



HİNDİSTAN



MOBİLYA SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 30.04.2025

Raporu Hazırlayan: Mumbai Ticaret Ataşeliği

1. Ülke Pazarında Mobilya Sektörü

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Hindistan'ın mobilya sektörü, hızlı bir büyüme eğilimi göstermekte olup ülke ekonomisinin en umut verici sektörlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Hem yurt içinde hem de yurt dışında kaliteli mobilyaya yönelik artan talep, Hindistan'ı mobilya üretiminde küresel ölçekte önemli bir aktör haline getirmiştir.

Son yıllarda Hindistan mobilya sektörü kayda değer bir büyüme göstermiş ve küresel pazarda dikkat çeken bir konuma ulaşmıştır. 2024 yılı itibarıyla yaklaşık 24 milyar ABD doları değerindeki ev mobilyaları sektörü, yıllık bileşik ortalama %10,9 büyüme oranı ile 2033 yılına kadar 54 milyar ABD dolarına ulaşması beklenmektedir.

Pazar talebinin büyük bir kısmının Hindistan'ın kuzey ve güney bölgelerinden geldiği gözlemlenmektedir. Mobilya pazarının yaklaşık %60'ını ev mobilyaları oluştururken, geri kalan %40'lık kısmı ofis ve çalışma alanı mobilyalarından meydana gelmektedir.

Kentleşmenin hız kazanması, ev yenileme ve dekorasyon eğilimlerinin artması, hanehalkı gelir düzeyindeki yükselme, değişen yaşam tarzları ve tüketici tercihlerinin evrilmesi, ayrıca e-ticaretin yaygınlaşması gibi faktörler Hindistan'da mobilyaya yönelik iç talebi artırmakta ve ithalat hacmini yukarı çekmektedir.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Üretim maliyet yapısının anlaşılması; üreticiler, yatırımcılar ve politika yapıcılar için kritik önem taşımaktadır.

Hammadde Maliyetleri (USD bazında)

Hammadde	Ortalama Fiyat (USD)	Detay
MDF (Orta Yoğunlukta Lif Levha)	0.42–0.60 USD/kg	İç mekân mobilyasında yaygın
Masif Ahşap (Tik, Mango, Sheesham)	18–36 USD/m ³	Kaliteye ve türe göre
Kontrplak	0.72–1.20 USD/sq ft	Kalınlığa bağlı
Sünger	1.45–2.40 USD/kg	Döşeme mobilyasında
Kumaş/Deri Kaplama	1.80–7.20 USD/metre	Kalitesine göre
Metal Aksam (vida, menteşe vb.)	0.96–2.40 USD/kg	Genellikle yerli üretim

İşçilik / Maaş Maliyetleri

Pozisyon / İş Gücü	Ortalama Aylık Maaş (USD)	Detay
Marangoz (nitelikli)	180 – 360 USD	Tecrübeye bağlı
Yarı nitelikli işçi	120 – 215 USD	Yardımcı işler
Tasarımcı / CAD uzmanı	300 – 720 USD	Yazılım bilgisi olan
Fabrika yöneticisi	360 – 840 USD	Büyük ölçekli üretimde daha yüksek

Diğer Üretim Girdileri

Girdi	Ortalama Maliyet (USD)	Detay
Elektrik & Enerji	0.10 – 0.14 USD/kWh	Atölye giderleri yüksek
Nakliye (şehir içi)	0.06 – 0.12 USD/km	Lojistik altyapıya bağlı
Paketleme Malzemesi	0.60 – 1.20 USD/ürün	Karton, koruyucu köpük, film

1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Hindistan'daki Önde Gelen Mobilya Üretim Şirketleri

Şirket	Merkez	Uzmanlık Alanı	Web Sitesi
Godrej Interio	Mumbai	Ofis, Ev, Modüler Mutfaklar	godrejinterio.com
Durian Industries	Mumbai	Konut, Ofis, Özel üretim	durian.in
Featherlite	Bangalore	Ofis ve Ergonomik Mobilyalar	featherlitefurniture.com
Zuari Furniture	Chennai	Ev ve Modüler Mobilya	zuarifurniture.com
Wipro Furniture	Bangalore	Kurumsal ve Modüler Mobilya	wiprofurniturebusiness.com
Nilkamal Ltd.	Mumbai	Plastik, Ev, Ofis Mobilyaları	nilkamalfurniture.com
Spacewood Furnishers	Nagpur	Modüler Mutfaklar, Gardiropolar	spacewood.in
Evok (Hindware)	Gurugram	Perakende ve Modüler Mobilya	evok.in
Hometown	Mumbai	Online + Mağaza Mobilyaları	hometown.in
Urban Ladder	Bangalore	E-ticaret Mobilyası	urbanladder.com

Hindistan'daki Mobilya Üretim Kümeleri

Küme Lokasyonu	Eyalet	Uzmanlık	Detaylar
Jodhpur	Rajasthan	Masif ahşap ve el işi mobilyalar	Sheesham ağacı mobilyaları ihracatında başı çeker; geleneksel Rajasthani tasarımlar öne çıkmaktadır.
Saharanpur	Uttar Pradesh	Ahşap oyma ve geleneksel mobilyalar	Detaylı el işçiliğiyle bilinir; büyük bir ev bazlı üretim ağına sahiptir
Kolkata	Batı Bengal	Kamış, bambu ve kolonyal tarz mobilyalar	Güçlü zanaatkar ağı; çevre dostu malzemelerle üretim yapılmaktadır.
Yamunanagar	Haryana	Kontrplak, MDF, modüler ve panel mobilyalar	Mühendislik ahşabı üretiminde endüstriyel merkezdir
Bangalore	Karnataka	Ofis, ergonomik ve teknoloji entegreli mobilyalar	Ofis mobilyalarında öncelikli üretim bölgesidir
Mumbai & Pune	Maharashtra	Modüler, çağdaş ve ofis mobilyaları	Büyük markalara ev sahipliği yapar; şehirli ve yüksek kaliteli mobilyalar üretilir
Chennai	Tamil Nadu	Özel üretim, konut ve geleneksel ahşap mobilyalar	Güney Hindistan estetiğini yansıtan merkezdir; modüler mobilya pazarı da gelişmektedir

1.4 Mobilya Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Perakende Mobilya Firmaları

Şirket/Platform	Tür	Format	Odak Alanı
Godrej Interio	Organize Perakende	Mağazalar + Online	Ev, ofis, kurumsal mobilya
IKEA India	Uluslararası Perakende	Büyük mağazalar + Online	Uygun fiyatlı, modüler, demonte mobilyalar
Pepperfry	Online + Fiziksel	E-ticaret + Stüdyolar	Geniş yelpazede ev mobilyası
Urban Ladder	Online + Fiziksel	E-ticaret + Deneyim mağazaları	Premium ev mobilyası

Şirket/Platform	Tür	Format	Odak Alanı
HomeTown (Future Group)	Organize Perakende	Mağazalar + Online	Oturma odası, yatak odası, yemek odası mobilyaları
Durian	Organize Perakende	Mağazalar + E-ticaret	Kaliteli ahşap ve modüler mobilyalar
Evok (Hindware)	Organize Perakende	Bayilik + Online	Ev ve modüler mobilyalar
Wooden Street	Online + Fiziksel	E-ticaret + Stüdyolar	Özel tasarım masif ahşap mobilyalar

Hindistan'daki Toptan Mobilya Pazarları

Şirket/Platform	Tür	Format	Odak Alanı
Jodhpur Handicrafts Exporters	İhracat-Toptan	Perakendeciye doğrudan	Etnik ve Sheesham ağacı mobilyaları – toplu satış
Indiamart Furniture Suppliers	B2B Pazaryeri	Online	Toptancılar ve üreticiler için platform
TradeIndia Furniture Vendors	B2B Pazaryeri	Online	Ev, ofis, okul ve hastane mobilyalarında toptan tedarik
Sardar Patel Market, Mumbai	Fiziksel Pazar	Toptan dükkanlar	Geleneksel mobilya ve dekor ürünleri – toplu satış
Kirti Nagar Mobilya Pazarı, Delhi	Fiziksel Pazar	Toptan ve özel üretim	Hindistan'ın en büyük mobilya toptan merkezi
Jodhpur & Saharanpur Atölyeleri	Üretim Kümeleri	Atölyeden doğrudan satış	Geleneksel ve özel üretim ahşap mobilyalarda toptan fiyatlar
Bhiwandi & Navi Mumbai Depoları	Depolama/Toptan	Doğrudan satış	Perakendeciler için stok sağlayıcıları – toplu tedarik

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 Mobilya Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (1.000 \$)

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Çin	822,480	49,34
2	Almanya	121,118	7,27
3	Amerika Birleşik Devletleri	86,930	5,21
4	İtalya	80,571	4,83
5	Malezya	75,831	4,55
6	Birleşik Krallık (İngiltere)	60,908	3,65
7	Güney Kore	45,539	2,73
8	Singapur	44,835	2,69
9	Tayland	43,165	2,59
10	Vietnam	32,995	1,98
14	Türkiye	20,906	1,25

2.2 Mobilya Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (1.000 \$)

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Amerika Birleşik Devletleri	1.154.286	45,24
2	Almanya	183.906	7,21
3	Hollanda	140.585	5,51
4	Birleşik Krallık	135.141	5,30
5	Fransa	110.148	4,32
6	Birleşik Arap Emirlikleri	89.024	3,49
7	İspanya	67.465	2,64
8	Kanada	63.631	2,49
9	Avustralya	58.425	2,29
10	Suudi Arabistan	51.793	2,03
19	Türkiye	14.097	45,24

2.3 Mobilya Sektöründe Hindistan’ın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (1.000 \$)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)	Türkiye’den İthalatı (\$)	Türkiye’den İthalatının Payı (%)
940161	Ahşap çerçeveli döşemeli koltuklar	32,018	77	0.24
940360	Diğer ahşap mobilyalar	49,122	243	0.49
940171	Metal çerçeveli döşemeli koltuklar	21,499	201	0.94
940190	Koltuk parçaları	-	-	-
940350	Yatak odalarında kullanılan ahşap mobilyalar	38,186	146	0.38
940330	Ofislerde kullanılan ahşap mobilyalar	11,828	201	1.70
940389	Diğer metal mobilyalar	9,904	30	0.30
940390	Mobilya parçaları			
940370	Plastik mobilyalar	16,995	79	0.46
940310	Ofislerde kullanılan metal mobilyalar	29,667	116	0.39

2.4 Mobilya Sektöründe Hindistan’ın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (1.000 \$)

Ürün Adı	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	İhracat Değeri (\$)	Türkiye’ye İhracatı (\$)	Türkiye’ye İhracatının Payı (%)
940330	Ofislerde kullanılan ahşap mobilyalar	66,948	72	0.11
940350	Yatak odalarında kullanılan ahşap mobilyalar	28,023	121	0.43
940390	Mobilya parçaları	-	-	-
940340	Mutfaklarda kullanılan ahşap mobilyalar	7,592	0	0

940161	Ahşap çerçeveli döşemeli koltuklar	37,518	10	0.03
940169	Diğer ahşap çerçeveli koltuklar	38,217	55	0.14
940171	Metal çerçeveli döşemeli koltuklar	10,566	0	0
940180	Diğer koltuklar	9,999	15	0.15
940190	Koltuk parçaları	-	-	-

3. Mobilya Sektöründe Ülkemizin Hindistan’a İhracatı (1.000 \$)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
940320	Metal Mobilyalar (ofis dışı, sandalyeler ve tıbbi mobilyalar hariç)	156	927	2930	2748	1638
940399	Ahşap Olmayan Mobilya Parçaları (sandalyeler ve tıbbi mobilyalar hariç)	0	0	680	611	673
940360	Ahşap Mobilyalar (ofis, mutfak ve yatak odası dışı, sandalyeler hariç)	1248	753	858	638	243
940330	Ofis İçin Ahşap Mobilyalar (sandalyeler hariç)	257	620	157	706	201
940391	Ahşap Mobilya Parçaları (sandalyeler ve tıbbi mobilyalar hariç)	0	0	0	78	195
940350	Yatak Odası İçin Ahşap Mobilyalar (sandalyeler hariç)	619	182	150	235	145
940310	Ofis İçin Metal Mobilyalar (sandalyeler hariç)	155	52	85	159	116
940370	Plastik Mobilyalar (tıbbi, diş, cerrahi veya veteriner mobilyalar ve sandalyeler hariç)	67	38	180	64	79
940389	Diğer Malzemelerden Mobilyalar (bambu, hasır, metal, ahşap ve plastik hariç)	604	1589	318	175	30
940340	Mutfak İçin Ahşap Mobilyalar (sandalyeler hariç)	20	5	34	15	6

940383	Hasır Mobilyalar (sandalyeler ve tıbbi mobilyalar hariç)	0	0	0	0	0
940161	Ahşap çerçeveli döşemeli koltuklar (yatağa dönüştürülebilenler hariç)	948	1,052	267	137	77
940171	Metal çerçeveli döşemeli koltuklar (uçak veya motorlu taşıt koltukları, yükseklik ayarlı döner koltuklar ile tıbbi, dişçilik veya cerrahi amaçlı mobilyalar hariç)	5	52	333	231	201
940190	Diğer yerlerde belirtilmeyen koltuk parçaları	27	13	1	0	0
940390	Mobilya parçaları, başka yerde belirtilmeyen (koltuklar ile tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veteriner mobilyaları hariç)	122	91	51	0	0

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Hindistan'ın mobilya sektörü, artan kentleşme, büyüyen orta sınıf ve yükselen gelir seviyeleri ile güçlü bir büyüme yaşıyor. Birçok şehir ve eyalet, mobilya üretimi, ihracatı ve tüketimi için önemli merkezler haline gelmiştir. Önümüzdeki yıllarda odaklanılması gereken en önemli bölgeler aşağıda sıralanmıştır:

Batı Bölgesi

Maharashtra

Şehirler: Mumbai, Navi Mumbai, Pune

Maharashtra, Hindistan'ın en büyük konteyner yükü taşıyan limanı gibi stratejik coğrafi avantajlara sahip olduğu için mobilya pazarı için kritik bir bölgedir. Bu, mobilya sektörü için sorunsuz ithalat ve ihracat işlemleri sağlar.

Eyaletin lüks konut ve ticari emlak pazarları, özel mobilya taleplerini artırarak, premium ve kişiselleştirilmiş mobilya markaları için cazip bir pazar oluşturur.

Maharashtra ayrıca, yerli ve uluslararası oyuncular için işbirliği ve genişleme fırsatları yaratan birçok tanınmış mobilya ithalatçısı ve tasarım evine ev sahipliği yapmaktadır. Bu faktörler, Maharashtra'yı mobilya işletmeleri için yüksek öncelikli bir bölge yapmaktadır.

Gujarat

Şehirler: Ahmedabad, Rajkot, Surat

Gujarat, One District One Product (ODOP) girişiminde aktif olarak yer alması nedeniyle, özellikle mobilya üretiminde önemli bir bölge haline gelmiştir. Örneğin, Morbi gibi bölgeler, ahşap mobilya üretimi konusunda uzmanlaşmıştır ve bu da eyaleti sektörde rekabetçi kılmaktadır.

Hindistan'ın en önemli ve en iyi bağlantılı limanlarından biri olan Mundra Limanı'nın varlığı, mobilya ihracatına güçlü lojistik desteği sağlamaktadır, bu da batı ve kuzey Hindistan'daki üreticiler için büyük bir avantajdır.

Gujarat, aynı zamanda birçok mobilya üretimi ve cilalama birimine ev sahipliği yapmaktadır ve eyaletin sanayileşme odaklı yapısı ve elverişli iş ortamı, mobilya sektöründeki büyümesini desteklemektedir.

Rajasthan

Şehir: Jodhpur

Jodhpur, Hindistan'daki en büyük geleneksel mobilya kümesi olarak geniş bir üne sahiptir. Şehir, özellikle antika ve sert ağaç mobilya üretimiyle tanınmaktadır ve bu ürünler hem yerel hem de uluslararası pazarlarda yüksek talep görmektedir.

Rajasthan, antika tarzı ahşap mobilya için önemli bir ihracat merkezi olup, zengin zanaatkar gelenekleri, global pazarlarda büyük bir talep görmektedir.

Ayrıca, Rajasthan, SFURTI (Scheme of Fund for Regeneration of Traditional Industries) kümeleri ve ihracat odaklı birimleri ile geleneksel el sanatlarına dayalı mobilya üretimine yoğunlaşmaktadır, bu da bölgenin mobilya sektöründeki rolünü güçlendirmektedir.

