



# SIRBİSTAN



## MOBİLYA SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih: Mayıs 2026

Raporu Hazırlayan: Belgrad Ticaret Müşavirliği

## 1. Ülke Pazarında Mobilya Sanayi Sektörü

Sırbistan mobilya sektörü, orman varlığına dayalı hammadde avantajı ve imalat sanayii içerisindeki köklü geçmişi ile ülke ekonomisinin önemli alt sektörlerinden birini oluşturmaktadır. Sektör, hem iç pazar talebini karşılayan hem de ihracata yönelik üretim gerçekleştiren çift yönlü bir yapıya sahiptir.

Mobilya sanayi, Sırbistan'da orman ürünleri işleme endüstrisinin önemli bir bileşeni olarak gelişmiş olup özellikle ahşap işleme kapasitesi ve panel bazlı üretim altyapısı ile öne çıkmaktadır. Sektörde üretim yapısı büyük ölçüde küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmakta, sınırlı sayıda büyük ölçekli firma ise hem üretim kapasitesi hem de marka bilinirliği açısından pazarda belirleyici rol oynamaktadır.

### 1.1. İlgili Sektörde Üretim

Sırbistan mobilya sektörü; ülkenin orman kaynakları, rekabetçi üretim maliyetleri ve Avrupa pazarlarına coğrafi yakınlığı sayesinde güçlü bir üretim altyapısına sahip olup, yabancı yatırımlar açısından cazip sektörler arasında yer almaktadır. Sektörün Sırbistan ekonomisi içindeki payı GSYH'nin yaklaşık %1,4'üne ulaşırken, toplam ihracat içerisindeki payı %5,7 seviyesindedir. Son yıllarda sektör, özellikle ihracat odaklı üretim yapısı sayesinde istikrarlı bir büyüme eğilimi sergilemektedir.

Sektörün en belirgin yapısal özelliklerinden biri, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) baskın olmasıdır. Mobilya sektöründe üretim yapısının büyük çoğunluğu aile işletmeleri, küçük atölyeler ve orta ölçekli üreticilerden oluşmakta olup, sektör genelinde çok parçalı ve esnek bir üretim yapısı hâkimdir. Bu yapı, hem yerel pazara hızlı cevap verebilme hem de sipariş bazlı üretim kabiliyeti açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır. Aynı zamanda KOBİ ağırlıklı yapı, sektörde rekabetin yoğun olmasına ve fiyat esnekliğinin yüksek olmasına neden olmaktadır.

Sektörde üretim faaliyetleri genel olarak ev mobilyaları, ofis mobilyaları, mutfak mobilyaları ve proje bazlı mobilyalar olmak üzere dört ana segmentte yoğunlaşmaktadır. Üretimde en yaygın kullanılan hammaddeler MDF, sunta ve masif ahşap olup özellikle fiyat rekabeti nedeniyle panel bazlı üretim öne çıkmaktadır. Sektörün en önemli üretim alt kollarından biri masif mobilya üretimidir. Sırbistan, bu alanda sahip olduğu yüksek kaliteli yerli hammadde avantajı ile öne çıkmaktadır. Ülkede yaklaşık 2.252.400 hektar orman alanı bulunmakta olup, bu alan ülke yüzölçümünün yaklaşık %29,1'ine karşılık gelmektedir. Orman varlığının yaklaşık %90'ını yaprak döken ağaç türleri oluştururken, bunun içerisinde %40 oranında kayın ve %30 oranında meşe bulunmaktadır. Bu yapı, özellikle dayanıklı ve yüksek kaliteli mobilya üretimi için önemli bir hammadde avantajı sağlamaktadır. Ayrıca 1.194.123 hektarlık devlet ormanı FSC sertifikasına sahip olup, sürdürülebilir orman yönetimi açısından uluslararası standartlara uyum sağlanmaktadır.

Sırbistan ayrıca üretimin önemli bir kısmını ihracata yönelik gerçekleştirmektedir. Avrupa Birliği (AB) ile olan ticari entegrasyon ve serbest ticaret anlaşmaları, üreticilerin AB pazarına erişimini kolaylaştırmakta ve sektörde ihracat odaklı üretim modelini desteklemektedir. İç pazarda ise ormancılık sektörü ve inşaat sektörü arasında güçlü bir bağlantı bulunmakta olup, ahşap ürünler büyük ölçüde inşaat sektörünün ihtiyaçlarına göre şekillenen bir talep yapısına sahiptir. Bu durum, mobilya ve ahşap bazlı ürünlerin hem konut hem de ticari inşaat projeleri ile doğrudan bağlantılı bir büyüme dinamiğine sahip olduğunu göstermektedir.

Bununla birlikte, son yıllarda sektörde modernizasyon yatırımları artmakta, CNC makineleri ve otomasyon sistemlerinin kullanımı yaygınlaşmaktadır. Bununla birlikte, üretim kapasitesinin önemli bir bölümü hâlen geleneksel yöntemlerle faaliyet gösteren işletmelerde yoğunlaşmaktadır. Bu durum, sektörün hem maliyet avantajını korumasına hem de verimlilik açısından gelişime açık bir yapı sergilemesine neden olmaktadır.

## **1.2. Ortalama Üretici Fiyatları**

Sırbistan mobilya sektöründe üretici fiyatları son yıllarda belirgin bir artış göstermiş olmakla birlikte, son dönemde genel olarak istikrarlı ve yatay bir seyir izlemektedir. Resmi üretici fiyat endeksi verilerine göre mobilya imalatında fiyat seviyeleri 2018–2025 döneminde yaklaşık %30 oranında artmış ve 2021 baz yılına göre endeks 120–122 bandına ulaşmıştır. 2025 yılı itibarıyla fiyat artış hızının yavaşladığı, 2026 döneminde ise yıllık değişim oranlarının %1'in altına gerileyerek sektör genelinde fiyatların stabil bir görünüm kazandığı değerlendirilmektedir.

Ürün bazında değerlendirildiğinde Sırbistan mobilya sektöründe fabrika çıkış fiyatları ürün grubuna göre önemli farklılıklar göstermektedir. Panel mobilyalarda (oturma ve yatak odası setleri) fiyatlar genellikle 400–1.200 avro/takım aralığında, mutfak mobilyalarında 200–400 avro/metre seviyelerinde, ofis mobilyalarında 50–250 avro/adet bandında, masif ahşap mobilyalarda ise ürünün tasarım ve kalite seviyesine bağlı olarak 600–2.000 avro ve üzeri seviyelerde şekillenmektedir. Özel tasarım ve butik üretim segmentinde ise fiyatlar standart aralıkların belirgin şekilde üzerine çıkabilmektedir.

Fiyat oluşumunda KOBİ ağırlıklı üretim yapısı, düşük işçilik maliyetleri, yerli hammadde erişimi ve ithal aksesuar bağımlılığı temel belirleyici unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Enerji maliyetleri ve döviz kuru hareketleri de özellikle ithal girdiye bağımlı ürün gruplarında fiyatları etkileyen önemli faktörlerdir. Genel olarak değerlendirildiğinde Sırbistan, düşük ve orta segment mobilya üretiminde Avrupa ortalamasına kıyasla rekabetçi fiyat avantajına sahipken, masif ve yüksek tasarım segmentinde fiyatlar Avrupa seviyelerine yaklaşmaktadır.

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

Sırbistan mobilya sektörü, çok sayıda küçük ve orta ölçekli işletmenin (KOBİ) faaliyet gösterdiği, yüksek derecede parçalı bir üretim yapısına sahiptir. Sektördeki firmaların büyük çoğunluğu aile işletmeleri ve yerel atölyelerden oluşmakta olup, orta ve büyük ölçekli üreticiler ise daha çok seri üretim ve ihracata yönelik faaliyet göstermektedir. Ülkede hiçbir firmanın tek başına belirgin bir pazar payına hakim olmadığı, rekabetin yaygın ve yoğun olduğu bir yapı bulunmaktadır.

