşova	Polonya
18-21 Eylül	XIV Office Solution	Sao Paulo	Brezilya
13-18 Ekim	High Point Market-Fall	High Point	ABD
17-20 Ekim	SICAM	Pordenone	İtalya
17-20 Ekim	MADExpo	Milan	İtalya
23-26 Ekim	MATELEC	Madrid	İspanya
23-27 Ekim	Orgatec	Köln	Almanya
06-09 Kasım	Interlight	Moskova	Rusya







Öveçler 1322. Cad. No: 11
Çankaya / ANKARA
Tel: 0312 310 03 00
Faks: 0312 309 34 07
E-posta: bilgi@ankaraka.org.tr

www.**ankaraka**.org.tr