Güney Bölgesi

Tamil Nadu

Şehirler: Chennai, Coimbatore, Tiruvallur

Tamil Nadu, özellikle ahşap işleme ve modüler mobilya üretimi konusunda güçlü bir sanayiye sahiptir. Eyalet, büyük ölçekli mobilya üretimini destekleyen iyi gelişmiş bir sanayi ekosistemine sahiptir.

Chennai, eyaletin başkenti olarak, mobilya ihracatının güneydoğu Asya'ya yapılmasını sağlayan önemli bir liman şehridir ve uluslararası ticaretin kapısıdır.

Ayrıca, Tamil Nadu'da TIDCO (Tamil Nadu Industrial Development Corporation) destekli endüstriyel mobilya üretim birimleri bulunmakta olup, bu segmentin büyümesine katkı sağlamaktadır.

Kerala

Şehirler: Kochi, Palakkad

Kerala, özellikle 2024'te gelişmeye başlayacak olan Palakkad Akıllı Şehir Projesi ile mobilya sektöründe ilerleme kaydetmektedir. Bu proje, Kochi-Bengaluru koridoru boyunca altyapı ve ticareti önemli ölçüde artıracaktır.

Eyalet, geleneksel marangozluk becerileriyle ve özellikle tek ağaç mobilyalarıyla tanınmaktadır. Bu geleneksel teknikler, yerel ve uluslararası pazarlarda yüksek talep görmekte olup, özellikle premium segmentte değerli bir pazar oluşturur.

Kerala, Cochin Limanı üzerinden yapılan mobilya ihracatında büyüme kaydetmekte olup, el yapımı ahşap mobilyalara odaklanmaktadır.

Karnataka

Şehirler: Bengaluru, Tumkur

Karnataka, özellikle Bengaluru, hem konut hem de ofis mobilyası pazarı için önemli bir pazar haline gelmiştir. Şehirdeki büyük teknoloji endüstrisi ve büyüyen orta sınıf, mobilya talebini artıran ana faktörlerdir.

Bengaluru, aynı zamanda IKEA ve Pepperfry gibi büyük mobilya perakende ve e-ticaret depolarına ev sahipliği yapmakta olup, bu da şehri lojistik operasyonlar ve perakende için stratejik bir konum haline getirmektedir.

Ayrıca, Karnataka'nın güçlü ulaşım ağı ve bağlantıları, Güney Hindistan'daki mobilya üretimi ve dağıtımını için ideal bir merkez yapmaktadır.

Kuzey Bölgesi

Uttar Pradesh

Şehirler: Saharanpur, Noida

Uttar Pradesh, Hindistan'ın mobilya endüstrisine önemli bir katkı yapmaktadır; özellikle Saharanpur, geleneksel ahşap oymacılığı ve mobilya ihracatında tanınan bir merkezdir. Şehir, zanaatkar üretiminin karmaşık tasarımları ile küresel pazarlarda büyük bir talep görmektedir.

Noida, modüler ve ofis mobilyası üretim bölgesi olarak hızla gelişmektedir. Yeni Delhi'ye yakınlığı ve büyüyen ticaret alanı, Noida'yı iş genişlemesi için ideal bir konum haline getirmektedir.

Eyalet hükümeti, ODOP ve MSME kümeleri gibi girişimlerle güçlü destek sunmakta olup, Uttar Pradesh'in mobilya sektöründeki rolünü pekiştirmektedir.

Haryana

Şehirler: Gurugram, Panipat

Haryana, özellikle Gurugram ve Panipat, hem ticari hem de konut mobilyası için hızla büyüyen pazarlar haline gelmiştir. Bu bölgedeki ticari emlak ve konut sektörü, premium ve modüler mobilyaya olan talebi artırmaktadır.

Panipat, ev tekstil üretimi ile tanınmakta olup, yerel üreticiler şimdi modüler mobilya segmentine de yatırım yapmaktadır. Bölgenin sanayi kapasitesi ve lojistik altyapısı, onu kuzey Hindistan'daki mobilya sektörü için kritik bir oyuncu yapmaktadır.

Orta Bölge

Madhya Pradesh

Şehir: Indore

Indore, Hindistan'da hızla gelişen bir mobilya merkezi olarak öne çıkmaktadır. Eyalet, Betma Khurd'da 55 dönümlük bir mobilya kümesi onaylamıştır (Temmuz 2023), bu da yerel ahşap ve panel tabanlı mobilya üretimini önemli ölçüde artıracaktır.

Eyalet hükümetinin bu girişime verdiği destek ve elverişli iş politikaları, yerli ve ihracat pazarlarında mobilya sektörünün büyümesini teşvik etmektedir.

Indore, hem iç pazar hem de ihracat pazarları için önemli bir merkez haline gelmektedir, özellikle uygun fiyatlı ve kaliteli mobilya üretiminde.

Doğu ve Kuzeydoğu Bölgesi

Batı Bengal

Şehirler: Howrah, Kolkata

Batı Bengal, özellikle Howrah ve Kolkata, yerleşik mobilya üretim kümeleri ile tanınmaktadır. Howrah, geleneksel mobilya üretimiyle ünlüdür ve bu ürünler, hem yerel hem de uluslararası pazarlarda büyük talep görmektedir.

Kolkata, modern modüler mobilya talebinin arttığı bir pazar olarak büyümektedir. Şehirdeki üreticiler, artan talebi karşılamak için hızla gelişmektedir. Kolkata Limanı, güneydoğu Asya'ya yapılan ihracatlar için önemli bir lojistik merkezi olarak kullanılır.

Kolkata Limanı, özellikle Doğu Hindistan'daki mobilya ihracatı için anahtar bir geçiş noktasıdır.

Assam

Şehir: Guwahati

Assam, devlet destekli ahşap mobilya kümeleri ile gelişen bir mobilya merkezi olarak dikkat çekmektedir.

Eyalet, özellikle Kuzeydoğu Hindistan'daki modüler mobilya pazarını hedef alarak gelişen bir üretim merkezi haline gelmektedir.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Hindistan mobilya sektörü, hem yerli hem de uluslararası aktörlerin etkisiyle son yıllarda önemli bir dönüşüm geçirmektedir. Geleneksel marangozluk ve el işçiliğine dayanan üretim yapısı yerini giderek daha fazla organize, markalı ve dijitalleşmiş bir yapıya bırakmaktadır. Bu değişimin merkezinde yer alan firmalar, pazarda kalite, tasarım ve erişilebilirlik açısından çıtaıı yükseltmekte; müşteri beklentilerine hızlı ve çok yönlü çözümler sunmaktadır.

Sektörün en köklü ve güçlü markalarından biri olan Godrej Interio, Hindistan'da mobilya denince akla ilk gelen isimlerden biridir. Ofis ve konut mobilyaları alanında geniş bir ürün yelpazesi sunan firma, yıllardır sektördeki liderliğini korumaktadır. Ergonomik tasarımları, sürdürülebilir malzeme kullanımı ve Hindistan geneline yayılmış satış ağıyla önemli bir pazar payına sahiptir.

Nilkamal, özellikle plastik mobilya üretiminde öne çıkan bir başka yerli firmadır. Uygun fiyatlı ve dayanıklı ürünleriyle geniş tüketici kitlelerine hitap eden şirket, aynı zamanda '@Home' markası altında ev mobilyaları segmentinde de faaliyet göstermektedir. Nilkamal'ın başarısının arkasında, dağıtım ağıının genişliği ve müşteri dostu ürün çeşitliliği yer almaktadır.

Hindistan'da tasarım odaklı mobilya anlayışını benimseyen firmalardan biri de Durian Industries'dir. Özellikle üst segment konut ve ofis mobilyalarında faaliyet gösteren Durian, Hindistan genelindeki mağazaları ve müşteri hizmetleriyle kaliteye önem veren tüketicilerin tercihi olmaktadır. Şirketin sunduğu yüksek estetik standartlar, pazarda onu farklılaştırmaktadır.

Sektörde son yıllarda dikkat çeken bir başka gelişme ise dijital platformların yükselişidir. Pepperfry ve Urban Ladder gibi markalar, başlangıçta yalnızca e-ticaret modeliyle yola çıkmış; ancak zamanla fiziksel showroom'lar açarak çevrimdışı kanala da yönelmişlerdir. Bu hibrit model, tüketicilere hem online hem de yerinde deneyim imkânı sunmaktadır. Söz konusu firmalar, modüler mobilya, özelleştirilebilir tasarımlar ve hızlı teslimat gibi avantajlarla genç ve şehirli kesime hitap etmektedir.

Öte yandan, Hindistan pazarına 2018 yılında giriş yapan IKEA, küresel deneyimini yerel beklentilerle harmanlayarak önemli bir etki yaratmıştır. Hyderabad ve Bengaluru gibi büyük şehirlerde açtığı mağazalar ve e-ticaret yatırımlarıyla dikkat çeken IKEA, uygun fiyatlı ve fonksiyonel ürünleri sayesinde geniş bir müşteri kitlesine ulaşmayı başarmıştır. Ayrıca yerli tedarikçilerle iş birliği yaparak Hindistan'daki üretim kapasitesini de artırmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Hindistan mobilya sektöründe öne çıkan firmalar yalnızca ürün satışıyla sınırlı kalmayıp; lojistik, dijital altyapı, müşteri deneyimi ve sürdürülebilirlik gibi alanlarda da rekabet etmektedir. Geleneksel el işçiliğiyle modern üretim tekniklerini birleştiren bu firmalar, Hindistan'ın artan iç talebini karşılamakla kalmayıp, aynı zamanda küresel pazarda da rekabet edebilecek potansiyele sahiptir.

Firma Adı	Şehir	E-posta	Website
Godrej Interio	Mumbai	pranami@godrej.com; interio@godrej.com	https://www.godrejinterio.com/
Pepperfry	Mumbai	vishal.s@pepperfry.com	https://www.pepperfry.com/
Urban Ladder	Bengaluru	saikat.ghose@urbanladder.com; saikat28@gmail.com	https://www.urbanladder.com/
Durian	Mumbai	goregaon@durian.in; worli@durian.in	https://www.durian.in/
Kasa Mobilya by Samek Impex	Mumbai	info@samekimpex.in	-
Trezure Casa	Mumbai	pratik@trezure.in	https://www.trezure.in/
Milano Homes	Mumbai	info@milanohomes.in	https://milanohomes.in/
Defurn Furniture Studio	Mumbai	naim@defurn.co.in	https://www.defurn.co.in/
Ashley Furniture HomeStore	Bengaluru	info@ashleyfurniture.in	
Hometown	Mumbai	contact@hometown.in	
Praxis Home Retail	Mumbai	ketan.gandhalikar@praxisretail.in	https://www.praxisretail.in/
Furniturewalla	Mumbai	info@furniturewalla.com	https://www.furniturewalla.com/

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri - Başlıca Mobilya Sektörü Dernekleri ve Kurumları

Dernek / Kurum Adı	Açıklama	Web Sitesi
AFMT - Hindistan Mobilya Üreticileri Derneği	Hint mobilya üreticilerini, beceri geliştirmeyi ve ihracatı teşvik etmektedirler.	afmt.in
Indian Furniture Products Ltd. (Zuari iştiraki)	Hindistan'daki ilk organize mobilya üreticilerinden biridir.	zuarifurniture.com
EPCH - El Sanatları İhracatını Geliştirme Konseyi	Ahşap el işi mobilya ihracatını teşvik etmektedirler.	epch.in

Dernek / Kurum Adı	Açıklama	Web Sitesi
MSME Bakanlığı / NSIC	Küçük ölçekli mobilya üreticilerine destek ve teşvik programları sunmaktadırlar.	msme.gov.in / nsic.co.in
COA - Mimarlık Konseyi	Mimarlık standartlarını düzenler; mobilya tasarımı eğitimiyle iş birliği yapmaktadırlar.	coa.gov.in
Ulusal Tasarım Enstitüsü (NID)	Mobilya tasarımı odaklı tasarım ve inovasyon merkezi.	nid.edu

4.2.2 İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

- DGFT – Dış Ticaret Genel Müdürlüğü

DGFT, Hindistan'ın resmi ithalat ve ihracat verilerini HS kodlarına göre düzenler. İthalat ve ihracat miktarları, değerleri ve partner ülkeler hakkında yıllık veriler takip edilebilen "İthalat İhracat Veri Bankası" gibi araçlar sunar. Mobilya ile ilgili veriler, örneğin, HS Kodu 9403 altında yer alır.

Web Sitesi:

<https://www.dgft.gov.in/CP/>

- Ticaret ve Sanayi Bakanlığı

Hindistan'daki dış ticaretten sorumlu merkezi hükümet organıdır. Web sitesi, ticaret istatistikleri, politika güncellemeleri ve piyasa istihbarat raporları sunar. Ayrıca, mobilya ithalatına özgü kalite standartları ve uyum sorunlarıyla ilgili önemli bilgiler içerir.

Web Sitesi:

<https://www.commerce.gov.in/>

- Trade Map – Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC)

Trade Map, küresel ticaret istatistikleri veritabanıdır. Altı haneli bir HS kodu girerek—örneğin, ahşap mobilyalar için 940360—ticaret akışlarını, partner ülkeleri ve pazar paylarını analiz edebilirsiniz. Hindistan'ın mobilya ithalatını diğer ülkelerle karşılaştırmak için kullanışlı bir araçtır.

Web Sitesi:

<https://www.trademap.org/>

- Indian Trade Portal (FIEO tarafından)

Bu portal, ürün bazında düzenlemeler, ithalat vergileri ve ticaret uyarıları hakkında ayrıntılı bilgi sunar. Mobilya ithalatını etkileyen gümrük gereksinimleri, teknik engeller ve tarifeler dışı önlemler konusunda anlamak için özellikle faydalıdır.

Web Sitesi:

<https://www.indiantradeportal.in/>

- İhracat İthalat Veri Bankası (Ticaret Bakanlığı)

Bu platform, kullanıcıların herhangi bir HS kodu için ayrıntılı ticaret verisi tabloları indirmesini sağlar. Ülke bazında ithalat değerlerini sunar ve son yıllarda talep gören başlıca ürünleri vurgular, böylece ticaret analizleri için önemli bir kaynaktır.

Web Sitesi:

<https://tradedstat.commerce.gov.in/>

4.3 İthalat Düzenlemeleri

4.3.1 Hindistan'da Mobilya Gümrük İthalat Vergisi

Mobilya ithalatları, Hindistan Ticaret Sınıflandırması'nın (ITC-HS Kodu) 94. Bölümünde sınıflandırılmaktadır. Örneğin, ahşap mobilyalar genellikle 940360 HS Kodu altında sınıflandırılmaktadır.

İthal edilen mobilya üzerindeki toplam gümrük vergisi, birkaç bileşenden oluşur:

- Temel Gümrük Vergisi (BCD): Bu, ithal edilen mallara uygulanan ana vergidir. Mobilyalar için ürün türüne ve malzemeye bağlı olarak genellikle %10 ile %20 arasında değişmektedir.
- Entegre Mal ve Hizmet Vergisi (IGST): BCD'ye ek olarak, ithal edilen mallar IGST'ye tabidir. Çoğu mobilya için IGST oranı %18'dir ve bu, maliyet, sigorta, navlun (CIF) ve BCD'yi içeren toplam değer üzerinden hesaplanmaktadır.
- Sosyal Refah Ek Vergisi (SWS): Bu, genellikle BCD'nin %10'u kadar olan bir ek vergi olup sosyal refah programlarını finanse etmek amacıyla uygulanmaktadır..
- Diğer Vergiler (uygulanabilir ise): Bazı durumlarda, özellikle hükümet belirli ülkelere mobilyaların haksız fiyatlarla ithal edildiğini tespit ederse, antidamping veya koruma vergileri gibi ek vergiler uygulanabilir.

4.3.2 İthalat Düzenlemeleri ve Uyumluluk

İthalatçılar, çeşitli düzenlemelere ve kalite standartlarına uymak zorundadır:

- Bureau of Indian Standards (BIS) Sertifikası: Bazı mobilya ürünlerinin, Hindistan'ın güvenlik ve kalite standartlarını karşılamak için BIS sertifikasına sahip olması gerekebilir.
- Etiketleme Gereklilikleri: Ürünlerin, ülke menşei, üretici bilgileri ve ürün özellikleri gibi detayları içeren uygun etiketlerle etiketlenmesi zorunludur.
- Çevresel Düzenlemelere Uyumluluk: İthalatçılar, mobilyaların çevresel düzenlemelere, özellikle tehlikeli maddelerle ilgili sınırlamalara uyduğundan emin olmalıdır.