Bölgesel olarak üretim yoğunluğu başta merkezi Sırbistan (Belgrad ve çevresi) olmak üzere güneydoğu bölgelerde toplanmıştır. Bu bölgelerde KOBİ'ler düşük sabit giderleri ve esnek üretim yapabilirken, kuzey bölgelerinde daha büyük entegre tesisler bulunmaktadır. Büyük ölçekli tesisler seri üretim ve ihracat odaklı çalışırken, küçük atölyeler daha çok yerel iç pazara ve özel projelere yönelik çalışmaktadır.

Firma Unvanı	Web Sitesi	Adres	İletişim Bilgileri
FORMA IDEALE DOO Kragujevac	<a href="https://formaideale.rs/">https://formaideale.rs/</a>	Skladisni Centar 13 Kragujevac	+381 34 61 71 363 <a href="mailto:online.office@formaideale.rs">online.office@formaideale.rs</a>
TIS DOO IVANJICA	<a href="https://tis.rs/">https://tis.rs/</a>	Bukovica 98b, 32250 Ivanjica	+381 32 660 121 <a href="mailto:kuca.namestaja@tis.rs">kuca.namestaja@tis.rs</a>
SIMPO AD VRANJE	<a href="https://simpo.rs/">https://simpo.rs/</a>	Radnička 12, 17500 Vranje	+381 17 422 280 <a href="mailto:office@simpo.rs">office@simpo.rs</a>
ENTERIJER JANKOVIĆ DOO NOVI SAD	<a href="https://ej-group.com/">https://ej-group.com/</a>	Ul. Primorska 88 21000 Novi Sad	+381 21 689 7600 <a href="mailto:office@ej-group.com">office@ej-group.com</a>
HEALTHCARE EUROPE DOO RUMA	<a href="https://healthcareeurope.rs/products/">https://healthcareeurope.rs/products/</a>	Potes Rumska petlja 5 22400 Ruma	+ 381 22 85 0810 <a href="mailto:office@healthcareeurope.rs">office@healthcareeurope.rs</a>
MATIS DOO IVANJICA	<a href="https://matis.rs/">https://matis.rs/</a>	Šume bb, 32250 Ivanjica	+381 32 65 1159 <a href="mailto:office@matis.rs">office@matis.rs</a>
JPAI HOME	<a href="http://www.jpaihome.com/">http://www.jpaihome.com/</a>	Partizanska 128 22314 Krnješevci	+381 66 811 4205 <a href="mailto:admin.official@jpaihome.com">admin.official@jpaihome.com</a>
PINOLES DOO BEOGRAD	<a href="https://www.pinoles.com/">https://www.pinoles.com/</a>	Juzni Bulevar 2, Vracar	+381 11 381 3250 <a href="mailto:maloprodaja@pinoles.com">maloprodaja@pinoles.com</a>
DOO VITOROG-PROMET NOVI SAD	<a href="https://vitorogpromet.rs/">https://vitorogpromet.rs/</a>	Put novosadskog partizanskog odreda 6, 21000 Novi Sad	+381 21 472 4872 <a href="mailto:beograd@vitorogpromet.rs">beograd@vitorogpromet.rs</a>
ARTINVEST DOO STARA PAZOVA	<a href="https://artinvesthome.com/">https://artinvesthome.com/</a>	Banovačka 46, 22300 Stara Pazova	+381 22 366 866 <a href="mailto:office@artinvest.co.rs">office@artinvest.co.rs</a>
JELA JAGODINA DOO JAGODINA	<a href="https://jela.rs/">https://jela.rs/</a>	Kablovska 27, 35000 Jagodina	+381 035 240 860 <a href="mailto:office@jela.rs">office@jela.rs</a>
DAREX DOO BEOGRAD	<a href="https://darex.rs/">https://darex.rs/</a>	Megarska ulica 4, 11077 Belgrad	+381 11 2091 600 <a href="mailto:prodaja@darex.rs">prodaja@darex.rs</a>

Sektörün kurumsal yapısını destekleyen en önemli çatı kuruluş, Sırbistan Ticaret ve Sanayi Odası bünyesindeki Orman Ürünleri, Ahşap ve Mobilya Birimi'dir. Bu yapı; sektörün dış ticaret, yatırım teşviki, fuar katılımları ve uluslararası tanıtım faaliyetlerinde koordinasyon sağlayan temel kurumsal mekanizmadır. Ayrıca Sırbistan Kalkınma Ajansı da sektörde yatırım teşviki, yabancı yatırımcı çekimi ve ihracat destek programları ile önemli rol oynamaktadır.

#### 1.4. Mobilya Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Sırbistan mobilya sektörü çok kanallı bir dağıtım yapısına sahip olup, perakende satışlar pazarda en baskın kanal konumundadır. Sektörde satışların önemli bir bölümü uluslararası zincir mağazalar, yerel perakende ağları ve büyük showromlar üzerinden gerçekleştirilmektedir. Özellikle IKEA, JYSK, Emmezeta, Lesnina XXXL ve Mömax gibi büyük zincirler pazarın önemli bir bölümünü domine etmekte, modern alışveriş merkezleri ve mobilya konsept mağazaları aracılığıyla geniş tüketici kitlesine ulaşmaktadır.

Bunun yanı sıra yerel KOBİ'lere ait showroom'lar ve bölgesel perakende mağazaları da sektörde önemli bir paya sahiptir. Bu yapı genellikle aile işletmeleri ve küçük ölçekli girişimlerden oluşmakta olup, daha esnek fiyatlandırma ve kişiye özel ürün sunumu öne çıkmaktadır. Toptan satış kanalı ise ağırlıklı olarak bu küçük ve orta ölçekli perakendecilerin tedarikini sağlamakta ve aynı zamanda proje bazlı büyük alımlar için (otel, ofis, kamu projeleri) önemli bir dağıtım mekanizması olarak işlev görmektedir.

Son yıllarda sektörde dijitalleşme ile birlikte e-ticaret kanalı da önem kazanmaya başlamıştır. Online satışların toplam mobilya perakendesi içerisindeki payının çift haneli seviyelere ulaştığı değerlendirilmektedir. Buna paralel olarak proje bazlı satışlar da inşaat ve gayrimenkul sektöründeki büyümeye bağlı olarak istikrarlı bir talep yaratmaktadır. Genel olarak Sırbistan mobilya pazarı; büyük zincirlerin hakim olduğu modern perakende yapısı, güçlü KOBİ ağı ve gelişmekte olan dijital satış kanalları ile dengeli ve çok katmanlı bir dağıtım yapısı sergilemektedir.

## 2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

### 2.1. Mobilya Sektöründe 2025 Yılında En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği Ülkeler

	Ülke Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Miktar (bin ton)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Polonya	32.675	15.365	19,33
2	Çin	30.205	10.991	17,87
3	Türkiye	23.716	8.089	14,03
4	İtalya	18.489	2.823	10,94
5	Almanya	15.819	2.687	9,36
6	Bosna-Hersek	7.551	2.903	4,47
7	Kuzey Makedonya	4.163	2.561	2,46
8	Romanya	3.510	272	2,08
9	Avusturya	3.280	521	1,94
10	Slovenya	3.265	539	1,93
<b>Toplam ithalat: 169.005 (Bin \$)</b>				

### 2.2. Mobilya Sektöründe 2025 Yılında En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği Ülkeler

	Ülke Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Miktar (bin ton)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Romanya	47.752	25.196	13,77
2	Karadağ	34.818	9.220	10,04
3	Almanya	30.339	6.723	8,75
4	Hırvatistan	26.157	2.172	7,54
5	Bosna-Hersek	24.540	9.544	7,08
6	Fransa	24.388	4.634	7,03
7	İtalya	24.363	10.166	7,03
8	İsviçre	17.321	3.642	4,99
9	Belçika	16.570	1.511	4,78
10	Bulgaristan	10.651	4.220	3,07
33	Türkiye	271	52	0,08
<b>Toplam ihracat: 346.798 (Bin \$)</b>				

### 2.3. Mobilya Sektöründe 2025 Yılında Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Türkiye'den İthalatı (Bin \$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
940360	Diğer ahşap mobilyalar	49.385	6.795	13,76
940199	Diğerleri	45.037	1.108	2,46
940320	Metalden diğer mobilyalar	40.147	4.398	10,96
940161	Diğer koltuklar, ahşap çerçeveli, döşemeli	33.971	8.840	26,02
940399	Aksam ve parçalar, diğerleri	21.995	4.598	20,9
940350	Yatak odalarında kullanılan türden ahşap mobilyalar	20.276	4.201	20,72
940171	Diğer koltuklar, metal çerçeveli, döşemeli	18.251	1.767	9,68
940139	Döner ve değişken yükseklik ayarlı koltuklar, diğer	12.276	786	6,40
940180	Diğer koltuklar	11.438	1.522	13,31
940179	Diğer koltuklar, metal çerçeveli, diğer	9.801	646	6,59

### 2.3. Mobilya Sektöründe 2025 Yılında Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İhracat Değeri (Bin \$)	Türkiye'ye İhracatı (Bin \$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
940199	Diğer malzemelerden oturma mobilyalarının parçaları	405.841	2.587	0,64
940360	Diğer ahşap mobilyalar	146.868	165	0,11
940161	Diğer malzemelerden oturma mobilyalarının parçaları	134.794	23	0,02
940350	Yatak odalarında kullanılan türden ahşap mobilyalar	69.940	17	0,02
940320	Metalden diğer mobilyalar	51.196	49	0,09
940340	Mutfaklar için ahşap mobilyalar	24.964	-	-
940391	Ahşap mobilya parçaları	22.374	5	0,02
940399	Mobilya parçaları, diğer	15.528	7	0,05
940169	Diğer koltuklar, ahşap çerçeveli, diğer	9.953	1	0,01
940191	Oturma mobilyalarının parçaları, ahşap	9.741	-	-

### 3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

#### 3.1. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (1.000 \$)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	940360	Ahşaptan diğer mobilyalar	3.516.485	6.160.330	5.256.460	6.953.168	7.855.352
2	940161	Ahşap iskeletli oturmaya mahsus içleri doldurulmuş, kaplanmış diğer mobilyalar	3.034.692	3.597.032	4.728.328	5.736.186	6.130.457
3	940350	Yatak odalarında kullanılan ahşaptan mobilyalar	963.122	1.739.688	2.319.615	3.376.590	5.664.375
4	940320	Metalden diğer mobilyalar	4.182.967	5.221.909	3.451.159	4.131.939	3.814.786
5	940429	Diğer maddelerden şilteler	1.134.140	1.573.653	1.612.823	1.980.472	3.758.861
6	940490	Gözenekli kauçuk, plastik veya başka malzeme ile donatılmış veya doldurulmuş diğer yatak takımı eşya	450.436	2.144.482	2.536.747	2.272.427	2.862.294
7	940141	Yatak haline getirilebilen oturmaya mahsus ahşaptan mobilyalar; kamp veya bahçede kullanılanlar hariç	-	1.066.430	868.908	1.403.441	2.509.962
8	940399	Diğer mobilyaların aksam ve parçaları; ahşaptan olanlar hariç	-	1.349.836	1.379.346	2.595.605	2.437.541
9	940389	Diğer maddelerden diğer mobilyalar	168.683	136.493	126.363	685.188	1.609.644
10	940120	Motorlu taşıtlarda kullanılan oturmaya mahsus mobilyalar	1.105.280	821.412	989.387	1.463.185	1.578.113
		<b>TOPLAM</b>	<b>14.555.805</b>	<b>23.811.265</b>	<b>23.269.136</b>	<b>30.598.201</b>	<b>38.221.385</b>

#### 3.2. Sektörde Ülkemizin Ülkeden İthalatı (Miktar)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	940199	Oturmaya mahsus mobilyaların aksam ve parçaları; ahşaptan olanlar hariç	-	6.868.253	4.519.644	2.365.507	2.039.719

2	940490	Gözenekli kauçuk, plastik veya başka malzeme ile donatılmış veya doldurulmuş diğer yatak takımı eşya	31.239	73.005	6.746	99.865	174.577
3	940191	Oturmaya mahsus mobilyaların ahşaptan aksam ve parçaları	-	20.024	3.342	156.331	151.302
4	940360	Ahşaptan diğer mobilyalar	55.411	177.076	85.077	75.393	46.386
5	940391	Diğer mobilyaların aksam ve parçaları; ahşaptan olanlar	-	47.456	26.119	24.271	38.803
6	940320	Metalden diğer mobilyalar	106.684	27.933	57.980	16.929	31.341
7	940389	Diğer maddelerden diğer mobilyalar	-	1.060	-	3.030	23.781
8	940421	Gözenekli kauçuktan veya plastik maddelerden şilteler	-	-	1.220	93	19.998
9	940350	Yatak odalarında kullanılan ahşaptan mobilyalar	956	7.603	-	22.302	18.458
10	940161	Ahşap iskeletli oturmaya mahsus içleri doldurulmuş, kaplanmış diğer mobilyalar	12.429	2.608	14.527	38.026	12.750
<b>TOPLAM</b>			<b>206.719</b>	<b>7.225.018</b>	<b>4.714.655</b>	<b>2.801.747</b>	<b>2.557.115</b>

#### 4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

##### 4.1. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Sırbistan mobilya ve ahşap işleme sektörü, ülke ekonomisi içinde stratejik öneme sahip, ihracat odaklı bir sanayi koludur. Sektörün GSYH içindeki payı yaklaşık %1,4 - 1,5 seviyesinde olup, toplam ihracat içindeki payı %5–7 aralığına kadar çıkmaktadır.

Pazar yapısı oldukça parçalıdır ve ağırlıklı olarak küçük ve orta ölçekli işletmelerden (KOBİ) oluşmaktadır. Sektör genelinde büyük ölçekli entegre üreticiler sınırlı sayıda olup, üretimin önemli bir bölümü küçük atölyeler ve esnek üretim yapan firmalar tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu yapı, yabancı firmalar için hem fason üretim hem de yerel ortaklıklar açısından önemli fırsatlar yaratmaktadır.

Sektörde öne çıkan firmalar arasında hem yerli üreticiler hem de güçlü yabancı yatırımcılar bulunmaktadır. Özellikle Kronospan (Avusturya), Tarkett (Fransa), Gruppo Fantoni (İtalya) ve Ditre Italia (İtalya) gibi şirketler üretim tesisleri kurarak Sırbistan'ı bir üretim üssü olarak kullanmaktadır. Yerli firmalar ise genellikle orta ölçekli üreticiler olup mutfak mobilyası, ofis mobilyası, ev mobilyası ve özel tasarım ürünlerde faaliyet göstermektedir. Bu firmalar hem iç pazara hem de fason ihracata yönelik üretim yapmaktadır. Sektörde binlerce firma faaliyet göstermekte ve bunların büyük

çoğunluğu özel sektöre ait küçük üretim tesisleridir. Bu durum, pazara girişte tek bir büyük distribütör ile çalışma modelinden ziyade, çok sayıda esnek tedarikçi ve üretici ağı ile işbirliği kurulmasını zorunlu kılmaktadır. Aynı zamanda sektörün proje bazlı çalışması (otel, ofis, konut projeleri için özel üretim) ihracatçı firmalara daha hızlı entegrasyon imkanı sağlamaktadır.