İthalat düzenlemeleri ve gümrük vergileri hakkında ayrıntılı ve güncel bilgiye aşağıda yer alan kaynaklardan ulaşılması mümkündür.

- Dolaylı Vergiler ve Gümrük Merkezi Kurulu (CBIC): CBIC web sitesi, gümrük düzenlemeleri, vergi yapıları ve bildirimler hakkında kapsamlı bilgiler sunmaktadır.
- Hindistan Gümrük Elektronik Portalı (ICEGATE): Elektronik dosyalama hizmetleri, vergi hesaplayıcıları ve ithalat/ihracat verilerine erişim sağlamaktadır.

4.4 Sektördeki Önemli Fuarlar (milli katılım olup olmadığı) ve Tarihleri

Fuar Adı	Tarih	Şehir	Web Sitesi	Açıklama
FuMMA Uluslararası Mobilya Fuarı (FIFEX)	26–28 Nisan 2025	Kochi, Kerala	www.fifex.in	Hindistan’ın en büyük mobilya fuarlarından biri; ev ve ofis mobilyaları, dekorasyon ve aksesuarlar.
India Interior Expo	20–22 Mart 2025	Yeni Delhi	www.indiainterior.in	Mimarlık, iç dekorasyon ve otomasyon alanında profesyonellere hitap ediyor.
INDEXPLUS 2025	30 Mayıs–1 Haziran (Mumbai); 1–3 Ağustos 2025 (Delhi)	Mumbai & Delhi	www.indexplus.in	Mobilya ve iç tasarım alanında trendlerin takip edildiği profesyonel buluşma noktası.
Hindustan Uluslararası Mobilya Fuarı (HIFF)	20–22 Eylül 2025	Mumbai	www.hiff.in	B2B ağ kurma, bitmiş mobilyalar ve sektörel yenilikler.
IndiaWood 2025	6–9 Mart 2025	Bangalore	www.indiawood.com	Asya’nın en büyük ahşap işleme ve mobilya üretim fuarı.
WOFX – World Furniture Expo	4–6 Aralık 2025	Mumbai	www.wofx.in	Küresel mobilya tasarımı ve uluslararası bağlantılar.
HGH India 2025	1–4 Temmuz 2025	Mumbai	www.hghindia.com	Ev tekstili, dekorasyon ve mobilya trendleri.
IHGF Delhi Fuarı 2025	16–19 Nisan 2025	Greater Noida	www.ihgfdelhi.com	2.500+ katılımcıyla ev ve yaşam ürünleri fuarı.

Fuar Adı	Tarih	Şehir	Web Sitesi	Açıklama
World of Hospitality Expo 2025	12–14 Haziran 2025	Mumbai	www.worldofhospitalityexpo.in	Ticari mobilya ve misafirperverlik çözümleri.
India Intex Expo 2025	20–22 Haziran 2025	Coimbatore	www.indiaexpositioncentre.com	Mobilya donanımları ve dekorasyon bileşenleri.
Interio and Exterio EXPO 2025	8–10 Ağustos 2025	Coimbatore	www.interioexterioexpo.com	İç ve dış mekan tasarımı.
MATECIA 2025	21–24 Ağustos 2025	Yeni Delhi	www.matecia.com	İç mekan ve mobilya sektöründe trendler.
Gartex Texprocess India	11–13 Ağustos 2025	Yeni Delhi	www.gartex.in	Ev dekorasyonu için tekstil makineleri ve çözümler.
BIG Show	23–24 Ağustos 2025	Mangaluru	www.bigshow.in	Yapı malzemeleri ve iç tasarım trendleri.
India International Tent Decor & Catering Expo	5–7 Eylül 2025	Navi Mumbai	www.iitdeexpo.in	Etkinlik ve düğün sektörüne yönelik dekorasyon.
HIDE Expo	14–18 Ekim 2025	Taleigao	www.hideexpo.in	Mobilya ve aydınlatma trendleri; misafirperverlik sektörü odaklı.
Women Expo 2025	23–24 Ağustos 2025	Mangaluru	www.womenexpo.in	Kadın odaklı tasarım ve yaşam tarzı ürünleri.
Spring Gift Fair 2025	24–26 Ağustos 2025	Yeni Delhi	www.springgiftfair.com	Ev dekoru, hediyelik ve yaşam tarzı ürünleri.
Home Decor Show 2025	11–13 Ağustos 2025	Mumbai	www.homedecorshow.com	Mobilya ve ev dekorasyonu fuarı.
Interior Lifestyle India 2025	18–20 Haziran 2025	Mumbai	www.interiorlifestyleindia.com	(Açıklama eksikti – isterseniz ekleyebilirim)
IIFF 2025	Aralık 2025	Yeni Delhi	–	India International Furniture Fair; geçmişte milli ve bireysel katılımlı düzenlendi.

4.5 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilen ticaret heyetleri

1. TİM Sektörel Ticaret Heyeti – Ekim 2022

Şehir: Mumbai

Tarih: 9–13 Ekim 2022

- Mobilya, elektrikli ürünler, tahıllar ve diğer sektörlerle odaklanılmıştır.
- 14 Türk şirketi, 70'ten fazla Hint şirketi ile yaklaşık 170 B2B görüşmesi gerçekleştirmiştir.
- Bu heyet, Türkiye'nin "Uzak Ülkeler Stratejisi" kapsamında uzak pazarlara ticaretin artırılmasına yönelik bir adımdır.

• [Etkinlik Linki](#)

• [TİM Haber Linki](#)

2. India International Furniture Fair (IIFF) – Aralık 2022

Şehir: Uluslararası Expo Merkezi, Noida

Tarih: 2–4 Aralık 2022

- EFEEEXIM tarafından organize edilen ve Trescon tarafından yönetilen IIFF'nin 4. edisyonunda, Türk mobilya ustalığı sergilenmiştir.
- İnegöl Mobilya Sanayicileri Derneği, 2.000'den fazla üreticiyi temsil ederek Türk mobilyalarını Hint pazarına tanıtmıştır.
- Modelin CEO'su ve Antakya Mobilya Yönetim Kurulu Başkanı Ercan Güzel, Türk mobilya ihracatının Hindistan'a olan potansiyelini vurgulamıştır.

• [IIFF Etkinlik Linki](#)

• [IIFF Basın Bülteni Linki](#)

3. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Genel Ticaret Heyeti – Mart 2023

Şehir: Mumbai

Tarih: 4–8 Mart 2023

- Türkiye Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda ve TİM tarafından organize edilen bu heyette, mobilya, otomotiv, kimyasallar ve diğer sektörler yer almıştır.
- 13 Türk firması ile 125'ten fazla Hint şirketi arasında 350'den fazla B2B görüşmesi yapılmıştır.

• [TİM Etkinlik Linki](#)

• [TİM Haber Linki](#)

4. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Hindistan (Yeni Delhi) Ticaret Heyeti – Temmuz 2025

Şehir: Yeni Delhi

Tarih: 15–19 Temmuz 2025

- Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından, Türkiye Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda organize edilmektedir.
- Heyet, mobilya da dahil olmak üzere çeşitli sektörlerden firmaları içerecektir.
- 16 Temmuz 2025 tarihinde ikili iş görüşmeleri (B2B) düzenlenecektir.

• [Etkinlik Linki](#)

6. Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Hindistan'ın mobilya sektörü, ülkenin önemli ticaret ortaklarıyla imzaladığı çeşitli Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA) sayesinde önemli bir büyüme kaydetmiştir. Bu anlaşmalar, tarifelerin azaltılması,

ticaret prosedürlerinin kolaylaştırılması ve piyasa erişiminin artırılması gibi hedeflerle ticaretin önündeki engelleri kaldırarak, işletmelerin küresel ölçekte büyümelerini desteklemiştir. Bu bağlamda, Hindistan'ın imalat sanayisinin önemli bir sektörü olan mobilya sektörü, bu STA'lerden önemli ölçüde faydalanmıştır. Aşağıda, Hindistan'ın mobilya sektörü üzerinde önemli etkisi olan bazı STA'lar hakkında kapsamlı bir analiz bulunmaktadır.

- Hindistan-ASEAN Serbest Ticaret Anlaşması

- **Yıl:** 2009'da imzalandı, 2010'da yürürlüğe girdi
- **İlgili Ülkeler:** Brunei, Kamboçya, Endonezya, Laos, Malezya, Myanmar, Filipinler, Singapur, Tayland ve Vietnam
- **Mobilya Sektörüne Etkisi:**
 - ASEAN-Hindistan STA, Hindistan ile ASEAN ülkeleri arasındaki ahşap ürünleri ve mobilya ticaretinde önemli ölçüde tarifelerin azaltılmasını sağlamıştır.
 - Hindistanlı mobilya ihracatçıları, ahşap hammaddeleri ve bitmiş ürünler için avantajlı tarifelerden yararlanarak, Güneydoğu Asya pazarlarında daha rekabetçi hale gelmiştir.
 - Anlaşma ayrıca gümrük prosedürlerini kolaylaştırarak, sınır ötesi ticarete yaşanan tikanıklıkları azaltmıştır.

- Hindistan-Güney Kore Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması

- **Yıl:** 2009'da imzalandı, 2010'da yürürlüğe girdi
- **İlgili Ülkeler:** Güney Kore ve Hindistan
- **Mobilya Sektörüne Etkisi:**
 - Anlaşma, ahşap ve mobilya ürünleri üzerindeki tarifelerin azaltılmasına ve ticaret engellerinin ortadan kaldırılmasına yardımcı olmuştur.
 - Hindistanlı üreticiler, gelişmiş teknolojiye sahip olan ve kaliteli mobilya talebinin arttığı Güney Kore pazarına daha kolay girebilmiştir.
 - Anlaşma ayrıca ticaret prosedürlerini basitleştirerek, Hindistan'ın Güney Kore pazarına daha uygun fiyatlarla girmesini sağlamıştır.

- Hindistan-Japonya Ekonomik Ortaklık Anlaşması

- **Yıl:** 2011'de imzalandı ve yürürlüğe girdi
- **İlgili Ülkeler:** Hindistan ve Japonya
- **Mobilya Sektörüne Etkisi:**
 - Bu anlaşma, mobilya ve ahşap ürünleri için tarifelerin azaltılmasını sağlamıştır.
 - Japonya pazarı, yüksek kalite standartlarıyla tanınmakta olup, Hindistanlı üreticiler için cazip bir fırsat sunmaktadır.

- Anlaşma, Hindistanlı mobilya ihracatçılarına Japonya pazarında önemli ihracat fırsatları sunmuştur.

- Hindistan-Mercosur Tercihli Ticaret Anlaşması

- **Yıl:** 2004'te imzalandı, 2009'da yürürlüğe girdi
- **İlgili Ülkeler:** Arjantin, Brezilya, Paraguay ve Uruguay
- **Mobilya Sektörüne Etkisi:**
 - Hindistanlı mobilya ihracatçılarına, özellikle ahşap mobilyalar ve ilgili ürünler için tarifelerin azaltılmasını sağlamıştır.
 - Hindistan, Güney Amerika pazarlarında, özellikle Brezilya'da talep gören kaliteli ve uygun fiyatlı ahşap mobilya üretiminde rekabet avantajı kazanmıştır.
 - Anlaşma, ticaretin önündeki engelleri kaldırarak, Hindistan'ın Güney Amerika pazarlarına daha hızlı erişmesini sağlamıştır.

- Hindistan-Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması

- **Yıl:** 2022'de imzalandı ve yürürlüğe girdi
- **İlgili Ülkeler:** Hindistan ve BAE
- **Mobilya Sektörüne Etkisi:**
 - Anlaşma, mobilya ticaretinde gümrük vergilerinin azaltılmasını ve ticaret kısıtlamalarının ortadan kaldırılmasını hedeflemektedir.
 - BAE, Orta Doğu'da lüks ve kaliteli mobilya talebinin yüksek olduğu önemli bir pazardır ve bu anlaşma, Hindistanlı üreticilerin bu pazara daha uygun fiyatlarla girmesini sağlamaktadır.
 - Ayrıca, lojistik ve ticaret engellerinin azaltılması, Hindistan'ın BAE'ye yönelik ihracatını artırmıştır.

- Hindistan-Avustralya Ekonomik İşbirliği ve Ticaret Anlaşması

- **Yıl:** 2022'de imzalandı ve yürürlüğe girdi
- **İlgili Ülkeler:** Hindistan ve Avustralya
- **Mobilya Sektörüne Etkisi:**
 - Anlaşma, Hindistan ile Avustralya arasındaki mobilya ticaretinde önemli ölçüde gümrük vergisi indirimi sağlamaktadır.
 - Avustralya, sürdürülebilir ve estetik açıdan kaliteli mobilyalara yönelik talebi olan bir pazardır. Hindistan, bu talepleri karşılamak için gelişen bir rekabet avantajına sahiptir, özellikle çevre dostu ve geleneksel el işçiliği kategorilerinde.

- Anlaşma, Hindistanlı mobilya ihracatçılarının Avustralya pazarına girişini kolaylaştırmıştır.

- Hindistan-Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması

- **Yıl:** 2021'de müzakerelere başlandı (2025'te tamamlanması bekleniyor)
- **İlgili Ülkeler:** Hindistan ve Birleşik Krallık
- **Mobilya Sektörüne Etkisi:**
 - Hindistan-Birleşik Krallık STA'sının, ahşap ürünler, bitmiş mobilya ve diğer hammadde sektörlerini kapsamı beklenmektedir.
 - Birleşik Krallık, yüksek kaliteli ve tasarıma dayalı mobilya talebinin yüksek olduğu bir pazardır ve Hindistan, bu pazar için önemli bir fırsat sunmaktadır.
 - Anlaşmanın tamamlanmasıyla birlikte, Hindistanlı mobilya ihracatçıları için Birleşik Krallık pazarına daha düşük tarifelerle girmeleri mümkün olacaktır.

- Hindistan-Kanada Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması

- **Yıl:** 2021'de müzakerelere başlandı (2025'te tamamlanması bekleniyor)
- **İlgili Ülkeler:** Hindistan ve Kanada
- **Mobilya Sektörüne Etkisi:**
 - Anlaşma, bitmiş mobilya ve hammadde ürünleri üzerinde tarifelerin azaltılmasını beklemektedir.
 - Kanada'nın mobilya pazarı, geleneksel ahşap parçalarından modern tasarımlara kadar geniş bir talep yelpazesi sunmaktadır.
 - Anlaşmanın tamamlanmasıyla birlikte, Hindistanlı mobilya ihracatçıları için Kanada pazarına daha uygun şartlarla erişim sağlanması hedeflenmektedir.

- Hindistan-Avrupa Birliği Serbest Ticaret Anlaşması

- **Yıl:** 2021'de müzakerelere başlandı (2025'te tamamlanması bekleniyor)
- **İlgili Ülkeler:** Hindistan ve Avrupa Birliği (27 ülke)
- **Mobilya Sektörüne Etkisi:**
 - Anlaşma, mobilya ticaretinde, hem bitmiş mobilyalar hem de hammadde ürünleri için tarifelerin azaltılmasını hedeflemektedir.
 - Avrupa, kaliteli ve tasarıma dayalı mobilyalar için büyük bir pazar olup, Hindistanlı üreticiler için büyük fırsatlar sunmaktadır.
 - Anlaşma, Hindistanlı mobilya ihracatçılarının AB pazarına daha kolay ve düşük maliyetle girmesini sağlayacaktır.

- Hindistan-Sri Lanka Serbest Ticaret Anlaşması (ISFTA)

- **Yıl:** 1998'de imzalandı, 2000'de yürürlüğe girdi
- **İlgili Ülkeler:** Hindistan ve Sri Lanka
- **Mobilya Sektörüne Etkisi:**
 - Sri Lanka, Hindistan'ın Güney Asya'daki mobilya ticareti için önemli bir partneridir ve Hindistanlı mobilya ve ahşap ürünleri için düşük tarifeler sunmaktadır.
 - Anlaşma, Hindistan ve Sri Lanka arasındaki mobilya ve ilgili sektörlerdeki ticareti kolaylaştırmıştır.