İhracat yoluyla girişte en yaygın ve etkili modeller; OEM/ODM fason üretim, yerel üreticilerle alt yüklenici anlaşmaları, dağıtım/distribütör ağları üzerinden satış ve ortak girişim olarak öne çıkmaktadır.

Sırbistan'da ithalatçı firma bilgilerinin temin edilebileceği açık bir kaynak bulunmamaktadır. Bu kapsamda potansiyel müşteri portföyünün faaliyet gösterdiği alana ilişkin NACE kodunun, Müşavire Danışın uygulaması (<https://musaviredanisin.ticaret.gov.tr/>) üzerinden Ticaret Müşavirliğimize iletilmesi halinde, ilgili sektörde faaliyet gösteren firmalara ilişkin bilgiler temin edilebilecektir.

#### **4.2. İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar ve İletişim Bilgileri**

Sektörün kurumsal yapısını destekleyen en önemli çatı kuruluş, Sırbistan Ticaret ve Sanayi Odası bünyesindeki Orman Ürünleri, Ahşap ve Mobilya Birimi'dir. Bu yapı, sektörün dış ticaret, yatırım teşviki, fuar katılımları ve uluslararası tanıtım faaliyetlerinde koordinasyon sağlayan temel kurumsal mekanizma olup iletişim bilgileri aşağıda yer almaktadır:

Sırbistan Ticaret ve Sanayi Odası – Orman Ürünler, Ahşap ve Mobilya Birimi

Adres: Resavska 13-15, Belgrad/Sırbistan

Telefon: +381 11 3300 909

E-posta: [natasa.govedarica@pks.rs](mailto:natasa.govedarica@pks.rs)

Web adresi: <https://pks.rs/udruzenje/udruzenje-za-sumarstvo-preradu-driveta-industriju-namestaja-i-papira>

#### **4.3. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler**

Sırbistan'da mobilya ithalatı genel ithalat prosedürüne tabidir. Sırbistan'ın AB'ye katılım müzakereleri çerçevesinde gümrük mevzuatı büyük ölçüde AB gümrük mevzuatı ile uyumlaştırılmıştır. Bu kapsamda, Türk ürünlerinin Sırbistan'a ihracatında beyanname, fatura, paketleme listesi, TIR Karnesi, taşıma belgesi (CMR vb.) gibi belgelerin yanı sıra Türkiye–Sırbistan STA'sı uyarınca EUR.1 dolaşım sertifikası da talep edilmektedir.

Sırbistan'ın teknik düzenlemelere ilişkin mevzuatı uyarınca bazı ürünlerin ilgili düzenlemelere uygun olarak üretilmesi ve uygunluk değerlendirmesinin yapılması zorunludur. Sektördeki bazı ürünlerin ithalatında uygunluk değerlendirme belgesi talep edilmektedir. İthalatı, ihracatı veya transit geçişi belirli belgelerin alınmasını gerektiren malların belirlenmesine ilişkin düzenlemenin 5 no.lu ekinde ([https://www.carina.rs/upload/media/2024/1/11/58633/Odluka\\_o\\_odredivanju\\_robe\\_za\\_čiji\\_je\\_uvo\\_z.izvoz,odnosno tranzit propisano pribavljanje odredenih isprava-Sl.gl.RS br.59 i 107 iz 2022, 3,27,85 i 120 iz 2023.pdf](https://www.carina.rs/upload/media/2024/1/11/58633/Odluka_o_odredivanju_robe_za_čiji_je_uvo_z.izvoz,odnosno tranzit propisano pribavljanje odredenih isprava-Sl.gl.RS br.59 i 107 iz 2022, 3,27,85 i 120 iz 2023.pdf)) uygunluk değerlendirme belgesi talep edilen ürünlere ilişkin bilgiler yer almaktadır. Ayrıca ürün bazında uygunluk değerlendirme belgesine gerek olup olmadığına yönelik olarak Sırbistan Ekonomi Bakanlığı tarafından ücretli bir hizmet

sunulmakta olup detaylı bilgi <https://www.tehnis.privreda.gov.rs/sr/infrastruktura-kvaliteta/Ocenjivanje-usaglasenosti/obavezna-sertifikacija.html> web sitesinde yer almaktadır.

#### **4.4. Sevkiyat Öncesi İnceleme**

Mobilya sektöründe Sırbistan'a ithalatta genel olarak sistematik bir sevk öncesi inceleme zorunluluğu bulunmamaktadır. Sırbistan, AB ile uyumlu gümrük ve teknik mevzuat uyguladığı için ithalat kontrolü esas olarak varış ülkesinde gümrük işlemleri ve ürün uygunluk denetimi üzerinden yürütülmektedir.

Bununla birlikte, bazı ürün gruplarında (özellikle teknik düzenlemeye tabi, güvenlik riski taşıyan veya özel mevzuata bağlı ürünlerde) uygunluk değerlendirmesi, test raporu veya sertifikasyon gerekliliği ortaya çıkabilmektedir. Bu kontroller çoğunlukla Sırbistan'daki yetkili kurumlar veya akredite kuruluşlar tarafından yapılmaktadır. Denetim ihtiyacı ürün bazında belirlenmekte ve mobilya için genellikle standart, yanıcılık, malzeme güvenliği gibi kriterler üzerinden değerlendirme yapılmaktadır.

#### **4.5. Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri**

Belgrad Fuarçılık İdaresi tarafından 12-16 Kasım 2026 tarihleri arasında Mobilya Fuarı düzenlenecek olup fuar hakkında detaylı bilgi <https://sajamnamestaja.rs/en/> linkinde yer almaktadır.

#### **4.6. Sektörde İhale Yayınlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler**

Sırbistan'da kamu kurum ve kuruluşlarının ürün ve malzeme tedarikine ilişkin ihaleler genel itibarıyla Sırbistan Kamu Portalı'nda (<https://jnportal.ujn.gov.rs/>) yayımlanmaktadır.

Bununla birlikte, Sırbistan'daki bakanlıklar, belediyeler ve diğer kamu kurumları görev ve yetki alanları çerçevesinde kendi kurumsal internet siteleri üzerinden de ihale duyurusu yayımlayabilmektedir. Bu nedenle, faaliyet gösterilen sektörle ilgili kurum ve kuruluşların web sitelerinin düzenli olarak takip edilmesi önem taşımaktadır. Bu çerçevede, Sırbistan Hükümeti'nin (<https://www.srbija.gov.rs/tekst/en/34128/serbian-government-directory.php>) web sayfasında bakanlıkların iletişim bilgileri yer almaktadır. Ayrıca altyapı ve kamu yatırımlarına ilişkin projeler açısından Sırbistan Kamu Yatırımları Bakanlığı (<https://www.obnova.gov.rs/>) da özellikle büyük ölçekli kamu projelerinin planlanması ve satın alınmasından sorumlu olup, ilgili yatırım ve ihale süreçlerinin takip edilmesi açısından önemli bir kurumdur.

#### **4.7. Sırbistan'ın Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi**

Türkiye, Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği'nin işleyişine ilişkin kuralları belirleyen 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı'nın bir gereği olarak dış ticaret politikasını AB'nin Ortak Ticaret Politikası ile uyumlaştırmaktadır. Bu kapsamda ülkemiz, AB'nin STA imzaladığı üçüncü ülkelerle münferit olarak STA'lar imzalamaktadır. Bu çerçevede, Türkiye ile Sırbistan arasında imzalanan STA 1 Eylül 2010 itibarıyla yürürlüğe girmiş, ayrıca STA'nın kapsamına hizmet ticaretinin dahil edilmesi ve tarım tavizlerinin geliştirilmesine yönelik olarak başlatılan müzakereler neticesinde STA'nın kapsamını genişleten Protokoller 1 Haziran 2019 itibarıyla yürürlüğe girmiştir. Söz konusu anlaşmalar kapsamında sanayi ürünlerinde gümrük vergileri karşılıklı olarak kaldırılmış, tarım ürünlerinde ise belirli ürünlerde tarife kontenjanları kapsamında vergi muafiyeti veya gümrük vergisi indirimi sağlanmıştır. Ayrıca hizmet ticareti de revize anlaşma çerçevesinde düzenlenmiştir.

Bununla birlikte, Ticaret Bakanlığı tarafından yapılan yönetmelik değişiklikleri ile Sırbistan, 01.06.2019 tarihinden itibaren Batı Balkan Menş e Kümü lasyon Sistemi kapsamındaki “Ticarette Eş yanın Tercihli Menş einin Tespiti Hakkında Yönetmelik” kapsamında çıkarılmış ve Türkiye Cumhuriyeti ile Sırbistan arasındaki Serbest Ticaret Anlaş masının uygulanmasına ilişkin hükümler Pan-Avrupa-Akdeniz Tercihli Menş e Kurallarına Dair Bölgesel Konvansiyon kapsamına alınmıştır. Bu düzenleme ile AB, Türkiye, EFTA, Akdeniz ülkeleri ve Balkan ülkeleri arasındaki STA’ların menş e protokolleri çok taraflı bir yapıya entegre edilerek yeknesak kurallar çerçevesinde işleyen geniş bir çapraz kümü lasyon alanı oluşturulmuştur.

Diğ er taraftan Sırbistan’ın; Avrupa Birlię i ile imzaladığ ı İstikrar ve Ortaklık Anlaş ması, CEFTA, EFTA, Avrasya Ekonomik Birlię i (Rusya, Kazakistan, Belarus, Kırgızistan, Ermenistan), İngiltere, Çin ve Mısır ile imzaladığ ı Serbest Ticaret Anlaş maları; ABD, Japonya ve Avustralya ile uyguladığ ı Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi kapsamındaki tercihli ticaret düzenlemeleri; ayrıca Birleş ik Arap Emirlikleri ile imzaladığ ı Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaş ması bulunmaktadır. Bu sayede Sırbistan, yaklaşık 2,7 milyar tüketiciye gümrüksüz veya tercihli eriş im imkânına sahiptir.

#### **4.8. Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler**

Türkiye ile Sırbistan arasındaki Serbest Ticaret Anlaş ması hükümleri, Türk tercihli menş eli tüm sanayi ürünleri için, yani malların Türk gümrük idaresi tarafından düzenlenen EUR.1 dolaş im sertifikası veya Türkiye’den gelen ihracatçı tarafından 6.000 avroya kadar değ ere sahip mallar için verilen faturadaki menş e beyanı (veya malların değ erinden bağımsız olarak yetkili ihracatçının beyanı) eşliğinde olması durumunda %0 gümrük vergisi oranı öngörmektedir.

Yukarıda belirtilen menş e belgelerinin Pan-Avrupa-Akdeniz Tercihli Menş e Kuralları Bölgesel Sözleşmesi hükümlerine uygun olarak düzenlenmesi gerekmektedir.

#### **4.9. Sektörde Standartlar**

Sırbistan’da standartlar, Sırbistan Standardizasyon Enstitüsü (<https://iss.rs/en/>) tarafından belirlenmekte olup söz konusu standartlar büyük ölçüde Avrupa Birlię i standartları ve uluslararası normlar ile uyumlu şekilde hazırlanmıştır.

Mobilya sektöründe ise tek ve tüm ürünleri kapsayan zorunlu bir standart listesi bulunmamakta, bunun yerine ürünün niteliğine ve kullanım alanına göre değ iş en bir teknik uyum ve ürün güvenliğ i yaklaşımı uygulanmaktadır. Bu çerçevede standartlara uyum, genel ve otomatik bir zorunluluk olmaktan ziyade ürün bazlı değ erlendirme esasına dayanmaktadır. Özellikle çocuk mobilyaları, yatak sistemleri, kamu kullanımına yönelik mobilyalar (okul, hastane, otel vb.) ile yangın güvenliğ i ve yoğun kullanım gerektiren ürün gruplarında ilgili EN/ISO standartlarına uygunluk aranmaktadır. Bu kapsamda ürün güvenliğ i, mekanik dayanım, yangınlık performansı ve kullanılan malzemelerin kimyasal özellikleri temel değ erlendirme kriterleri arasında yer almakta olup, uygulamada üretici beyanı, test raporları veya akredite kuruluşlarca düzenlenen uygunluk belgeleri talep edilebilmektedir.

#### **4.10. Sektörde Etiketleme ve Ambalajlama**

Sırbistan, büyük ölçüde AB ile uyumlu iş aretleme ve etiketleme düzenlemesine sahiptir. Genel ithalat uygulamalarında, ürünlerin piyasaya arz edilmeden önce tüketicinin bilgilendirilmesini sağlayacak temel etiket bilgilerinin eksiksiz şekilde sunulması zorunludur. Bu kapsamda ürünün adı, üretici veya

ithalatçı firma unvanı ve açık adresi, menşe ülke, net miktar (adet/ağırlık/hacim), kullanım ve bakım talimatları ile gerekli durumlarda tüketici güvenliğine ilişkin uyarıların ürün üzerinde veya ambalajında yer alması gerekmektedir.

Tüm bu bilgilerin Sırpça dilinde sunulması zorunlu olup, ürünlerin gümrük işlemleri ve piyasaya arzı öncesinde uygun şekilde etiketlenmiş olması beklenmektedir. Teknik açıdan daha karmaşık veya özel kullanım alanına sahip ürünlerde (örneğin montaj gerektiren, özel bakım gerektiren veya garanti kapsamı bulunan ürünler) ek olarak kullanım kılavuzu, garanti koşulları, üretici bilgileri ve yetkili servis/bakım noktalarına ilişkin bilgilerin de tüketiciye sağlanması gerekmektedir.

Ambalajlama açısından ise mobilya ürünlerinin taşıma ve depolama sürecinde ürün bütünlüğünü koruyacak şekilde paketlenmesi esastır. Ambalaj üzerinde veya ürünle birlikte gelen belgelerde, ürünün tanımlanmasını sağlayan bilgiler ile birlikte tüketiciyi yanıltıcı nitelikte olmayan açıklamaların yer alması gerekmektedir.

#### **4.11. Lojistik**

Sırbistan'ın dış ticaretinde en yoğun kullanılan taşıma modu karayolu taşımacılığıdır. 2022 yılında ulaşım türlerine göre taşınan yük miktarı ton-km bazında incelendiğinde; %64,4 oranında karayolu taşımacılığı, %18,7 oranında demiryolu taşımacılığı, %10,6 oranında iç su yolu taşımacılığı, %6,2 oranında boru hattı taşımacılığı ve %0,1 oranında havayolu taşımacılığının kullanıldığı anlaşılmaktadır. Sırbistan, Batı Avrupa ile Orta Doğu arasında bağlantı sağlayan Pan-Avrupa Koridoru VII ile Pan-Avrupa Koridoru X'in kesiştiği yerde bulunmaktadır. Bununla birlikte intermodal taşımacılık yöntemleri ile Hırvatistan'daki Rijeka ve Koper limanları ile Karadağ'daki Bar limanı ile Adriyatik denizine; Selanik limanı ile Akdeniz'e; Köstence limanı ile Karadeniz'e; ayrıca Ren-Main-Tuna kanalı ile Hamburg limanına; demiryolu bağlantısı ile Budapeşte limanına erişim sağlanmaktadır.

Ülkemiz ile Sırbistan arasındaki uluslararası taşımacılık; karayolu, demiryolu, deniz yolu veya kombine taşımacılık kullanılmak suretiyle gerçekleştirilebilmektedir. Ancak coğrafi yakınlık, ekonomik ve esnek taşıma yöntemi olması nedeniyle Türkiye ve Sırbistan arasındaki taşımacılık faaliyetleri büyük oranda (2024 yılı verilerine göre %53) karayolu üzerinden gerçekleşmektedir.