7. Sektörde Standartlar

Hindistan Standartlar Kurumu (ISI), 1947 yılında standartları geliştirmek ve teşvik etmek amacıyla kurulmuş olup, 1955 yılında ürün sertifikasyonu için ISI Markalama Sistemi'ni tanıtmıştır. 1987 yılında, 1986'da kabul edilen bir yasa ile ISI, Hindistan Standartları Bürosu (BIS) tarafından devralınmış ve bu kurumun rolü ve yetkisi genişletilmiştir. BIS Yasası 2016 ve ilgili düzenlemeleri ile BIS, Hindistan genelinde yapılandırılmış sistemler aracılığıyla mal, hizmet ve sistemlerin uygunluğunu değerlendirmektedir.

BIS sertifikası genellikle gönüllü olsa da, Merkezi Hükümet bazı ürünler için kamu yararı, güvenlik, sağlık ve güvenlik gerekçeleri ile bunu zorunlu kılmaktadır. Bu tür ürünler, BIS Standart Markası'nın lisans veya Uygunluk Sertifikası (CoC) ile kullanılmasını gerektirmekte olup, bu durum Kalite Kontrol Emirleri (QCO'lar) ile denetlenmektedir.

Aşağıda, sektörde zorunlu sertifikasyona tabi olan ürünler listelenmiştir:

Upholstered Composites used for Non-Domestic Furniture			
408	IS 15768 : 2008	Upholstered composites used for non-domestic furniture	110. Protective Textiles Quality Control (Upholstered Composites used for Non-Domestic Furniture) Order, 2024 S.O. 3916(E), dated 12th September 2024
Wood Based Boards			
450	IS 1659:2004	Block Boards	122. Wood Based Boards (Quality Control) Order, 2023
451	IS 12823:2015	Prelaminated particle boards from wood and other Lignocellulosic material	S.O. 3604(E), dated 10th August 2023 Wood Based Products (Quality Control) Order, 2024
452	IS 3087:2005	Particle boards of wood and other lignocellulosic materials (medium density) for general purpose	S.O. No. 1307(E), dated 12th March 2024

453	IS 12406:2021	Medium density fibre boards for general purpose	
454	IS 3097:2006	Veneered particle boards	
Plywood and Wooden flush door shutters			
470	IS 303 : 1989	Plywood for general purposes	128. Plywood and Wooden flush door shutters (Quality Control) Order, 2023 S.O. 3841(E), dated 29th August 2023 Plywood and Wooden flush door shutters (Quality Control) Order, 2024 S.O. 1377(E), dated 15th March 2024
471	IS 2202 (Part 1) : 1999	Wooden flush door shutters (solid core type) – Plywood face panels	
472	IS 710 : 2010	Marine plywood	
473	IS 5509 : 2021	Fire retardant plywood	
474	IS 1328 : 1996	Veneered decorative plywood	
475	IS 2191 (Part 2): 2022	Wooden flush door shutters (cellular and hollow core type) – Particle board and hardboard face panels	
476	IS 2191 (Part 1): 2022	Wooden flush door shutters (cellular and hollow core type) – Plywood face panels	
477	IS 2202 (Part 2): 2022	Wooden Flush Door Shutters (Solid core type) – Particle board, High Density Fibre Board, Medium Density Fibre Board and Fibre Hardboard Face Panels	
478	IS 4990 : 2011	Plywood for concrete shuttering works – Specification	
479	IS 10701 : 2012	Structural plywood – Specification	
Furniture (Recently added)			
683		Work chairs	

	IS 17631: 2022		181. Furniture (Quality Control) Order, 2025 S.O. 801 (E) Dated 14 February, 2025
684	IS 17632: 2022	General purpose chairs and stools	
685	IS 17633: 2022	Tables and desks	
686	IS 17634: 2022	Storage units	
687	IS 17635: 2022	Beds	
688	IS 17636: 2022	Bunk beds	

8. Hindistan’da Lojistik Sektörü

- Genel Bakış

Hindistan’ın ulaştırma ve lojistik sektörü, ülkenin ekonomik kalkınmasının temel taşlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Hızla büyüyen sanayi, tarım ve hizmet sektörleri, etkin ve verimli bir lojistik altyapı ihtiyacını beraberinde getirmektedir. Hindistan, önümüzdeki 25 yıl içinde dünya ekonomileri arasında daha üst sıralara çıkmayı hedeflemekte olup, bu hedefe ulaşmada lojistik sektörünün rolü kritik önem taşımaktadır.

- Yük Taşımacılığı ve Altyapı

Hindistan’da yük taşımacılığı ağırlıklı olarak karayolu üzerinden gerçekleştirilmektedir. Toplam yük hareketliliğinin (ton-km bazında) yaklaşık %66’sı karayolu ile yapılmaktadır. Bu, Hindistan’ın geniş kara sınırları, sanayi merkezlerinin kara yollarına yakınlığı ve esnek dağıtım ihtiyaçlarıyla ilişkilidir. Karayolunu, %31 ile demiryolu, %3 ile denizyolu ve %1 ile havayolu taşımacılığı takip etmektedir.

Ancak bu yük taşımacılığının gerçekleşmesi, kapsamlı bir altyapı ağı sayesinde mümkün olmaktadır. Ülkede 129’dan fazla İç Konteyner Terminali (ICD), 168’den fazla Konteyner Yükleme İstasyonu (CFS) ve yaklaşık 300 milyon metrekaarelik depo alanı yer almaktadır. Bu altyapı, özellikle sanayi bölgeleri, limanlar, kara sınırları ve büyük şehirler etrafında yoğunlaşmıştır. Hindistan hükümeti, bu altyapıyı daha da geliştirmek için “PM Gati Shakti” adlı çok modlu lojistik koridor projesini hayata geçirmiştir

- Lojistik Maliyetler ve Ekonomik Hedefler

Hindistan’da lojistik maliyetler, gayrisafi yurt içi hasılanın (GSYH) %13 ila %14’ü seviyesindedir. Bu oran, gelişmiş ülkelerde ortalama %8 civarındadır. Yüksek lojistik maliyetleri, Hindistan’ın küresel rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle Hindistan, 2030 yılına kadar lojistik maliyet oranını GSYH’nin %8 ila %10 seviyelerine çekmeyi hedeflemektedir.

Yapılan analizler, dolaylı lojistik maliyetlerde %10'luk bir azalışın, ülkenin ihracat kapasitesinde %5 ile %8 oranında artış sağlayabileceğini göstermektedir. Bu da Hindistan'ın dış ticaret fazlası yaratması ve döviz rezervlerini artırması açısından büyük önem taşımaktadır.

Karşılaşılan Yapısal Sorunlar

Hindistan'daki taşımacılık ve lojistik sektörü, yapısal bazı sorunlarla karşı karşıyadır:

Eyaletler arası taşımacılıkta gecikmeler yaşanmaktadır. Vergi rejimlerinin farklılıkları, belge işlemleri ve kontrol noktaları lojistik süreci yavaşlatmakta ve maliyetleri artırmaktadır. Sektörün parçalı yapısı, çok sayıda aracı kurumun yer almasına neden olmakta, bu da yüklerin birden fazla kez el değiştirmesine ve operasyonel verimsizliklere yol açmaktadır. Uçtan uca tedarik zinciri görünürlüğü eksikliği, hem hizmet sağlayıcıların hem de müşterilerin yükleri etkin şekilde takip edememesine sebep olmaktadır. Teknoloji adaptasyonu düşük seviyededir. GPS takibi, RFID tabanlı izleme ve blokzinciri destekli belge yönetimi henüz yaygın olarak kullanılmamaktadır.

- Reformlar ve Yatırımlar

Hükümet, lojistik verimliliğini artırmak amacıyla “ULIP (Unified Logistics Interface Platform)” gibi dijital projeleri başlatmış, özel sektör yatırımlarına çeşitli teşvikler sağlamıştır. Ayrıca, Batı ve Doğu Sahil Lojistik Koridorları, Delhi-Mumbai Sanayi Koridoru gibi büyük projelerle hem lojistik altyapı hem de endüstriyel üretim merkezleri arasındaki bağlantılar güçlendirilmektedir.

- Limanlar

Hindistan, ülkenin dış ticaretini (ihracat-ithalat) desteklemek amacıyla yeterli yük taşıma kapasitesine sahip 12 büyük liman işletmektedir. Bu limanlar, toplam dış ticaret yükünün yaklaşık %90'ını hacim olarak ve %70'ini değer olarak yönetmektedir. Artan ticaret taleplerine ayak uydurabilmek için liman kapasitesinin artırılması öncelikli hedeflerden biridir. Kapasite artırımıyla birlikte, Liman Kanadı, mekanizasyon, dijitalleşme ve süreçlerin sadeleştirilmesi yoluyla operasyonel verimliliği iyileştirmeye odaklanmaktadır. Bu, kapasite ve taşınan yükte önemli bir artışa, ayrıca dönüş süresi ve rıhtım başına verim gibi performans göstergelerinin iyileştirilmesine yol açmıştır.

Ülkede 12 büyük liman ve 200 küçük liman (muhafaza limanları) bulunmaktadır. Büyük limanlar, Denizcilik Bakanlığı'nın idari kontrolü altındayken, küçük limanlar, ilgili Eyalet Denizcilik Kurulları/ Eyalet Hükümetlerinin denetimindedir. 12 büyük limanın tümü faaliyettedir. 200 küçük limandan yaklaşık 65 liman yük taşımakta olup, geri kalanlar ise yük taşımayan ve balıkçı tekneleri ve küçük feribotlar tarafından geçiş için kullanılan “Liman Sınırları” olarak kullanılmaktadır.

Aşağıda, Hindistan'daki 12 büyük limanın ve bu limanların 2023 Nisan ile 2024 Mart ayları arasında taşıdığı toplam yük miktarlarının tonaj olarak gösterildiği tablo yer almaktadır.

Sıra No	Liman Adı	Mart 2023 (G)	Mart 2024 (G)	Mart 2024'ün Mart 2023'e Göre Yüzde Değişimi	Nisan-Mart 2022-23 (G)	Nisan-Mart 2023-24 (G)	Yüzde Pay (2023-24)	Nisan-Mart 2023-24'ün Nisan-Mart 2022-23'e Göre Yüzde Değişimi
		Yük Elleçleme	Yük Elleçleme	Yüzde Değişim	Yük Elleçleme	Yük Elleçleme		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	SMP Kolkata	5.407.173	4.652.079	-13,96%	59.206.125	62.183.072	%9,86	+5,03%
	Dış Hat	5.407.173	4.652.079	-13,96%	59.206.125	62.183.072	%9,86	+5,03%
	Kıyı İçi	407.696	293.916	-27,91%	5.781.690	3.987.442	%2,13	-31,03%
	Toplam	5.814.869	4.945.995	-14,94%	64.987.815	66.170.514	%8,09	+1,82%
2	Paradip	7.629.500	7.546.340	-1,09%	77.283.116	86.150.907	%13,66	+11,47%
	Dış Hat	7.629.500	7.546.340	-1,09%	77.283.116	86.150.907	%13,66	+11,47%
	Kıyı İçi	5.869.282	5.497.034	-6,34%	58.079.018	59.228.517	%31,64	+1,98%
	Toplam	13.498.782	13.043.374	-3,37%	135.362.134	145.379.424	%17,77	+7,40%
3	Visakhapatnam	5.044.544	5.371.764	+6,49%	54.837.052	62.885.279	%9,97	+14,68%
	Dış Hat	5.044.544	5.371.764	+6,49%	54.837.052	62.885.279	%9,97	+14,68%
	Kıyı İçi	1.980.657	2.250.329	+13,62%	18.913.610	18.204.739	%9,72	-3,75%
	Toplam	7.025.201	7.622.093	+8,50%	73.750.662	81.090.018	%9,91	+9,95%
4	Kamarajar	2.325.317	2.574.407	+10,71%	25.811.595	27.954.772	%4,43	+8,30%
	Dış Hat	2.325.317	2.574.407	+10,71%	25.811.595	27.954.772	%4,43	+8,30%
	Kıyı İçi	1.538.499	1.812.360	+17,80%	17.694.388	17.323.027	%9,25	-2,10%
	Toplam	3.863.816	4.386.767	+13,53%	43.505.983	45.277.799	%5,54	+4,07%
5	Chennai	3.869.879	3.868.910	-0,03%	43.031.134	46.087.609	%7,31	+7,10%
	Dış Hat	3.869.879	3.868.910	-0,03%	43.031.134	46.087.609	%7,31	+7,10%
	Kıyı İçi	462.199	531.871	+15,07%	5.918.080	5.498.248	%2,94	-7,09%
	Toplam	4.332.078	4.400.781	+1,59%	48.949.214	51.585.857	%6,31	+5,39%
6	V.O.C.	2.244.947	2.795.277	+24,51%	25.270.132	28.630.650	%4,54	+13,30%
	Dış Hat	2.244.947	2.795.277	+24,51%	25.270.132	28.630.650	%4,54	+13,30%
	Kıyı İçi	1.390.101	1.163.785	-16,28%	12.771.160	12.771.260	%6,82	+0,00%
	Toplam	3.635.048	3.959.062	+8,91%	38.041.292	41.401.910	%5,06	+8,83%
7	Cochin	1.737.471	2.278.956	+31,17%	23.149.307	23.686.993	%3,76	+2,32%
	Dış Hat	1.737.471	2.278.956	+31,17%	23.149.307	23.686.993	%3,76	+2,32%
	Kıyı İçi	2.152.714	1.094.719	-49,15%	12.105.925	12.628.476	%6,75	+4,32%
	Toplam	3.890.185	3.373.675	-13,28%	35.255.232	36.315.469	%4,44	+3,01%
8	New Mangalore	3.309.184	2.780.098	-15,99%	31.955.820	34.280.315	%5,43	+7,27%
	Dış Hat	3.309.184	2.780.098	-15,99%	31.955.820	34.280.315	%5,43	+7,27%
	Kıyı İçi	841.059	956.421	+13,72%	9.461.278	11.427.146	%6,10	+20,78%
	Toplam	4.150.243	3.736.519	-9,97%	41.417.098	45.707.461	%5,59	+10,36%
9	Mormugao	1.559.499	1.220.040	-21,77%	15.641.990	16.551.940	%2,62	+5,82%
	Dış Hat	1.559.499	1.220.040	-21,77%	15.641.990	16.551.940	%2,62	+5,82%
	Kıyı İçi	267.186	261.178	-2,25%	1.676.744	3.613.599	%1,93	+115,51%
	Toplam	1.826.685	1.481.218	-18,91%	17.318.734	20.165.539	%2,47	+16,44%
10	Mumbai	3.670.867	3.739.007	+1,86%	41.002.149	43.536.758	%6,90	+6,18%
	Dış Hat	3.670.867	3.739.007	+1,86%	41.002.149	43.536.758	%6,90	+6,18%
	Kıyı İçi	1.979.371	2.266.399	+14,50%	22.606.158	23.723.921	%12,67	+4,94%
	Toplam	5.650.238	6.005.406	+6,29%	63.608.307	67.260.679	%8,22	+5,74%
11	JNPA	7.446.109	7.300.384	-1,96%	78.967.392	80.880.172	%12,82	+2,42%
	Dış Hat	7.446.109	7.300.384	-1,96%	78.967.392	80.880.172	%12,82	+2,42%
	Kıyı İçi	474.122	468.819	-1,12%	4.899.560	4.924.159	%2,63	+0,50%
	Toplam	7.920.231	7.769.203	-1,91%	83.866.952	85.804.331	%10,49	+2,31%

Sıra No	Liman Adı	Mart 2023 (G)	Mart 2024 (G)	Mart 2024'ün Mart 2023'e Göre Yüzde Değişimi	Nisan-Mart 2022-23 (G)	Nisan-Mart 2023-24 (G)	Yüzde Pay (2023-24)	Nisan-Mart 2023-24'ün Nisan-Mart 2022-23'e Göre Yüzde Değişimi
12	Deendayal	8.874.245	11.811.281	+33,10%	123.876.767	117.933.042	%18,70	-4,80%
	Dış Hat	8.874.245	11.811.281	+33,10%	123.876.767	117.933.042	%18,70	-4,80%
	Kıyı İçi	1.469.745	1.093.608	-25,59%	13.683.806	13.886.625	%7,42	+1,48%
	Toplam	10.343.990	12.904.889	+24,76%	137.560.573	131.819.667	%16,12	-4,17%
Toplam		53.118.735	56.189.284	+5,78%	600.032.579	630.761.509	%77,11	+5,12%
	Dış Hat	53.118.735	56.189.284	+5,78%	600.032.579	630.761.509	%77,11	+5,12%
	Kıyı İçi	18.832.631	17.726.920	-5,87%	183.591.417	187.217.159	%22,89	+1,97%
	Toplam	71.951.366	73.916.204	+2,73%	783.623.996	817.978.668	%100,00	+4,38%

- Başlıca Ülkelerden Hindistan'a Deniz Yolu Taşıma Süreleri

Kaynak Bölge	Yükleme Limanları	Hindistan'daki Varış Limanları	Normal Transit Süresi	Kızıldeniz Krizi ile (2024–2025)
ABD (Doğu Kıyısı)	New York, Savannah, Norfolk	Nhava Sheva, Mundra, Chennai	30–45 gün	35–55 gün (bazı yönlendirme gecikmeleri)
ABD (Batı Kıyısı)	Los Angeles, Long Beach	Nhava Sheva, Mundra	25–35 gün	30–45 gün (orta düzeyde etki)
AB (Avrupa Birliği)	Rotterdam, Hamburg, Antwerp	Nhava Sheva, Mundra, Chennai	20–28 gün	28–40 gün (Süveyş yönlendirmesi nedeniyle)
Çin	Şanghay, Shenzhen, Ningbo	Nhava Sheva, Chennai, Mundra	14–21 gün	14–24 gün (asgari etki)
Türkiye	İstanbul, Mersin, İzmir	Nhava Sheva, Mundra, Chennai	23–30 gün	30–60 gün (Kızıldeniz'in önemli etkisi)

9. E-Ticaret Sektörü ve Pazar Yerleri

Hindistan'da e-ticaretin yükselişi, geleneksel olarak fiziksel mağazalarda satışa dayanan mobilya sektörü için de önemli bir dönüşüm başlatmıştır. Özellikle pandemiden sonra tüketicilerin ev dekorasyonuna ve fonksiyonel yaşam alanlarına yönelik ilgisi artmış, bu da mobilya alışverişlerinin büyük ölçüde çevrimiçi kanallara kaymasına neden olmuştur. Önceden sadece belirli şehirlerde mağaza bazlı satın alma ile sınırlı olan mobilya satışı, bugün Flipkart, Amazon, Pepperfry, Urban Ladder ve IKEA India gibi platformlar sayesinde ülke genelinde erişilebilir hale gelmiştir.

Mobilya sektörünün Hindistan'daki toplam e-ticaret hacmi içindeki payı giderek artmaktadır. 2022 itibarıyla mobilya e-ticaret pazarının büyüklüğü yaklaşık 7 milyar dolar olarak hesaplanmakta olup, bu rakamın 2030 yılına kadar 30 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Bu büyüme, %15-17 arasında yıllık bileşik büyüme oranı (CAGR) ile gerçekleşmektedir. Ayrıca, yeni evlenen çiftler, ilk

kez ev sahibi olan genç profesyoneller ve artan şehirleşme, e-mobilya satışlarını yönlendiren temel müşteri segmentlerini oluşturmaktadır.

Tüketiciler artık mobilya satın alırken sadece işlevselliğe değil; tasarım, renk, ergonomi, sürdürülebilirlik ve çok amaçlı kullanım gibi kriterlere de önem vermektedir. E-ticaret platformları, kullanıcıya kişiselleştirme seçenekleri sunarak hem çeşitlilik hem de fiyat karşılaştırması avantajı sağlamaktadır. 3D modelleme, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal ev yerleşim simülasyonları ile tüketiciler, ürünlerin evde nasıl duracağını önceden görebilmektedir.

Mobilya üretimi Hindistan'da büyük oranda küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) tarafından yürütülmektedir. E-ticaret platformları, bu üreticilere dijital vitrin sağlayarak ürünlerini ülke çapında ve hatta yurt dışına satış yapma imkânı sunmaktadır. Bu sayede el yapımı, geleneksel zanaat ürünleri ve bölgesel tasarımlar ulusal ve küresel pazarlarda yer bulabilmektedir.

Mobilya, büyük hacimli ve ağır ürün grubu olduğundan, lojistik açıdan diğer e-ticaret ürünlerine kıyasla daha karmaşık bir süreç gerektirmektedir. Teslimat sürelerinin uzun olması, montaj hizmetleri gereksinimi, iade ve hasar yönetimi gibi alanlarda halen çeşitli zorluklar yaşanmaktadır. Bu nedenle bazı platformlar kendi lojistik ağlarını (örneğin Pepperfry Studios) kurarak ürün teslimatı, montaj ve müşteri hizmetlerinde farklılaşma yoluna gitmiştir.

Uluslararası mobilya markaları da Hindistan'daki e-ticaret potansiyelini fark etmiş ve pazara girmeye başlamıştır. IKEA, çevrimiçi satışlarını özellikle Mumbai, Hyderabad ve Bengaluru gibi metropollerde yaygınlaştırmış, lojistik merkezleri kurarak teslimat sürelerini kısaltmıştır. Aynı zamanda, yerli firmalarla iş birlikleri ve tedarik zinciri yatırımları yapmaktadır.

Çevre bilincinin artmasıyla birlikte tüketiciler, sürdürülebilir kaynaklardan üretilmiş mobilyalara yönelmektedir. E-ticaret platformları, ürün açıklamalarında FSC sertifikası, geri dönüştürülebilir malzeme kullanımı ve karbon ayak izi bilgilerini daha sık sunmaya başlamıştır. Bu trend, mobilya üreticilerini daha çevreci üretim yöntemlerine geçmeye teşvik etmektedir.

Hindistan hükümeti, "Make in India" ve "Digital India" girişimleri kapsamında mobilya sektörünün dijitalleşmesini desteklemektedir. Mobilya üreticileri için uygun kredi erişimi, dijital pazarlama eğitimleri, e-pazaryerleri ile entegrasyon destekleri gibi çeşitli teşvikler mevcuttur. Ayrıca, e-ihracat kapsamında yerli üreticilerin küresel e-ticaret platformlarına katılımı da kolaylaştırılmıştır.

- Hindistan'daki Başlıca Mobilya Pazaryerleri
 - Amazon
 - Pepperfry
 - Urban Ladder
 - IKEA India
 - Flipkart
 - Home Town
 - Wakefit
 - Nilkamal
 - Godrej

- Hindistan'daki Özel Günler, Tatiller ve Festivaller

Önemli Günler	Tarih	Etkinlik
Cumhuriyet Günü	Ocak ortası	26 Ocak öncesi kampanyalar
Holi	Mart	Moda, ev dekorasyonu, beyaz eşyalar
Ramazan Bayramı	Değişken	Moda, elektronik, hediyelik ürünler
Okula Dönüş	Nisan – Haziran	Kırtasiye, elektronik, çocuk kıyafetleri
Bağımsızlık Günü	Ağustos başı – ortası	Yurtsever indirimler, elektronik ürünler
Raksha Bandhan	Ağustos	Hediye ve moda ürünleri
Ganesh Chaturthi	Eylül	Özellikle Maharashtra pazarında artış
Navratri & Dussehra	Eylül – Ekim	Moda, takı, taşıt satışları
Diwali Festivali	Ekim – Kasım	Hindistan'daki en büyük alışveriş dönemi
Noel	Aralık	Giyim, hediye ve dekor ürünleri
Yıl Sonu	Aralık sonu – Ocak başı	Tüm kategorilerde stok temizleme kampanyaları

- En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Platform	Mobilya Satışında Kullanımı
Instagram	Mobilyaların reels, carousel gönderileri, influencer içerikleri ve reklamlarla tanıtımı için çok popüler. “Şimdi Satın Al” ve DM özellikleri oldukça etkili.
Facebook	Yerel mobilya satışları için Facebook Marketplace sıkça kullanılır. Hedefli reklamlar ve bölgesel gruplar sayesinde şehir veya müşteri segmentlerine doğrudan ulaşım sağlanır.
WhatsApp Business	Yerel satıcılar ve özel mobilya üreticileri doğrudan satış için yoğun olarak kullanır. Kataloglar, toplu mesaj listeleri ve müşteri destek özellikleri oldukça değerlidir.
YouTube	Büyük markalar tarafından ürün tanıtımları, kullanım videoları ve iç dekorasyon rehberleri için kullanılır. Müşteri güveni oluşturmak ve bilinçli tüketici yaratmak için etkilidir.
Pinterest	Şehirli Hindistanlılar arasında dekorasyon ve mobilya ilhamı için popülerliği artmaktadır. Web sitelerine veya Instagram mağazalarına yönlendirme sağlar.
LinkedIn	B2B mobilya üreticileri ve ofis mobilyası tedarikçileri tarafından ağ kurma ve müşteri bulma amacıyla kullanılır.

- Hindistan E-Ticaret Hukuku Çerçevesi

Hindistan'da e-ticarete satış yöntemi b2b ve b2c olarak ayrılmaktadır. E-ticaret pazaryerlerinde satış yapabilmenin en önemli şartı Hindistan'da kurulu şirketin vergi numarasının (GST tax number) bulunmasıdır. Yabancı sermayeli şirketlerin e-ticarete yalnızca b2b olarak toptan satış yapabileceği ve sadece pazar yeri hizmeti verebilirler. Devamla, yabancı sermayeli firmaların e-ticarete stok tutarak son kullanıcıya perakende olarak satış yapabilmesine izin verilmemektedir.

Diğer taraftan, yabancı markalar Hindistan'a tek marka perakende ticaret (Single Brand Retail Trading) kanalıyla girebilir. Bu sayede ilgili markanın sahibi olan veya Hindistan'da temsil eden yabancı firmanın ilgili markalı ürünleri hem fiziki ticarete hem de e-ticarete perakende olarak satmasına izin verilmektedir. Tek marka ile perakende ticaret ile faaliyet gösterecek şirketin yabancı sermaye oranı %51'den fazla ise şirketin ilgili markaya yönelik ürünlerinin %30'unu Hindistan'dan temin etmesi veya aynı orandaki malı Hindistan'dan ihracat etmesi gerekir. Tek marka perakende ticarete şirketin kuruluşundan itibaren iki sene boyunca başlangıçta e-ticarete b2c satış yapabilmesine izin verilmekle birlikte ikinci senenin sonunda fiziki mağazanın da açılmasının gerekmektedir.

Pazaryeri modelinde e-ticaret firmalarının mal veya hizmetlerin satış fiyatını manipüle etmesi yasaktır. Yeni kurallar ayrıca, bir e-ticaret pazar yerinin, kendi ortaklığı olan bir şirket ile herhangi bir şirkete yani platformdaki tüm satıcılara adil hizmetler (örneğin, karşılama, lojistik, depolama, çağrı merkezi hizmeti ve ödeme koleksiyonları) sağlaması gerekliliğini getirmiştir. Hükümet, pazar yerlerini belirli ürünlerin sadece kendi platformlarında satılmasına imkân sağlayacak imtiyazlı hakları yasaklamıştır.

2019'da Hindistan Hükümeti (GOI), Hindistan'ın hızlı dijitalleşmesinden kaynaklanan artan e-ticaret seviyelerini düzenlemek için bir Ulusal E-Ticaret Politikası taslağı yayımladı. Politika tüketici verilerinin korunması, veri yerelleştirme, fikri mülkiyet ve rekabete odaklanmaktadır.

Temmuz 2020'de Tüketici İşleri, Gıda ve Kamu Dağıtım Bakanlığı ise Tüketicinin Korunması (E-Ticaret) Kurallarını, 2020'de yayımladı. Kurallar, ürün ve hizmetlerin menşe ülkesinin gösterilmesi, son kullanma tarihleri olan malların etiketlenmesi ve iadeler, geri ödemeler, borsalar ve garanti hakkında bilgi dâhil olmak üzere çeşitli gereksinimler içermektedir. Haziran 2021'de Bakanlık, e-ticaret tüzel kişiliğinin tanımının değiştirilmesi, e-ticaret kuruluşlarının zorunlu kaydı, şikâyet düzeltme mekanizmasının kurulması, arama sonuçlarının manipülasyonunun yasaklanması ve flaş satışların yasaklanması gibi kurallarda ek değişiklikler önerilmiştir.

- E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Hindistan'daki başlıca e-ticaret lojistik şirketleri, e-ticaret sektörünün büyümesine paralel olarak önemli bir rol oynamaktadır. Bu şirketler, e-ticaret firmalarına hızlı ve güvenilir teslimat çözümleri sunarak müşteri memnuniyetini artırmayı hedeflemektedir. Delhivery ve Ecom Express gibi büyük lojistik sağlayıcıları, Hindistan genelinde geniş dağıtım ağı ve depolama hizmetleriyle öne çıkmaktadır. Aynı zamanda, Blue Dart ve XpressBees gibi firmalar, hızlı teslimat hizmetleriyle müşterilerin zamanında teslimat beklentilerini karşılamakta uzmanlaşmıştır. Shadowfax ve Pickrr, özellikle küçük işletmeler ve girişimler için daha esnek ve maliyet etkin çözümler sunarken, Ekart Logistics ve Shiprocket gibi platformlar, çoklu kanal entegrasyonu sağlayarak e-ticaret satıcılarının operasyonel süreçlerini daha verimli hale getirmelerine yardımcı olmaktadır.

Bu lojistik şirketleri, yalnızca teslimat süreçlerini hızlandırmakla kalmaz, aynı zamanda e-ticaretin lojistik altyapısının daha sürdürülebilir ve verimli olmasına katkı sağlar. ATS (Amazon) gibi büyük

e-ticaret platformlarının lojistik çözümleri, yalnızca satıcılara değil, aynı zamanda tüm tedarik zincirine entegre olabilen altyapılar sunarak sektörün genel verimliliğini artırmaktadır. E-ticaret lojistiğinde yer alan bu şirketler, güçlü bir müşteri odaklı yaklaşım benimseyerek, zaman ve maliyet açısından tasarruf sağlarken, dijitalleşen dünyada daha güçlü bir rekabet avantajı elde etmektedir. Bu sayede, Hindistan'daki e-ticaret lojistik sektörü, hızla gelişen ve yenilikçi çözümler sunan bir alan haline gelmektedir.

Şirket	Web Sitesi
Delhivery	www.delhivery.com
Ecom Express	www.ecomexpress.in
Blue Dart	www.bluedart.com
XpressBees	www.xpressbees.com
Shadowfax	www.shadowfax.in
Ekart Logistics	ekartlogistics.com
DTDC	www.dtdc.in
Shiprocket	www.shiprocket.in
Pickrr	www.pickrr.com
ATS (Amazon)	services.amazon.in (satıcılar için)

10. Tanıtım ve Pazarlama

Hindistan'daki mobilya firmaları, sektördeki rekabeti aşmak ve müşteri taleplerini en iyi şekilde karşılamak amacıyla geniş bir pazarlama stratejisi yelpazesi benimsemektedir. Bu stratejiler, dijital platformlardan geleneksel mağaza deneyimlerine kadar birçok farklı alanı kapsamaktadır. Pazarlama faaliyetlerinde kullanılan başlıca stratejiler şunlardır:

- Dijital Pazarlama Stratejileri

Hindistan'da dijital pazarlama, mobilya firmaları için kritik bir pazarlama kanalına dönüşmüştür. Özellikle genç tüketiciler, sosyal medya ve dijital platformlar üzerinden alışveriş yapma eğilimindedir. Bu bağlamda kullanılan yöntemler şunlardır:

- Sosyal Medya Reklamları: Instagram, Facebook, Pinterest gibi platformlar, mobilya markalarının yaşam tarzı fotoğrafları ve videolarıyla ürünlerini tanıttığı başlıca mecralardır. Bu platformlarda yapılan etkili görsel ve video reklamlar, hedef kitleye hitap eden estetik ve fonksiyonel mobilya tasarımlarını sergileyerek markaların bilinirliğini artırmaktadır.

- **Influencer Pazarlaması:** Hindistan'daki influencer pazarlaması, mobilya markalarının büyük bir kısmı için etkili bir stratejidir. Instagram ve YouTube gibi platformlarda yaşam tarzı influencer'ları ile işbirlikleri yaparak, markalar daha geniş kitlelere ulaşmayı başarmaktadır. Özellikle ev dekorasyonu ve iç mekan tasarımı konusunda etkili olan influencer'lar, hedef kitlenin güvenini kazanarak ürünlerin tanıtımını yapmaktadır.

- **Hedefli Reklamlar:** Dijital reklamcılıkta, özellikle Facebook ve Google Ads gibi platformlarda kullanılan hedefli reklam stratejileri, markaların potansiyel müşterilerine ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Konum tabanlı hedeflemeler, kullanıcıların ilgisini çekecek mobilya türlerine göre özelleştirilmiş reklamlar sunarak satışları artırmaktadır.