#### **4.12. Dağıtım Kanalları**

Sektörde mobilya satışları hem geleneksel hem de modern perakende kanalları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Büyük şehirlerde yer alan mobilya mağazaları, AVM içi ev eşyası bölümleri ve cadde mağazaları halen önemli bir yer tutarken, uluslararası ve bölgesel zincir mağazalar pazarda güçlü bir konuma sahiptir. Sırbistan mobilya sektöründe dağıtım zinciri temel olarak üretici–toptancı–perakendeci yapısı üzerinden işlemekte olup, son yıllarda doğrudan tüketiciye satışın arttığı çok kanallı bir yapıya dönüşmektedir. Zincir mağazalar, yapı marketleri ve e-ticaret platformları sektörün önemli satış kanallarını oluşturmaktadır. Öne çıkan dağıtım kanalları şunlardır:

- Mobilya mağazaları ve zincirleri: IKEA, JYSK, Emmezeta, Lesnina, Forma Ideale, Matis, Simpo gibi bölgesel mağazalar veya yerli üreticiler
- Perakende ortaklıklar: Büyük perakendeciler ve yapı marketleriyle işbirliği
- Online satış
- Toplu konut projeleri

### **4.13. E-Ticaret ve E-İhracat**

Sırbistan’da e-ticaret sektörü son yıllarda istikrarlı bir büyüme göstermiş olmakla birlikte, mobilya sektöründe çevrim içi satışların toplam satışlar içindeki payı Batı Avrupa ülkelerine kıyasla halen sınırlıdır. Tüketiciler özellikle küçük mobilya, dekorasyon ürünleri ve ev aksesuarlarını çevrim içi kanallardan satın almaya daha yatkın olmakla birlikte, büyük hacimli ürünlerde satın alım öncesinde ürünü mağazada fiziki olarak görme ve malzeme kalitesini değerlendirme eğilimini sürdürmektedir. Bu nedenle mobilya sektöründe çevrim içi ve fiziksel mağazaların birlikte kullanıldığı hibrit satış modeli yaygın olarak uygulanmaktadır. Bunun yanında yerli üreticiler de kendi e-ticaret altyapılarını geliştirerek doğrudan tüketiciye satış yapmaktadır. Son yıllarda dijital ödeme sistemlerinin yaygınlaşması ve tüketicilerin çevrim içi alışverişe olan güveninin artması, mobilya sektöründe e-ticaretin gelişimini destekleyen başlıca unsurlar arasında yer almaktadır.

Mobilya e-ticaretinde en önemli rekabet unsurlarından biri lojistik ve teslimat hizmetleridir. Büyük hacimli ve ağır ürünlerin taşınması standart kargo gönderilerine göre daha yüksek maliyet ve operasyonel planlama gerektirmektedir. Teslimat süresi, ürünün ağırlığı, teslimat bölgesi ve stok durumuna bağlı olarak değiştiğinden, özellikle büyük mobilyalarda teslimat süreleri küçük paketli ürünlere göre daha uzun sürebilmektedir. Bu nedenle birçok firma, standart kargo şirketlerinin yanı sıra kendi lojistik ağı veya sözleşmeli uzman dağıtım ekipleri aracılığıyla teslimat hizmeti sunmaktadır.

Sırbistan pazarına yönelik e-ihracatta en uygun modelin ise ürünlerin Türkiye’den doğrudan bireysel müşterilere gönderilmesinden ziyade, yerel depo veya distribütör destekli bir e-ticaret altyapısı kurulması olduğu düşünülmektedir. Böylece ürünlerin Sırbistan’da stoklanması, yerel dağıtım ağı üzerinden hızlı teslim edilmesi ve montaj hizmeti sunulması rekabet avantajı sağlayacaktır.

#### **4.13.1. Ülkedeki Pazaryerleri**

Ülkede faaliyet gösteren en önemli yerel pazaryerlerinden biri Ananas.rs olup mobilya, ev dekorasyonu ve yaşam ürünleri kategorilerinde geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır. Son yıllarda önemli yatırımlar alan platform, çok satıcılı yapısıyla hem yerli hem de yabancı firmalara satış imkanı sağlamaktadır. Bunun yanında Shoppster.rs, KupujemProdajem, Tehnomanija ve BC Group gibi platformlarda da mobilya ve ev yaşam ürünleri satışı yapılmaktadır. Özellikle KupujemProdajem, ikinci el ürünlerin yanı sıra profesyonel satıcıların da faaliyet gösterdiği, Sırbistan'ın en büyük çevrim içi ilan ve satış platformlarından birisidir.

#### **4.13.2. Özel Günler ve Bayramlar**

Sırbistan’da 2026 yılı resmi tatilleri aşağıda yer almaktadır:

- Yeni Yıl: 1-2 Ocak
- Ortodoks Noeli: 7 Ocak
- Sırbistan Ulusal Günü: 15-17 Şubat
- Paskalya: 10-13 Nisan
- İşçi Bayramı: 1-2 Mayıs
- Ateşkes Günü: 11 Kasım

### **4.13.3. En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları**

Sırbistan’da Facebook, Instagram, YouTube, X (Twitter), Tiktok ve LinkedIn en çok kullanılan sosyal medya platformları olarak öne çıkmaktadır.

Ayrıca mesajlaşma ve arama için WhatsApp’ın yanı sıra Viber da yaygın olarak kullanılmaktadır.

### **4.13.4. E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri**

Sırbistan’da e-ticaret kapsamında posta yoluyla gerçekleştirilen ithalatlarda uygulanacak vergiler gönderinin kıymetine göre değişmektedir. Sırbistan Gümrük İdaresi’nin mevcut uygulamasına göre, 50 Avro’ya kadar olan ticari nitelikteki gönderiler gümrük vergisinden muaf olmakla birlikte %20 Katma Değer Vergisi (KDV)’ne tabidir. 50 Avro ile 3.000 Avro arasındaki gönderilerde ise %10 oranında tek oranlı gümrük vergisi ile birlikte %20 KDV uygulanmaktadır. 3.000 Avro’nun üzerindeki gönderiler ise basitleştirilmiş posta rejimi dışında değerlendirilmekte ve Gümrük Kanunu kapsamında normal ithalat prosedürüne tabi tutulmaktadır. Bu kapsamda gümrük beyannamesi düzenlenmesi, ürünün gümrük tarife pozisyonuna göre vergilendirilmesi ve ilgili tüm ithalat kontrollerinin tamamlanması gerekmektedir. Resmi posta operatörü Pošta Srbije tarafından gerçekleştirilen gönderilerde gümrük işlemlerine ilişkin sınırlı hizmet ücretleri uygulanırken, DHL, UPS ve FedEx gibi özel hızlı kargo şirketleri gümrük müşavirliği, temsil ve işlem hizmetleri karşılığında ilave ücret talep edebilmektedir. Bu nedenle Sırbistan’a yönelik e-ihracat faaliyetlerinde, ürün maliyetinin yanı sıra taşıyıcı firma kaynaklı ek masrafların da dikkate alınması önem arz etmektedir.

### **4.13.5. E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler**

Sırbistan’da e-ticaret faaliyetlerine ilişkin yasal çerçeve son yıllarda önemli ölçüde geliştirilmiş ve Avrupa Birliği mevzuatıyla uyumlaştırılmıştır. Bu kapsamda 2017 yılında kabul edilen düzenlemeler ile elektronik belgeler, elektronik kimlik ve elektronik ticarete güvenilir hizmet sağlayıcılar hukuki zemine kavuşturulmuştur. Söz konusu düzenlemeler; nitelikli elektronik imza, elektronik mühür, elektronik teslimat ve elektronik saklama gibi dijital güven hizmetlerini kapsamlı şekilde tanımlayarak e-ticaret işlemlerinde hukuki güvenliği artırmıştır.