- **Omni-Channel Varlık ve E-ticaret Stratejileri**

Hindistan'daki mobilya sektöründe, online ve offline satış kanallarının birleşimi olan **omni-channel pazarlama** yaklaşımı, büyük önem taşımaktadır. Bu strateji, tüketicilerin farklı kanallar üzerinden alışveriş yaparken aynı deneyimi yaşamalarını sağlamaktadır:

- **E-ticaret Platformları:** Büyük pazaryerleri olan Amazon India ve Flipkart gibi platformlar, mobilya markalarının ürünlerini geniş kitlelere ulaştırmak için kullandığı temel mecralardır. Bu platformlar, satışların hızla artmasını sağlayan önemli bir kanal olmakla birlikte, markaların ürünlerini daha fazla kişiye sergileyebilmesi için büyük fırsatlar sunmaktadır.

- **Marka Web Siteleri:** Pepperfry ve Urban Ladder gibi yerel markalar, kendi web siteleri üzerinden de satış yapmaktadır. Bu siteler, kullanıcıların mobilya satın alırken detaylı ürün bilgilerine ulaşabilmesi, kolay ödeme sistemleri ve çeşitli ödeme seçenekleri ile online alışverişini daha cazip hale getirmektedir.

- **Mobil Uygulamalar:** Hindistan'da akıllı telefon kullanımı hızla artmaktadır ve bununla birlikte mobil alışveriş de büyük bir trend haline gelmiştir. Markalar, mobil uygulamalar aracılığıyla tüketicilerine özel teklifler sunarak, alışveriş deneyimlerini daha kişiselleştirilmiş hale getirmektedir. Ayrıca, bu uygulamalar üzerinden yapılan alışverişlerin, kullanıcılar için daha pratik ve hızlı bir seçenek sunduğu gözlemlenmektedir.

- **Fiziksel Mağazalar ve Deneyim Merkezleri**

Online satışların artmasına rağmen, fiziksel mağazalar hala Hindistan'daki mobilya firmaları için önemli bir pazarlama kanalını oluşturmaktadır. Müşteriler, ürünleri yerinde görüp deneyimleyerek satın alma kararlarını daha kolay verebilmektedir:

- **Showroomlar ve Deneyim Merkezleri:** Hindistan'daki önde gelen mobilya markaları, tüketicilere ürünleri deneyimleme fırsatı sunan showroomlar ve deneyim merkezleri açmaktadır. Pepperfry Studio gibi mağazalar, müşterilerin mobilya tasarımlarını, renkleri ve malzemeleri fiziksel olarak incelemelerine olanak tanır. Bu mağazalarda, müşterilere özel tasarım önerileri sunulur ve iç mekan tasarımı ile ilgili danışmanlık hizmetleri sağlanır.

- Mağaza İçi Etkinlikler: Büyük satış etkinlikleri, lansmanlar ve mobilya tasarımı seminerleri gibi aktiviteler, markaların müşteri ilişkilerini güçlendirmeleri için kullanılan başka bir stratejidir. Müşterilerle yüz yüze iletişim kurarak, markaların sadık müşteri kitlesi oluşturması mümkün olmaktadır.

- Mevsimsel ve Festivallerde Yapılan Pazarlama Kampanyalar

Hindistan'da, özellikle Diwali ve Holi gibi büyük festivallerde yapılan kampanyalar, mobilya sektörünün satışlarını ciddi şekilde artırmaktadır. Bu dönemlerde markalar çeşitli stratejilerle tüketicilere ulaşmaktadır:

- Büyük İndirim Kampanyaları: Diwali ve diğer büyük festivaller sırasında, mobilya markaları büyük indirim kampanyaları düzenler. Bu kampanyalar, tatile özel fırsatlar sunarak, tüketicilerin büyük mobilya alımlarını bu dönemde yapmalarını teşvik eder.
- Sezon Sonu İndirimleri: Muson sezonu öncesinde, firmalar eski modelleri ya da fazla stoğu olan ürünleri indirimli fiyatlarla satışa sunarak, yeni sezon ürünleri için alan açarlar. Bu satışlar, markaların envanterlerini hızlıca temizlemelerine yardımcı olur.

- Bölgesel Pazarlama ve Yerel Tüketici Tercihleri

Hindistan, kültürel ve coğrafi açıdan oldukça geniş bir ülke olup, her bölge farklı tüketici davranışları ve tercihlerine sahiptir. Bu nedenle, mobilya markaları, her bölgeye özel stratejiler geliştirerek pazarlama faaliyetlerini daha verimli hale getirmektedir:

- Kuzey Hindistan: Kuzey Hindistan'da, özellikle büyük evler ve geleneksel mobilya tercihleri yaygındır. Bu bölgede, büyük boyutlu ve ağır mobilyalar popülerdir. Markalar, bu tür ürünlerin tanıtımlarını yaparken, yerel geleneksel tasarımlara da odaklanmaktadır.
- Batı Hindistan: Batı Hindistan'daki evlerin genellikle küçük olması nedeniyle, daha kompakt ve fonksiyonel mobilya tasarımları tercih edilmektedir. Bu nedenle, markalar burada minimalist ve çok işlevli mobilyaları öne çıkaran kampanyalar yapmaktadır.

Güney Hindistan: Güney Hindistan'da daha fazla modern ve çağdaş tasarımlar tercih edilmektedir. Bu bölgede, teknoloji ile uyumlu mobilyalar (ör. akıllı mobilyalar) oldukça popülerdir. Markalar, bu trende yönelik inovatif tasarımlar sunarak tüketici kitlesini genişletmektedir

- Sürdürülebilirlik ve Çevre Dostu Pazarlama

Son yıllarda, Hindistan'da sürdürülebilirlik ve çevre dostu mobilya üretimi konusunda artan bir farkındalık gözlemlenmektedir. Bu trend, markaların pazarlama stratejilerini de etkilemiştir:

- Çevre Dostu Ürünler: Hindistan'daki bazı mobilya markaları, organik malzemelerden üretilen, geri dönüştürülebilir ve sürdürülebilir mobilyalar sunmaktadır. Bu tür ürünler, çevre bilincine sahip tüketiciler için önemli bir pazarlama avantajı sağlamaktadır.

- Yeşil Pazarlama Kampanyaları: Çevre dostu üretim yöntemleri ve yeşil malzemelerin kullanımı, Hindistan'daki tüketicilere yönelik reklam kampanyalarının merkezine yerleştirilmektedir. Bu tür pazarlama faaliyetleri, markaların çevreye duyarlı imajlarını güçlendirmelerine yardımcı olur.

11. Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

- Covid-19 Döneminin Etkisi:

Covid-19 pandemisi, Hindistan'daki tüketici davranışlarını önemli ölçüde değiştirmiştir. Pandemi sürecinde, bireylerin evlerinde geçirdiği zamanın artması, özellikle ev mobilyalarına olan talebi yükseltmiştir. Evde geçirilen uzun süreler, tüketicilerin yaşam alanlarını daha konforlu, fonksiyonel ve estetik açıdan tatmin edici hale getirmelerine olanak tanımıştır. Bu dönemde, mobilya sektörü, özellikle evden çalışma ve uzaktan eğitim gibi yeni çalışma düzenlerinin etkisiyle ciddi bir dönüşüm yaşamıştır.

Pandemi öncesinde, Hindistan'daki mobilya sektörü genellikle temel ihtiyaçları karşılayan, geleneksel tasarımlar ve fonksiyonlarla sınırlıyken, pandemi ile birlikte evde çalışma ortamları için ergonomik mobilya talebi önemli ölçüde artmıştır. Ergonomik çalışma masaları, ayarlanabilir sandalyeler ve ofis mobilyaları, hem konfor hem de verimlilik arayışı içindeki tüketiciler tarafından tercih edilmiştir.

Hindistan'da e-ticaret platformlarının gelişmesi, pandemi döneminde tüketici alışveriş alışkanlıklarını değiştirmiştir. Fiziksel mağazaların kapanması ve sosyal mesafe uygulamaları, çevrimiçi alışverişe olan ilgiyi artırmış, bu da mobilya markalarının dijitalleşme süreçlerini hızlandırmalarına olanak sağlamıştır. Çevrimiçi platformlar, tüketicilere geniş ürün yelpazesi ve hızlı teslimat seçenekleri sunarak önemli bir pazar avantajı elde etmiştir.

- Modüler ve Alan Tasarruflu Mobilyalara Talep:

Hindistan'daki şehirleşme süreci, yaşam alanlarının küçülmesine yol açmış ve bu durum, modüler ve alan tasarrufu sağlayan mobilyaların talebini artırmıştır. Özellikle büyük şehirlerde, dar alanlarda yaşayan tüketiciler için modüler mobilyalar, fonksiyonel ve esnek kullanım alanları sunmaktadır. Genç profesyoneller ve şehirli tüketiciler, yaşam alanlarını daha verimli kullanabilmek için çok işlevli mobilyaları tercih etmeye başlamıştır.

Modüler mobilyalar, kullanıcıların ihtiyacına göre şekillendirilebilen, taşınabilir ve işlevsel ürünler sunmaktadır. Hindistan'da, küçük evlerde ve apartman dairelerinde yaşayan bireyler, sınırlı alanlarda maksimum fayda sağlamak adına açılabilir yataklar, katlanabilir masalar ve depolama alanları olan koltuklar gibi ürünlere yönelmektedir. Bu ürünler, hem estetik açıdan şık hem de fonksiyonel özellikleri ile öne çıkmaktadır.

Çalışma hayatındaki değişikliklerle birlikte, evden çalışan profesyonellerin talepleri doğrultusunda modüler ofis mobilyalarına olan ilgi artmıştır. Bu ürünler, hem evde çalışma alanlarını daha verimli hale getirmekte hem de ergonomik çözümler sunmaktadır.

- Minimalist ve Modern Tasarımlara Yöneliş:

Hindistan'daki tüketiciler, son yıllarda geleneksel ve gösterişli mobilyalardan daha sade, minimalist ve modern tasarımlara yönelmeye başlamıştır. Özellikle şehirli ve genç profesyonel tüketiciler, yaşam alanlarında sadelik ve işlevselliği ön planda tutmaktadır. Minimalist tasarımlar, geniş alan algısı yaratırken, aynı zamanda fonksiyonellik ve estetik açıdan da tatmin edici bir deneyim sunmaktadır.

Hindistan'da IKEA gibi global markaların etkisiyle, minimalist tasarımlar hızla popülerleşmiştir. Siyah-beyaz tonlarında, sade ama şık mobilyalar, geniş bir müşteri kitlesi tarafından tercih edilmektedir. Minimalist tasarımlar, yalnızca görsel estetik sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda doğal malzemelerin kullanımını teşvik etmektedir. Ahşap, metal ve cam gibi malzemeler, sade çizgilerle birleşerek hem şıklık hem de dayanıklılık sunmaktadır.

Geleneksel büyük ve gösterişli mobilyaların yerini, sade ve fonksiyonel mobilyalar almaktadır. Bu dönüşüm, Hindistan'daki tüketicilerin estetik anlayışındaki değişim ve modern yaşam tarzının bir yansıması olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca, minimalist tasarımlar, çevre dostu olma eğiliminde olup, geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanımını artırmaktadır.

- Alışveriş Deneyiminde Teknoloji Entegrasyonu:

Hindistan'da, teknoloji ve dijitalleşme, mobilya alışveriş deneyimlerini dönüştüren önemli bir faktör olmuştur. Artırılmış Gerçeklik (AR) ve Sanal Gerçeklik (VR) gibi yenilikçi teknolojiler, Hindistan'daki tüketicilerin alışveriş süreçlerini daha interaktif ve kişisel hale getirmektedir. Bu teknolojiler, tüketicilere mobilyaların evlerinde nasıl görüneceğini önceden görme fırsatı sunarak, satın alma kararlarını hızlandırmaktadır.

AR teknolojisi, Hindistan'daki büyük mobilya markaları tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Tüketiciler, akıllı telefonlar veya tabletler aracılığıyla evlerinde mobilyaların nasıl duracağını görebilir, böylece ürünün tasarım ve boyutları hakkında daha net bir fikir edinirler. Bu özellik, Hindistan'daki dar alanlarda yaşayan tüketiciler için özellikle faydalıdır.

Sanal Gerçeklik (VR) ise, daha etkileşimli bir alışveriş deneyimi sunmaktadır. VR teknolojisi sayesinde, tüketiciler farklı oda düzenlemelerini ve mobilyaların etkileşimli bir şekilde nasıl görüneceğini sanal ortamda deneyimleyebilirler. Bu tür alışveriş deneyimleri, özellikle teknolojiye aşina olan genç tüketiciler arasında popülerlik kazanmıştır.

E-ticaretin yükselişi, Hindistan'daki mobilya markalarının çevrimiçi satış kanallarını güçlendirmelerine olanak sağlamıştır. Amazon India, Flipkart gibi büyük platformlar, çevrimiçi mobilya alışverişini daha cazip hale getirmek için çeşitli ödeme seçenekleri, hızlı teslimat ve geniş ürün yelpazesi sunmaktadır. Bu dijital dönüşüm, Hindistan'daki mobilya pazarının geleceğini şekillendiren önemli bir faktör olmaktadır.

12. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Büyüyen Pazar Potansiyeli ve Yatırım Fırsatları: Hindistan'ın mobilya pazarının önümüzdeki yıllarda büyümesini sürdürmesi bekleniyor. 2025 yılı itibarıyla 25,75 milyar ABD doları olan pazar büyüklüğünün, 2030 yılına kadar 37,18 milyar ABD doları seviyesine çıkması öngörülmektedir. Bu büyüme, sektöre yerli ve yabancı yatırımcılar için fırsatlar sunmaktadır. Ayrıca, yeni nesil mobilya markalarının yükselmesi, yerli üreticilerin büyüme fırsatlarını değerlendirmesine olanak sağlar.

Artan Orta Sınıf ve Değişen Tüketici Tercihleri: Hindistan'daki gelir artışı, orta sınıfın hızla büyümesi, daha kaliteli ve şık mobilya taleplerini beraberinde getirmektedir. Özellikle modüler mutfaklar, ofis mobilyaları ve estetik ürünler gibi alanlarda talep artışı gözlemlenmektedir. Hindistan'daki orta sınıf ailelerin mobilya alışveriş alışkanlıklarını daha yakından analiz ederek, doğru ürün grupları oluşturulabilir.

E-ticaretin Büyümesi ve Dijitalleşme: Hindistan'da e-ticaretin büyümesi, özellikle ikinci ve üçüncü seviye şehirlerde mobilya sektörünün gelişmesine olanak sağlamaktadır. Pepperfry, Urban Ladder ve Amazon gibi platformlar mobilya satışlarında öne çıkmaktadır. Ayrıca, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi yeni teknolojiler, online mobilya alışverişini daha interaktif hale getirebilir.

İhracatın Artırılması ve Yeni Pazarlar: Hindistan, özellikle ABD ve Avrupa pazarlarına yönelik ihracatını artırma potansiyeline sahiptir. Türkiye ile olan ticaret ilişkilerinin artması, yeni işbirlikleri fırsatları doğurabilir. Hindistan, yerel üretimi artırarak ve kaliteli tasarımlar sunarak ihracat pazarında daha fazla yer edinebilir.

Sürdürülebilirlik ve Yeşil Üretim: Hindistan mobilya sektöründe çevre dostu üretim yöntemlerine olan talep artmaktadır. Sürdürülebilir malzemelerle yapılan üretimler, çevre bilincine sahip tüketicilere yönelik ürünler piyasada önemli bir yer edinmeye başlamaktadır. Yeşil pazarlama stratejileri ve sürdürülebilir üretim yöntemleri, sektör için yeni fırsatlar yaratmaktadır.

13. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Yoğun Rekabet ve İthalat Baskısı: Hindistan mobilya pazarı, yerli ve yabancı oyuncular arasında yoğun rekabete sahiptir. Özellikle düşük maliyetli üretim yapan Çin gibi ülkeler, yerli üreticilerin pazar payını tehdit etmektedir. Hindistan, yerli üretim kapasitesini artırarak ve kaliteli tasarımlar sunarak bu rekabetle başa çıkabilir.

Küresel Ekonomik Belirsizlikler: Küresel ekonomik durgunluk ve belirsizlikler, Hindistan'daki mobilya talebini olumsuz etkileyebilir. Ayrıca, hammadde fiyatlarındaki dalgalanmalar ve döviz

kuru değışiklikleri, üretim maliyetlerini artırabilir ve sektörün kar marjlarını düşürebilir. Bu tür durumlarla başa çıkmak için Hindistan, daha esnek üretim süreçleri ve yerel hammadde kullanımı ile olası dalgalanmalara karşı direnç geliştirebilir.

Gümrük Vergileri ve Ticaret Engelleri: Mobilya ithalatına uygulanan gümrük vergileri, sektördeki büyümeyi sınırlayabilir. Hindistan hükümetinin bu vergileri azaltarak, yerli üretimi destekleyici düzenlemeler yapması gerekmektedir.

Çevresel Kaygılar ve Sürdürülebilirlik Baskısı: Çevresel sorunlar, sektörün gelecekteki büyümesini tehdit edebilir. Ormansızlaşma ve sürdürülemez üretim yöntemleri, çevre bilincine sahip tüketicilerin tercihlerinde değışim yaratabilir. Firmalar, çevre dostu malzemeler kullanarak ve sürdürülebilir üretim yöntemlerine yönelerek bu baskıya karşı önlem alabilir.

14. Mobilya Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Hindistan mobilya sektörü, kayda değer büyüme potansiyeli, artan tüketici talebi ve değışen pazar dinamikleri ile Türk firmaları için önemli ve cazip ihracat fırsatları sunmaktadır. Ancak bu dinamik pazarda başarılı olabilmek ve sürdürülebilir bir yer edinebilmek için Türk firmalarının dikkat etmesi gereken bir dizi kritik faktör, stratejik yaklaşım ve detaylı pazar bilgisi bulunmaktadır.

- Pazar Araştırması ve Hedef Kitle Belirleme:

- **Derinlemesine Pazar Analizi:** Hindistan mobilya pazarı, karmaşık bir yapıya sahip olup, farklı tüketici segmentleri, bölgesel tercihler ve sosyo-ekonomik faktörlerin etkisi altındadır. Türk firmaları, pazara giriş yapmadan önce bu karmaşıklığı anlamak ve pazardaki fırsatları doğru değerlendirmek için kapsamlı ve derinlemesine bir pazar araştırması yapmalıdır. Bu analiz, pazar büyüklüğü, büyüme oranları, talep trendleri, rekabet koşulları, fiyatlandırma stratejileri, dağıtım kanalları, yerel düzenlemeler, ithalat prosedürleri ve tüketici davranışları gibi çeşitli unsurları içermelidir. Ayrıca, Hindistan'ın farklı bölgelerindeki (kuzey, güney, doğu, batı) pazar dinamiklerini ve tercihlerini anlamak, bölgesel pazarlama stratejileri geliştirmek açısından kritik öneme sahiptir.
- **Hedef Kitle Segmentasyonu ve Kişiselleştirme:** Hindistan'daki tüketiciler, geniş bir yelpazede farklı gelir gruplarına, yaşam tarzlarına, kültürel geçmişlere ve tüketim alışkanlıklarına sahiptir. Türk firmaları, ürünlerini pazarlamadan önce hedef kitlelerini net bir şekilde belirlemeli ve segmentlere ayırmalıdır. Bu segmentasyon, demografik (yaş, cinsiyet, gelir, eğitim), psikografik (yaşam tarzı, değerler, ilgi alanları) ve davranışsal (satın alma alışkanlıkları, marka sadakati) kriterlere dayanabilir. Örneğin, lüks segment, yüksek gelirli şehirli tüketicilerden oluşurken, orta sınıf aileler daha uygun fiyatlı ve fonksiyonel mobilyalara yönelebilir. Genç profesyoneller ise modern, minimalist ve alan tasarrufu sağlayan tasarımları tercih edebilir. Her bir segment için özelleştirilmiş ürünler, pazarlama mesajları ve dağıtım stratejileri geliştirmek, pazarda başarı şansını artıracaktır.

- Ürün Geliştirme ve Tasarım:

- **Tüketici Tercihlerine ve İhtiyaçlarına Uygun Ürünler:** Hindistan'daki tüketicilerin sürekli değışen ihtiyaçlarına, zevklerine ve yaşam tarzlarına cevap verecek yenilikçi ve fonksiyonel ürünler geliştirmek, pazarda rekabet avantajı elde etmek için kritik öneme sahiptir. Türk firmaları, Hindistan pazarındaki talep trendlerini yakından takip etmeli ve ürünlerini buna

göre uyarlamalıdır. Örneğin, modüler mobilyalar, çok fonksiyonlu tasarımlar, akıllı mobilyalar (teknoloji entegreli), ergonomik çözümler ve alan tasarrufu sağlayan ürünler, özellikle şehirli tüketiciler arasında yüksek talep görmektedir.

- **Yerel Kültüre, Estetiğe ve İklima Uygunluk:** Hindistan, zengin bir kültürel mirasa sahip olup, farklı bölgelerindeki kültürel tercihler, gelenekler ve estetik anlayışlar, mobilya seçimini önemli ölçüde etkileyebilir. Türk firmaları, ürünlerini tasarlarken yerel motifleri, renkleri, desenleri ve malzemeleri dikkate almalıdır. Örneğin, bazı bölgelerde canlı renkler ve geleneksel oymalar tercih edilirken, diğer bölgelerde daha sade ve modern tasarımlar talep görebilir. Ayrıca, Hindistan'ın sıcak ve nemli iklimine uygun, dayanıklı, uzun ömürlü ve kolay temizlenebilen mobilyalar üretmek önemlidir. Malzeme seçimi (ahşap türü, kumaş, metal vb.) ve yüzey işlemleri, iklim koşullarına dayanıklılığı artıracak şekilde yapılmalıdır.
- **Yenilikçi, Sürdürülebilir ve Erişilebilir Tasarımlar:** Hindistan'da çevre bilinci ve sürdürülebilirlik kavramları giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Türk firmaları, sürdürülebilir malzemeler kullanarak (geri dönüştürülmüş malzemeler, FSC sertifikalı ahşap, çevreye zarar vermeyen kimyasallar) ve çevre dostu üretim süreçleri benimseyerek (enerji verimliliği, atık yönetimi) rekabet avantajı elde edebilirler. Yeşil pazarlama stratejileri ile bu çevre dostu uygulamaları vurgulamak, tüketicilerin ilgisini çekebilir. Ayrıca, ürünlerin erişilebilir fiyat aralıklarında sunulması, farklı gelir gruplarındaki tüketicilere ulaşmayı kolaylaştıracaktır.

- Pazarlama ve Markalaşma:

- **Çok Kanallı Dijital Pazarlama Stratejileri:** Hindistan'da internet ve sosyal medya kullanımı son yıllarda hızla artmıştır. Türk firmaları, dijital pazarlama kanallarını etkin ve entegre bir şekilde kullanarak hedef kitlelerine ulaşabilir ve marka bilinirliğini artırabilirler. Bu stratejiler, arama motoru optimizasyonu (SEO), sosyal medya pazarlaması (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube), içerik pazarlaması (blog yazıları, videolar, infografikler), e-posta pazarlaması, mobil pazarlama, influencer işbirlikleri ve dijital reklamcılığı (Google Ads, sosyal medya reklamları) içermelidir. Dijital pazarlama kampanyalarının bölgesel farklılıklara ve hedef kitle segmentlerine göre özelleştirilmesi, etkisini artıracaktır.
- **E-ticaret Platformlarında Stratejik Yer Alma:** Hindistan'daki e-ticaret sektörü, özellikle mobilya gibi ürünlerde önemli bir büyüme göstermektedir. Pepperfry, Urban Ladder, Flipkart, Amazon India gibi platformlar, geniş kitlelere ulaşmayı ve satışları artırmayı sağlamaktadır. Türk firmaları, bu platformlarda yer alırken, ürün listelemelerini optimize etmeli, rekabetçi fiyatlar sunmalı, hızlı ve güvenilir teslimat seçenekleri sunmalı ve müşteri değerlendirmelerine önem vermelidir. Kendi e-ticaret sitelerini oluşturmak ve dijital pazarlama ile entegre etmek de uzun vadede marka kontrolü ve müşteri ilişkileri açısından avantajlı olabilir.
- **Güçlü Marka Bilinirliği ve İmajı Oluşturma:** Türk firmaları, Hindistan'da güçlü bir marka bilinirliği ve olumlu bir marka imajı oluşturmak için uzun vadeli ve tutarlı pazarlama faaliyetleri yürütmelidir. Bu faaliyetler, reklam kampanyaları (televizyon, radyo, basılı medya, dijital medya), halkla ilişkiler çalışmaları (basın bültenleri, etkinlikler, sosyal sorumluluk projeleri), fuarlara ve sergilere katılım, sponsorluklar ve marka elçileri ile işbirliği gibi çeşitli araçları içerebilir. Marka hikayesi (markanın değerleri, misyonu, vizyonu), marka kişiliği (markanın tüketicilerle kurduğu duygusal bağ) ve marka deneyimi (müşterilerin

markayla olan tüm etkileşimleri) oluşturmak, marka sadakati ve müşteri ilişkilerini güçlendirecektir.

- **Yerel İşbirlikleri ve Ortaklıklar Geliştirme:** Hindistan pazarında başarılı olmak için yerel bilgi birikimi ve ağlara sahip olmak önemlidir. Türk firmaları, yerel perakendeciler, distribütörler, iç mimarlar, tasarımcılar, inşaat firmaları ve proje geliştiricileri ile stratejik işbirlikleri ve ortaklıklar geliştirebilirler. Bu işbirlikleri, pazara giriş sürecini kolaylaştırabilir, dağıtım ağını genişletebilir, satışları artırabilir ve yerel düzenlemelere uyum sağlamayı kolaylaştırabilir. Ortak girişimler (joint ventures) veya lisans anlaşmaları gibi daha derin işbirliği modelleri de düşünülebilir.

- Dağıtım ve Lojistik:

- **Çok Kanallı ve Entegre Dağıtım Kanalları:** Hindistan'ın geniş coğrafyası, farklı bölgelerindeki altyapı farklılıkları ve çeşitli pazar dinamikleri, etkin ve esnek dağıtım kanalları oluşturmayı gerektirmektedir. Türk firmaları, ürünlerini hedef kitlelerine ulaştırmak için farklı dağıtım seçeneklerini (toptancılar, perakendeciler, e-ticaret platformları, kendi mağazaları, franchise mağazaları) entegre bir şekilde kullanmalıdır. Bölgesel dağıtım merkezleri kurmak, lojistik süreçlerini optimize etmek ve teslimat sürelerini kısaltmak açısından faydalı olabilir.
- **Verimli ve Güvenilir Lojistik Çözümleri:** Hindistan'da lojistik maliyetleri yüksek olabilir ve altyapı sorunları teslimat süreçlerini zorlaştırabilir. Türk firmaları, ürünlerini zamanında, hasarsız ve maliyet etkin bir şekilde teslim etmek için güvenilir ve deneyimli lojistik ortakları ile çalışmalıdır. Depolama, nakliye (karayolu, demiryolu, denizyolu, havayolu), gümrük işlemleri, envanter yönetimi ve iade yönetimi gibi lojistik süreçlerinin verimli bir şekilde yönetilmesi, müşteri memnuniyetini artıracak ve maliyetleri düşürecektir. Teknolojiyi kullanarak (lojistik yazılımları, takip sistemleri) lojistik süreçlerini optimize etmek ve şeffaflığı artırmak da önemlidir.

- Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM):

- **Mükemmel Müşteri Hizmetleri ve Deneyimi:** Hindistan'daki müşterilere yüksek kalitede müşteri hizmetleri sunmak ve olumlu bir müşteri deneyimi yaratmak, marka sadakati oluşturmak, müşteri memnuniyetini artırmak ve tekrar satın alımları teşvik etmek için hayati önem taşır. Satış öncesi danışmanlık, satış sonrası destek, hızlı yanıt verme, sorun çözme becerisi, kişiselleştirilmiş hizmetler ve müşteri geri bildirimlerine önem verme, müşteri ilişkilerini güçlendirecektir. Çok kanallı müşteri hizmetleri (telefon, e-posta, canlı sohbet, sosyal medya) sunmak ve CRM yazılımları kullanarak müşteri verilerini yönetmek, müşteri hizmetleri süreçlerini optimize edecektir.
- **Geri Bildirim Mekanizmaları ve Sürekli İyileştirme:** Müşteri geri bildirimlerini düzenli olarak almak, analiz etmek ve değerlendirmek, ürünleri, hizmetleri ve süreçleri sürekli olarak geliştirmek için önemlidir. Anketler, sosyal medya yorumları, müşteri hizmetleri kayıtları, çevrimiçi değerlendirmeler ve odak grupları, değerli bilgiler sağlayabilir. Müşteri geri bildirimlerine hızlı ve etkili bir şekilde yanıt vermek ve iyileştirmeleri şeffaf bir şekilde paylaşmak, müşteri güvenini ve sadakatini artıracaktır.

- Finansal Yönetim ve Risk Yönetimi:

- **Detaylı Finansal Planlama ve Bütçeleme:** Hindistan pazarına giriş yapmak, önemli bir finansal yatırım gerektirebilir. Türk firmaları, pazara giriş stratejilerini, pazarlama

harcamalarını, işletme sermayesi ihtiyaçlarını, lojistik maliyetlerini ve diğer giderleri dikkate alarak detaylı bir finansal planlama ve bütçeleme yapmalıdır. Nakit akışı yönetimi, kar marjı optimizasyonu ve yatırım geri dönüşü (ROI) analizleri, finansal başarı için önemlidir.

- **Kapsamlı Risk Yönetimi Stratejileri:** Hindistan pazarında iş yapmanın bazı riskleri olabilir (kur dalgalanmaları, politik istikrarsızlık, ekonomik dalgalanmalar, rekabet, fikri mülkiyet ihlalleri, düzenleyici değişiklikler). Türk firmaları, bu riskleri önceden belirlemeli, değerlendirmeli ve yönetmek için kapsamlı risk yönetimi stratejileri geliştirmelidir. Sigorta, döviz kuru hedge'i, sözleşme yönetimi, fikri mülkiyet haklarının korunması ve yerel düzenlemelere uyum, riskleri azaltmaya yardımcı olabilir.

15. Genel Değerlendirme

Hindistan mobilya sektörü, son yıllarda kaydettiği etkileyici büyüme ile ülke ekonomisinde giderek daha belirgin bir rol oynamakta ve geleceğe yönelik önemli potansiyel sunmaktadır. Bu büyüme, yalnızca pazarın hacmi açısından değil, aynı zamanda tüketici tercihleri, üretim yöntemleri ve sektör dinamikleri açısından da kapsamlı bir dönüşümü ifade etmektedir. Kentleşmenin hızlanması, orta sınıfın genişlemesi, artan gelir düzeyleri ve değişen yaşam tarzları, mobilya talebini önemli ölçüde artırmaktadır. Özellikle şehirlerde yaşayan nüfus, daha küçük alanlarda yaşamaya adapte olurken, modüler, çok fonksiyonlu ve alan tasarrufu sağlayan mobilyalara olan ilgiyi artırmaktadır. Evden çalışma düzeninin yaygınlaşması da, ergonomik ve işlevsel çalışma alanlarına yönelik mobilya talebini tetiklemiştir. E-ticaretin yükselişi, mobilya alışverişini daha erişilebilir ve kolay hale getirerek, pazarın daha da genişlemesine katkıda bulunmaktadır. Tüketiciler, çevrimiçi platformlarda geniş ürün yelpazesine ulaşabilmekte, fiyat karşılaştırması yapabilmekte ve alışverişlerini kolaylıkla gerçekleştirebilmektedir.