2019 yılında Posta Hizmetleri Kanunu’nda yapılan değişiklikler ile posta ve lojistik süreçlerde gönderici ve alıcı bilgilerinin doğrulanmasına yönelik yükümlülükler güçlendirilmiştir. Bu düzenlemelerin temel amacı, yasa dışı ticari faaliyetlerin önlenmesi, kayıt dışı işlemlerin azaltılması ve e-ticaret ekosisteminde güven ortamının artırılmasıdır.

Aynı dönemde Sırbistan Ticaret, Turizm ve Telekomünikasyon Bakanlığı tarafından yapılan düzenlemeler ile e-ticaret faaliyetlerinin kapsamı daha net bir şekilde tanımlanmıştır. Bu çerçevede çevrim içi satış platformları ve web mağazalarının hukuki statüsü belirlenmiş, farklı e-ticaret iş modelleri (örneğin dropshipping) mevzuata dahil edilmiştir. Ayrıca tüketici güvenini artırmaya yönelik “güven damgası” uygulamaları, piyasa denetim mekanizmaları ve elektronik ticaret denetim araçları (örneğin gizli müşteri uygulamaları) sistematik hale getirilmiştir.

Genel olarak bu düzenlemeler, Sırbistan’da e-ticaretin daha şeffaf, güvenli ve denetlenebilir bir yapıya kavuşmasını sağlamış olup hem yerli hem de yabancı firmalar için hukuki öngörülebilirliği artırarak dijital ticaretin gelişimini desteklemiştir.

#### **4.14. Tanıtım ve Pazarlama**

Sırbistan'da pazarın yapısı itibarıyla fiyat hassasiyeti yüksek olmakla birlikte, özellikle orta-üst segmentte tasarım, dayanıklılık ve marka algısı belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır. Bu nedenle tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde yalnızca fiyat odaklı değil, ürün kalitesi ve tasarım değerini öne çıkaran bir yaklaşım önem taşımaktadır.

Mobilya sektöründe en etkili pazarlama kanalları arasında dijital mecralar (özellikle Instagram, Facebook ve Google reklamları), showroom ve perakende mağaza deneyimi ile açık hava reklamcılığı (billboardlar) yer almaktadır. Sırbistan'da televizyon hala güçlü bir erişim kanalına sahip olmakla birlikte, mobilya gibi görsel ve yaşam tarzına dayalı ürünlerde dijital platformlar ve sosyal medya üzerinden yürütülen görsel odaklı kampanyalar daha yüksek etkileşim sağlamaktadır. Özellikle Instagram ve Facebook, iç mekân tasarımı ve ürün sergileme açısından kritik kanallar olarak öne çıkmaktadır.

Bunun yanında, fiziksel mağaza ve showroom yatırımları Sırbistan mobilya pazarında satış dönüşümünü doğrudan etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Tüketiciler satın alma öncesinde ürünü görme, dokunma ve kalite algısını yerinde değerlendirme eğilimindedir. Bu nedenle satış noktası içi görsel sunum, kataloglar, ürün sergileme alanları ve deneyim odaklı mağaza tasarımları pazarlama stratejisinin önemli bir parçasıdır.

Pazarlama faaliyetlerinde ayrıca yerel tüketici davranışlarına uygun şekilde Sırpça dilinde içerik üretimi zorunlu bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Kampanyaların yerel kültürel kodlara uyarlanması, fiyat kampanyalarının şeffaf şekilde sunulması ve güven unsuru oluşturan marka iletişimi, Sırbistan mobilya pazarında başarıyı belirleyen temel faktörler arasında yer almaktadır.

#### **4.15. Sektörde Tüketici/Alıcı Tercihleri ve Son Trendler**

Sırbistan mobilya pazarında tüketici tercihleri genel olarak fiyat ve kalite dengesine dayanmaktadır. Tüketiciler özellikle dayanıklı, fonksiyonel ve modern tasarıma sahip ürünlere yönelmekte olup, İskandinav ve genel Avrupa tasarım anlayışı pazarda güçlü şekilde etkili olmaktadır. Yerli üretim mobilyalar fiyat avantajı nedeniyle tercih edilirken, ithal ürünlerde marka algısı, garanti süresi ve kalite güvencesi önemli belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır.

Sektörde öne çıkan bir diğer eğilim, modüler ve çok fonksiyonlu mobilyalara yönelik artan taleptir. Özellikle Belgrad ve Novi Sad gibi şehirlerde yaşam alanlarının sınırlı olması, yer tasarrufu sağlayan ve pratik kullanım sunan ürünleri ön plana çıkarmaktadır. Ayrıca tüketiciler satın alma öncesinde hem dijital kanallar üzerinden araştırma yapmakta hem de fiziksel mağaza ve showroom deneyimini önemli bir karar aşaması olarak değerlendirmektedir.

Son dönemde sürdürülebilirlik, doğal malzeme kullanımı ve çevre dostu üretim anlayışı da tüketici tercihlerini etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır. Kampanya ve indirim dönemlerine duyarlılık yüksek olup, özellikle sezonluk indirimler ve özel kampanyalar satışları doğrudan etkilemektedir. Genel olarak sektör, artan yaşam standartları, konut yatırımları ve şehirleşme ile birlikte büyüme eğilimini sürdürmektedir.

#### **4.16. Sektörde Vergiler**

Sırbistan genel olarak serbest ticareti benimseyen ve düşük gümrük vergileri uygulayan bir ülke olup tarife dışı engelleri en aza indirmeye çalışmaktadır. Gümrük uygulamaları genel itibarıyla Avrupa Birliği ile uyumludur. Sırbistan'a ithal edilen mallar gümrük vergisine tabi olup gümrük vergileri "Gümrük Kanunu" ve "Gümrük Tarife Kanunu" çerçevesinde düzenlenmektedir. Ülkemiz ile Sırbistan arasında imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması (STA), 1 Eylül 2010 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiştir. Söz konusu Anlaşma kapsamında, sanayi ürünlerinde gümrük vergileri karşılıklı olarak kaldırılmıştır. Gümrük vergisi haricinde bu ürünlerin alım satımında %20 oranında katma değer vergisi uygulanmaktadır.

#### **5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar**

Sırbistan mobilya sektörü, ihracatçılar için önemli fırsatlar barındırmaktadır. Öncelikle Türkiye ile imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması kapsamında sanayi ürünlerinde gümrük vergilerinin sıfır olması, Türk üreticilere fiyat rekabeti açısından güçlü bir avantaj sağlamaktadır. Coğrafi yakınlık ve düşük lojistik maliyetleri de teslimat sürelerini kısaltarak pazara erişimi kolaylaştırmaktadır.

Bunun yanında sektörde yer alan modernleşme eğilimi, modüler ve fonksiyonel mobilya talebinin artması ve İskandinav/Avrupa tasarımına yönelim, Türk üreticiler için ürün çeşitlendirme fırsatı sunmaktadır. Ayrıca e-ticaretin gelişmesi, dijital pazarlama kanallarının güçlenmesi ve showroom yatırımlarının önemini koruması, farklı satış stratejileri ile pazara giriş imkânlarını artırmaktadır.

Son yıllarda ise Sırbistan'da kamu yatırımlarında ve inşaat sektöründe belirgin bir hareketlilik gözlenmektedir. Özellikle eğitim kurumları, sağlık altyapısı, kamu binaları modernizasyonu, belediye hizmet binaları ve idari yapıların yenilenmesi gibi alanlarda devlet destekli projeler artmaktadır. Bu durum okul mobilyaları, ofis ekipmanları, hastane mobilyaları ve kamu kullanımına uygun dayanıklı ürünler için düzenli bir talep oluşturmaktadır.