Ancak bu olumlu tablonun yanı sıra, sektör çeşitli zorluklarla da karşı karşıyadır. Yoğun rekabet, hem yerel hem de uluslararası oyuncuların pazarda yer almasıyla kendini göstermektedir. Özellikle düşük maliyetli üretim yapan ülkelerden gelen ithalat, yerel üreticiler üzerinde önemli bir baskı oluşturmaktadır. Lojistik altyapısındaki yetersizlikler ve yüksek lojistik maliyetleri, ürünlerin zamanında ve verimli bir şekilde dağıtılmasını zorlaştırmaktadır. Hammaddede fiyatlarındaki dalgalanmalar, üretim maliyetlerini etkileyerek firmaların karlılığını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Hindistan mobilya pazarı, hem üretim hem de tüketim açısından büyük bir potansiyele sahip olmakla birlikte, ithalat ve ihracat dengesinde dinamik bir yapı sergilemektedir. İhracat, özellikle el işçiliği ve özgün tasarımlara sahip mobilyalar açısından önemli fırsatlar sunarken, ithalat daha çok belirli ürün kategorilerinde (örn. ofis mobilyaları, bazı modern tasarımlar) yoğunlaşmaktadır. Türk mobilya firmaları için bu pazar, önemli büyüme ve ihracat fırsatları barındırmaktadır. Ancak, başarılı olabilmek için yerel pazarın dinamiklerini, tüketici beklentilerini ve rekabet koşullarını derinlemesine anlamak gerekmektedir. Ürün tasarımı, malzeme seçimi, üretim kalitesi, pazarlama stratejileri ve lojistik çözümleri, Hindistan pazarına özel olarak adapte edilmelidir.

Sürdürülebilirlik ve teknoloji, Hindistan mobilya sektöründe giderek daha belirgin hale gelen iki önemli trenddir. Çevre dostu malzemelerin kullanımı, enerji verimli üretim süreçleri ve atık yönetimi, hem çevresel sorumluluk hem de tüketicilerin artan bilinç düzeyi nedeniyle önem kazanmaktadır. Geri dönüştürülmüş malzemeler, sürdürülebilir orman yönetimi sertifikalarına sahip ahşap ve çevreye zarar vermeyen kimyasallar, tüketiciler tarafından tercih edilmektedir. Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi teknolojiler, mobilya alışveriş deneyimini dönüştürmekte, tüketicilere ürünleri sanal olarak evlerinde görme imkanı sunarak satın alma kararlarını kolaylaştırmaktadır.

Akıllı mobilyalar ve teknoloji entegreli tasarımlar da, özellikle genç ve teknolojiye yatkın tüketiciler arasında popülerlik kazanmaktadır. Sonuç olarak, Hindistan mobilya sektörü, büyüme potansiyeli, dinamik yapısı ve değişen tüketici beklentileri ile hem zorlu hem de cazip bir pazar olmaya devam etmektedir. Sektörde başarılı olmak için, firmaların yenilikçi, sürdürülebilir ve müşteri odaklı bir yaklaşım benimsemeleri gerekmektedir.

16. Yararlı Adresler

PORTAL VE İTHALATÇI/İHRACATÇI VERİ TABANI

[Hindistan Ticaret Portalı-Ticaret ve Sanayi Bakanlığı](#)

[İhracatçı/İthalatçı Veri Tabanı-Ticaret ve Sanayi Bakanlığı](#)

RESMİ KURUMLAR

[Hindistan Ulusal Portalı](#)

[Ticaret ve Sanayi Bakanlığı](#)

[Dış Ticaret verileri](#)

[Dış Ticaret Genel Müdürlüğü](#)

[Korunma Önlemleri Genel Müdürlüğü](#)

[Directorate General of Anti-Dumping and Allied Duties](#)

[Narkotik Kontrol Bürosu](#)

[Central Bureau of Narcotics](#)

[Hindistan Sanayi ve Sektörleri](#)

GÜMRÜK MEVZUATI, GÜMRÜK ORANLARI VE ULUSLARARASI ANLAŞMALAR

[Gümrük Mevzuatı](#)

[Gümrük Oranları](#)

[International Trade Agreements](#)

[Custom Manuals](#)

[Export-Import Code Verification](#)

YATIRIM

[Invest in India](#)

[Foreign Investment Promotion Board \(FIPB\)](#)

[Entry Strategies for Foreign Investors](#)

[Foreign Direct Investment Program](#)

[Department of Industrial Policy and Promotion](#)

[G2B Portal](#)

ÖZEL EKONOMİK BÖLGELER

[Özel Ekonomik Bölgeler](#)

BANKACILIK

[Hindistan Merkez Bankasi-RBI](#)

[Hindistan’da Bankacılık Sistemi](#)

[Hindistan Bankaları](#)

VERGİLENDİRME

[Gelirler İdaresi](#)

[Gelir Vergisi](#)

[Verify PAN \(Permanent Account Number\) Number](#)

[Satış Vergileri](#)

[Verify TIN/VAT /CST number](#)

HİNDİSTAN’DA ŞİRKET KURULUŞU

[Ministry Of Corporate Affairs](#)

[Company Verification in Ministry of Corporate Affairs](#)

[Ministry of Micro, Small & Medium Enterprises](#)

[National Small Industries Corporation](#)

Şirket Kuruluşu ile ilgili önemli linkler

<https://www.rbi.org.in/Scripts/FAQView.aspx?Id=100>

https://rbi.org.in/scripts/BS_ViewMasDirections.aspx?id=10195

www.nriinvest.ucoz.com/ForeignCompanySetUpGuidelines.doc

http://www.jpc.co.in/doing_business_in_india

<http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Profiles/Country/IND.pdf>

PATENT, STANDARTLAR VE SERTİFİKASYON KURUMLARI

[The Office of the Controller General of Patents, Designs & Trade Marks \(CGPDTM\)](#)

[Controller of Certifying Authorities \(CCA\)](#)

[Bureau of Indian Standards \(BIS\)](#)

[National Institute of Training for Standardization \(NITS\)](#)

[Product Certification for Foreign Manufacturers in India](#)

[Food Safety and Standards Authority of India](#)

[Agricultural & Processed Food Products Export Development Authority \(APEDA\)](#)

[Agricultural Marketing Information Network - AGMARKNET – Wholesale Prices](#)

[Central Bureau Of Narcotics, India](#)

[Department of Science and Technology \(DST\)](#)

[Quality Council of India \(QCI\)](#)

[National Accreditation Board for Testing & Calibration Laboratories \(NABL\)](#)

[National Accreditation Board for Certification Bodies \(NABCB\)](#)

[National Accreditation Board for Education and Training \(NABET\)](#)

[National Board for Quality Promotion \(NBQP\)](#)

[Department of Environment Clearance](#)

[Department of Consumer Affairs \(DCA\)](#)

[Weights and Measures](#)

[Telecom Regulatory Authorities India \(TRAI\)](#)

[Department of Telecommunications](#)

[Standardisation, Testing and Quality Certification \(STQC\)](#)

[National Physical Laboratory \(NPL\)](#)

[Department of Atomic Energy \(DAE\)](#)

[Bhabha Atomic Research Center \(BARC\)](#)

[Ministry of Urban Development](#)

[Airports Authority of India](#)

[Central Public Works Department](#)

[New Delhi Municipal Corporation](#)

SANAYİ VE TİCARET ODALARI

[FICCI- Federation of Indian Chambers of Commerce & Industry \(FICCI\)](#)

[FICCI Business to Business Solution](#)
[Confederation of Indian Industry \(CII\)](#)
[The Associated Chambers of Commerce And Industry Of India \(ASSOCHAM\)](#)
[PHD Chamber of Commerce and Industry](#)
[Federation of Indian Export Organisations \(FIEO\)](#)
[Forum of Indian Food Importers \(FIFI\)](#)
[Confederation of Indian Food Trade and Industry \(CIFTI\)](#)
[Indian Importers Chambers of Commerce and Industry \(IICCI\)](#)
[All India Association of Industries](#)
[Small & Medium Business Development Chamber of India \(SME Chamber of India\)](#)
[Federation of Indian Women Entrepreneurs \(FIWE\)](#)
[Bombay Chamber of Commerce And Industry](#)
[Mumbai World Trade Center](#)
[Maharashtra Economic Development Council](#)
[Maharashtra Industrial Development Corporation \(MIDC\)](#)
[Maharashtra Chamber of Commerce, Industry & Agriculture \(MACCIA\)](#)
[Doing Business in Maharashtra](#)
[Gujarat Chamber of Commerce and Industry \(GCCI\)](#)
[The Southern Gujarat Chamber of Commerce & Industry](#)
[Bengal Chambers of Commerce](#)
[Indian Chamber of Commerce \(ICC\)](#)
[Tamilnadu Chamber of Commerce and Industry](#)
[The Madras Chamber of Commerce & Industry](#)
[The Southern India Chamber of Commerce & Industry](#)
[Bangalore Chambers of Industry and Commerce \(BCIC\)](#)
[Bangalore World Trade Center](#)
[Andhra Chamber of Commerce](#)
[Chamber of Industrial and Commercial Undertakings](#)
[Delhi chamber of Commerce](#)
[Apex Chamber of Commerce & Industry of NCT Delhi](#)
[Haryana Chamber of Commerce & Industry](#)

[Rajasthan Chamber of Commerce And Industries](#)

[National Association of Software and Services Companies \(NASSCOM\)](#)

[All India IT Association - AIITA](#)

[Manufacturers Association for Information Technology](#)

[All Delhi Computer Traders Association \(ADCTA\)](#)

[Electronic Industries Association of India - ELCINA](#)

MAL VE FİRMA BAZINDA BİLGİ ALINABİLECEK SİTELER

<http://in.kompass.com>

<http://www.indiamart.com>

<http://www.indiabizclub.com>

<http://www.searchindia.com/directory.html>

<http://www.entireindia.com>

<http://www.altaindia.com>

<http://www.maharashtradiirectory.com>

<http://www.indianindustry.com>

<http://www.indiacatalog.com>

<http://www.infodriveindia.com>

<http://www.cybex.in/>

<http://indiatradingzone.com>

<http://www.go4worldbusiness.com>

<http://www.fibre2fashion.com>

<http://agriculture.exportersindia.com>

<http://www.eindiabusiness.com/>

<http://www.niir.org/directory/directory/indian-importers/z,,d4,0,32/index.html>

<http://www.infobanc.com>

<http://www.industrialproductsfinder.com>

<http://india.alibaba.com>

<http://electronicsb2b.com>

<http://www.indianyellows.com>

<http://www.exportersindia.com>

<http://www.tbc-world.com>

<http://www.joeant.com>

<http://www.tradeindia.com>

IHALELER

<http://tenders.gov.in>

<http://www.constructiontender.in>

<http://www.all-tenders.com>

<http://www.tenderhome.com>

<http://www.tradereader.com>

<http://eprocure.gov.in/cppp>

[GeM: Government e-Market](#)

<http://tenders.indiamart.com>

<http://iocletenders.gov.in/nicgep/app>

<https://eprocure.isro.gov.in/isro/index.asp>

<http://tenders.eil.co.in/newtenders>

<http://www.tendertiger.co.in>

<http://www.tenderdetail.com>

<http://www.tendernews.com>

<http://www.globaltenders.com/tenders-india.htm>

<http://www.delhimetrorail.com/major-contractors.aspx>

<https://www.indianewprojects.com>

<http://www.saarctenders.com>

<http://www.newsonprojects.com>

<http://railanalysis.in/>

GAZETELER

[Times of India](#)

[The Economic Times](#)

[Hindustan times](#)

[The Financial Express](#)

[Business Standards](#)

[The Indian Express](#)

[Business Today](#)

[Live Mint](#)

ÜRETİCİ BİLGİLERİ ARAŞTIRMASI

[Federation of Indian Export Organizations](#)

DİSTRİBÜTÖR BULMA

[Get Distributors](#)

FİYAT ARAŞTIRMASI

[Ücretler](#)

[Elektrik Fiyatları](#)

[Petrol fiyatları](#)

[Tarımsal Ürün ve Toptancı Fiyatları](#)

Bakkal ve Gıda

[www.naturesbasket.co.in](#)

[www.bigbasket.com](#)

[www.reliancefreshdirect.com](#)

[www.justshop24.com](#)

[www.kiranawalla.com](#)

[www.agricart.com](#)

Elektronik ve Moda

[www.flipkart.com](#)

[www.amazon.in](#)

[www.snapdeal.com](#)

[www.myntra.com](#)

[www.homeshop18.com](#)

[www.fashionandyou.com](#)

[www.vmart.co.in](#)

www.bestpricewholesale.co.in

www.lifestylestores.com

<https://paytm mall.com/shop/h/ezone-store>

Mobilya

www.urbanladder.com

www.pepperfry.com

www.customfurnish.com

www.woodenstreet.com

www.timbor.in

www.inliving.com

İnşaat Malzemeleri ve Nalburiye

www.econstructionmart.com

www.materialtree.com

www.buildkar.com

www.homeekart.com

www.pepperfry.com/housekeeping-door-hardware.html

www.benzoville.com

www.centralmart.in

www.fabfurnish.com

www.homecentrestores.com

Makine ve Aletler

www.tolexo.com

www.homeshop18.com

www.machpowertools.com

www.snapdeal.com

www.flipkart.com

www.naaptol.com

www.khelmart.com

www.industrybuying.com

www.spareshub.com

www.motrpart.in

www.genuineparts.in

www.autokartz.com

www.vicky.in

İlaç ve Eczacılık Ürünleri

www.netmeds.com

www.medindia.net

www.medidart.com

www.buydrug.in

www.mchemist.com

www.medplusmart.com

www.medstar.in

www.onlinemedicalstore.com

Hipermarket ve Süpermarketler

www.futuregroup.in

www.morestore.com

www.metro.co.in

www.ril.com

www.carrefour.com

www.wal-martindia.in

www.landmarkgroup.com

www.bigapple.in

www.nilgiris1905.com

www.naturesbasket.co.in

www.spencersretail.com

www.adaniwilmar.com

www.bikanervala.com

www.haldirams.com

www.nathusweets.com

www.starbazaarindia.com

www.vmart.co.in

www.pantaloons.com

www.shoppersstop.com

www.lifestylestores.com

www.trendin.com/louisphilippe/

www.homecentrestores.com

www.viveks.com

www.cromaretail.com

www.vijaysales.com

www.reliancedigital.in

Dış Ticaret Veri Tabanları

[Infodrive India](#)

[Seair Exim Solutions](#)

[Cybex Exim Solutions](#)

[FICCI B2B Solutions](#)

17. Kaynakça

India Brand Equity Foundation (IBEF). Furniture Industry in India. <https://www.ibef.org/industry/furniture>

Ministry of Commerce and Industry, Government of India. Indian Furniture Market Overview. <https://commerce.gov.in/>

National Manufacturing Competitive Council (NMCC). Furniture Sector in India: Industry Performance and Future Prospects. <https://www.nmcc.nic.in/>

Export Promotion Council for Handicrafts (EPCH). Indian Furniture Export Trends. <https://epch.in/>

Government of India Ministry of Textiles. Textile and Furniture Integration: India's Growth Strategy. <https://texmin.nic.in/>

Department for Promotion of Industry and Internal Trade (DPIIT). Furniture Industry and FDI in India. <https://dpiit.gov.in/>

All India Furniture Manufacturers Association (AIFMA). Indian Furniture Manufacturers and the Export Potential. <https://www.aifma.in/>

Ministry of Finance, Government of India. Incentives for Furniture Manufacturers and Exporters in India. <https://finmin.nic.in/>

Department of Industrial Policy and Promotion (DIPP). Furnishing and Furniture Export Trends in India. <https://dipp.gov.in/>

National Institute of Design (NID). Designing for the Indian Furniture Market. <https://www.nid.edu/>

IMARC Group. India Furniture Market Size, Share & Trends | 2033. <https://www.imarcgroup.com/india-furniture-market>

Mordor Intelligence. India Furniture Market Analysis. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/india-furniture-market>

Statista. Furniture - India | Statista Market Forecast. <https://www.statista.com/outlook/cmo/furniture/india>

IndianMirror. Indian Furniture Industry | Furniture Industry at A Glance in 2022-2023. <https://www.indianmirror.com/indian-industries/2023/furniture-2023.html>

CRI. India Furniture Industry: Market Analysis and Forecast 2024-2033. <https://www.shcri.com/india-furniture-industry-market-analysis-and-forecast/>

IBEF. Dive into the Indian Online Furniture Industry. <https://www.ibef.org/blogs/the-indian-online-furniture-industry>

India Business Trade. Furniture Industry: Time for India to Sharpen its Edges.
<https://www.indiabusinesstrade.in/blogs/furniture-industry-time-for-india-to-sharp-its-edges/>

Wikipedia. WoodenStreet. <https://en.wikipedia.org/wiki/WoodenStreet>

Mordor Intelligence. India Home Furniture Market India | Industry Growth, Size & Forecast Report.
<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/india-home-furniture-market>

IMARC Group. India Home Furniture Market 2033. <https://www.imarcgroup.com/india-home-furniture-market>

<https://shipmin.gov.in/sites/default/files/Cargo%20handled%20at%20Major%20Ports%20March%202024.pdf>