Bununla birlikte Belgrad ve Novi Sad gibi büyük şehirlerde konut projeleri ve ticari gayrimenkul yatırımları mobilya talebini sürekli canlı tutmaktadır. Bu gelişmeler, modüler, hızlı teslim edilebilir ve proje bazlı ürünlere olan ihtiyacı artırmaktadır.

#### **6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler**

Sırbistan mobilya sektörü, yoğun rekabet baskısının aynı anda birden fazla kaynaktan geldiği dinamik bir yapıya sahiptir. Bu yapı içerisinde en belirleyici unsur, güçlü yerli üretici ekosistemidir. Forma Ideale, Simpo ve Matis gibi firmalar hem iç pazarda hem de ihracat kanallarında ölçek ekonomisi, yerleşik dağıtım ağları ve fiyat avantajları sayesinde güçlü bir konum elde etmiştir. Bu durum, pazara yeni giriş yapan ihracatçılar açısından özellikle orta segment ürünlerde ciddi bir rekabet baskısı yaratmaktadır.

Buna paralel olarak uluslararası perakende zincirlerinin pazardaki etkisi de rekabeti derinleştirmektedir. IKEA ve JYSK gibi markalar, marka algısı, tasarım odaklı ürün çeşitliliği ve küresel tedarik zinciri avantajları sayesinde özellikle orta ve orta-üst segmentte tüketici tercihlerini yönlendirebilmektedir. Bu firmaların pazardaki görünürlüğü, fiyat rekabetinin yanı sıra marka rekabetini de belirgin şekilde artırmaktadır.

Rekabeti güçlendiren bir diğer önemli unsur ise düşük maliyetli ithalat baskısıdır. Özellikle Çin gibi üretici ülkelerden gelen ürünler, düşük fiyat segmentinde agresif bir rekabet oluşturarak fiyat hassasiyeti yüksek tüketici grubunda alternatif oluşturmakta ve orta maliyetli üreticilerin pazar payını daraltabilmektedir. Bunun yanında makroekonomik dalgalanmalar, döviz kuru oynaklığı ve tüketici gelirlerindeki sınırlı artış, talep tarafında dönemsel daralmalara yol açarak pazarın öngörülebilirliğini azaltmaktadır.

Ayrıca sektöre girişte karşılaşılan regülasyon ve uyum maliyetleri de önemli bir rekabet unsuru olarak öne çıkmaktadır. Ürün bazlı teknik mevzuat, uygunluk değerlendirme süreçleri, Sırpça etiketleme zorunluluğu ve ithalat prosedürleri ihracatçılar için ek operasyonel yükler oluşturmakta, özellikle pazara yeni giren firmaların adaptasyon süresini uzatabilmektedir.

## **7. Mobilya Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler**

Sırbistan mobilya sektörü, ihracatın artırılması açısından değerlendirildiğinde yalnızca fiyat rekabetine dayalı bir pazar yapısından ziyade, dağıtım kanalları, proje bazlı talep, kamu yatırımları, tüketici davranışları ve regülasyonların birlikte şekillendirdiği çok katmanlı bir yapı ortaya koymaktadır. Bu nedenle ihracat performansının sürdürülebilir şekilde artırılabilmesi, firmaların pazara yalnızca ürün satışı perspektifiyle değil, bütüncül bir pazar entegrasyonu yaklaşımıyla giriş yapmasını zorunlu kılmaktadır.

Pazarda en belirleyici unsur, fiyat–kalite dengesine duyarlı ve giderek daha sofistike hale gelen tüketici yapısıdır. Yerli üreticilerin güçlü konumu ve uluslararası markaların yoğun rekabeti, orta segmentte ciddi bir sıkışma yaratmaktadır. Bu segmentte başarının sağlanabilmesi için nispeten düşük maliyetin yanı sıra dayanıklılık algısı, tasarım uyumu ve fonksiyonellik gibi unsurların da birlikte sunulmasını gerekli kılmaktadır. Özellikle modüler, küçük yaşam alanlarına uygun ve çok amaçlı ürünlerin tercih edilmesi, şehirleşme dinamikleriyle uyumlu bir fırsat alanı oluşturmaktadır.

Bununla birlikte Sırbistan’da mobilya talebi yalnızca bireysel tüketimle sınırlı değildir. Kamu yatırımları, belediye projeleri, eğitim ve sağlık altyapısının yenilenmesi ile birlikte kurumsal alımlar giderek önem kazanmaktadır. Bu durum, mobilya sektöründe klasik perakende satışların yanı sıra proje bazlı ve uzun vadeli kontrat satışların payını artırmaktadır. Dolayısıyla ihracatçı firmaların pazara giriş stratejilerinde yalnızca distribütör ve perakende kanalları değil, aynı zamanda kamu ihale sistemi ve büyük ölçekli kurumsal projeler de dikkate alınmalıdır. Bu yapı, pazarı daha istikrarlı hale getirirken aynı zamanda yüksek hacimli satış fırsatlarını da beraberinde getirmektedir.

Dağıtım ve pazarlama açısından değerlendirildiğinde Sırbistan’da fiziksel deneyim halen kritik bir rol oynamaktadır. Tüketicilerin ürünleri görme, dokunma ve kaliteyi yerinde değerlendirme eğilimi güçlü olduğundan, showroom kültürü ve mağaza içi deneyim satış performansını doğrudan etkilemektedir. Buna karşın dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte tüketiciler satın alma öncesi yoğun şekilde internet araştırması yapmakta ve fiyat karşılaştırmaları üzerinden karar vermektedir. Bu durum, firmalar açısından hem fiziksel varlığı hem de dijital görünürlüğü birlikte yönetmeyi zorunlu hale getirmektedir. Özellikle yerel dilde içerik üretimi ve hedefe yönelik dijital pazarlama faaliyetleri, marka bilinirliği ve güven algısı açısından belirleyici olmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde ise Sırbistan mobilya pazarı, güçlü yerli üretici yapısı ve yoğun uluslararası rekabet nedeniyle zorlu bir yapı sergilemekle birlikte, artan kamu yatırımları, şehirleşme, konut projeleri ve tüketici davranışlarındaki modernleşme sayesinde önemli fırsatlar

barındırmaktadır. Bu pazarda ihracat başarısı, tek bir faktöre değil; doğru segment seçimi, proje bazlı satış kabiliyeti, yerel pazara uyumlu dağıtım yapısı, dijital görünürlük ve regülasyon uyumunun birlikte yönetilmesine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır.

## 8. Yararlı Adresler

### Sırbistan Hükümeti

<https://www.srbija.gov.rs/>

### İç ve Dış Ticaret Bakanlığı

<https://must.gov.rs/>

### İnşaat, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

<http://www.mgsi.gov.rs/en>

### Ekonomi Bakanlığı

<https://privreda.gov.rs/lat>

### Maliye Bakanlığı Gümrük İdaresi

<https://www.carina.rs/en.html>

### Sırbistan Ticaret ve Sanayi Odası (PKS)

<https://en.pks.rs/> (Sırbistan’da bulunan Belgrad Ticaret ve Sanayi Odası ile diğer 16 bölgesel Ticaret ve Sanayi Odaları, PKS çatısı altında bulunmaktadır. İletişim bilgileri PKS web sayfasında yer almaktadır.)

### Voyvodina Ticaret ve Sanayi Odası (PKV)

<https://www.pkv.rs/en/welcome/> (Voyvodina özerk bölgedir, bu sebeple ayrı bir Ticaret ve Sanayi Odası bulunmaktadır.)

### Sırbistan Standardizasyon Enstitüsü

<https://iss.rs/en/>

## 9. Kaynakça

- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)
- Sırbistan Gümrük İdaresi
- Sırbistan Ticaret Odası (PKS)
- Sırbistan Kalkınma Odası (RAS)
- Sırbistan Standardizasyon Enstitüsü
- Sırbistan İstatistik Ofisi
- Statista
- Checkpoint
- Trade Map
- Paragraf
- Tehnis
- Commercium